

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Запорізька політехніка»
Кафедра українознавства та загальної мовної підготовки

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ
з дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)»
для студентів економічних спеціальностей
денної та заочної форм навчання

2022

Конспект лекцій з дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» для студентів економічних спеціальностей денної та заочної форм навчання / Укл.: Бондарчук К.С. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2022. 62с.

Укладач: Бондарчук К.С., доцент кафедри українознавства та ЗМП

Рецензент: Катиш Т.В., к. філол. н., доцент кафедри українознавства та ЗМП

Відповідальний за випуск: Бондарчук К.С., керівник секції загальної мовної підготовки

Затверджено
Протокол засідання кафедри
українознавства та загальної
мовної підготовки
11 жовтня 2022 №2

Затверджено
Протокол засідання
науково-методичної ради
гуманітарного факультету
17 листопада 2022 №2

ЗМІСТ

Передмова.....	4
Тема 1. Основи культури української мови.....	6
Тема 2. Риторика і мистецтво презентації.....	13
Тема 3. Культура усного фахового спілкування. Форми колективного обговорювання професійних проблем..	19
Тема 4. Ділові папери як засіб писемної професійної комунікації.....	29
Тема 5. Етикет службового листування.....	44
Тема 6. Українська термінологія у професійному спілкуванні.....	51
Тема 7. Науковий стиль. Проблеми перекладу наукових текстів.....	58
Література.....	62

ПЕРЕДМОВА

Мова – це своєрідний генетичний код нації, складова частина і засіб творення національної культури. Світова наука має аргументовані докази того, що українська мова є однією з найстаріших і найяскравіших мов за своєю мелодійністю та виразністю. Людина створила культуру, а культура – людину. Людина реалізується в культурі думки, культурі праці й культурі мови. Культура – це не тільки все те, що створено руками й розумом людини, а й вироблений віками спосіб суспільного поведіння, що виражається в народних звичаях, віруваннях, у ставленні один до одного, до праці, до мовлення.

Сьогодні культура і мова виявилися об'єднаними в царині духовних вартостей кожної людини і всього суспільства. Мабуть, ніхто не буде заперечувати, що в низькій культурі мовлення виявляються виразні ознаки бездуховності. Мовна культура – це надійна опора у вираженні незалежності думки, розвиненості людських почуттів, у вихованні дієвого патріотизму. Культура мови передбачає вироблення етичних норм міжнаціонального спілкування, які характеризують загальну культуру нашого сучасника.

Сьогодні йдеться про розширення сфер функціонування української мови. Мова як інструмент набуття знань, як засіб життєдіяльності людини має велике значення для всіх. Оскільки мова не тільки обслуговує сферу духовності, культури, а й пов'язана з виробництвом, з його галузями і процесами, з соціальними відносинами, вона є елементом соціальної сфери. Науково-технічний прогрес, перебудова соціально-економічної політичної системи в країні насичують нашу мову новими поняттями, термінами. Разом з поліпшенням рівня знань представників різних професій підвищуються й вимоги до мови. У зв'язку з функціонуванням української мови на підприємствах та установах помітно збагачується словник різних професій новою науково-технічною, суспільно-політичною лексикою і термінологією. Щоб знати мову професії, необхідно вільно володіти лексикою свого фаху, нею користуватися. Мовна компетентність – один з основних компонентів професійної підготовки. Оскільки мова виражає думку, є засобом пізнання та діяльності, то правильного професійного спілкування людина навчається все своє життя. Знання мови професії підвищує

ефективність праці, допомагає краще орієнтуватися в складній професійній ситуації та в контактах з представниками своєї професії.

Навчальна дисципліна “Українська мова (за професійним спрямуванням)” покликана формувати у студентів закладів вищої освіти необхідну комунікативну спроможність у сфері професійного спілкування в усній та писемній формах, що вимагає удосконалення умінь і навичок практичного володіння українською мовою в різних видах мовленнєвої діяльності; опанування мовною і мовленнєвою культурою; ознайомлення зі специфікою наукового та офіційно-ділового стилів мови. Дисципліна має на меті допомогти студентам набутти комунікативного досвіду, що сприяє розвитку їх креативних здібностей та спонукає до самореалізації фахівців, активізує пізнавальні інтереси, реалізує евристичні здібності як визначальні для формування професійної майстерності та конкурентоспроможності сучасного фахівця. Опанування цією дисципліною сприяє виробленню навичок оптимальної мовної поведінки у професійній сфері, впливу на співрозмовника завдяки вмілому використанню різноманітних мовних засобів; оволодінню культурою монологу, діалогу та полілогу; засвоєнню лексики й термінології свого фаху; вибору комунікативно виправданих мовних засобів.

Пропонований короткий конспект лекцій з “Української мови (за професійним спрямуванням)” складається з семи лекцій, які висвітлюють такі основні теми, як основи культури української мови; риторика і мистецтво презентації; культура усного фахового спілкування; ділові папери як засіб писемної професійної комунікації; етикет службового листування; українська термінологія у професійному спілкуванні; науковий стиль, переклад наукових текстів.

Матеріали лекцій призначені для студентів економічних спеціальностей денної та заочної форм навчання.

ТЕМА 1 ОСНОВИ КУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

(2 години)

План

1. Поняття літературної мови. Мова професійного спілкування як функційний різновид української літературної мови.
2. Норми сучасної української літературної мови.
3. Культура мови і культура мовлення. Комунікативні ознаки культури мовлення.
4. Словники у професійному мовленні. Типи словників. Роль словників у підвищенні мовленнєвої культури.
5. Мовленнєвий етикет спілкування.

1. Відповідно до статті 10 Конституції України, прийнятої Верховною Радою 28 червня 1996 року, українська мова є державною мовою в Україні, «держава забезпечує всебічний розвиток і функціонування української мови в усіх сферах суспільного життя на всій території України».

Державна мова – це закріплена традицією або законодавством мова, вживання якої є обов'язковим у органах державного управління та діловодства, громадських органах та організаціях, на підприємствах, у закладах освіти, науки, культури, у сферах зв'язку та інформатики.

Літературна мова – це унормована, регламентована, відшліфована форма існування загальнонародної мови, що обслуговує найрізноманітніші сфери суспільної діяльності людей. Літературна мова реалізується 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.

Мова професійного спілкування (професійна мова) – це функційний різновид української літературної мови, яким послуговуються представники певної галузі виробництва, професії, роду занять.

2. **Літературна мовна норма** – історично усталені, загальноприйняті правила вживання мовних засобів у писемній та усній формі спілкування.

Розрізняють такі типи літературних норм. *Орфоепічні норми* регламентують правила вимови звуків та звукосполук. *Акцентуаційні норми* стосуються правильного наголошування слів. *Орфографічні норми* визначають правила написання слів. *Лексичні норми* регламентують правила вживання слів у закріпленому за ними лексичному значенні. *Граматичні норми* (морфологічні й синтаксичні) установлюють літературні форми слів і правила побудови синтаксичних конструкцій – словосполучень і речень. *Стилістичні норми* визначають доцільність використання мовних одиниць у конкретній ситуації мовлення чи функційному стилі. *Пунктуаційні норми* фіксують систему правил уживання розділових знаків.

3. Культура мови – галузь мовознавства, що займається утвердженням (кодифікацією) норм на всіх мовних рівнях.

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

Виділяють такі основні аспекти вияву культури мовлення:

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

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, яка полягає у відповідності його літературним нормам, чинним у мовній системі.

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.

Логічність передбачає послідовне правильне мовлення, розумне, у якому є внутрішня закономірність, що відповідає законам логіки і ґрунтується на знаннях об'єктивної дійсності.

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 змісту, характеру, експресії, меті повідомлення. Доречність мовлення – це врахування ситуації мовлення, комунікативних завдань, складу слухачів (читачів), їхнього стану, настрою, зацікавлень.

Багатство передбачає використання найрізноманітніших мовних засобів висловлення думки в межах відповідного стилю.

Виразність означає використання невичерпних ресурсів виражальних засобів української мови і лежить в основі мистецтва володіння словом.

Чистота мови означає правильне звучання, вживання тільки літературно-нормативних слів і словосполучень, правильних граматичних форм.

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

Усі словники, залежно від змісту матеріалу та способу його опрацювання, поділяють на два типи – *енциклопедичні* та *лінгвістичні*. Об'єктом опису в енциклопедичному словнику є поняття, у лінгвістичному – слово.

Поняття *енциклопедія* (з грец. – коло загальноосвітніх знань) охоплювало сім вільних мистецтв: граматику, риторику, логіку, геометрію, арифметику, музику та астрономію.

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

У *лінгвістичних* словниках по-різному пояснюються слова. 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 та 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.

Термінологічні словники містять терміни певної галузі науки, техніки, мистецтва. До них належать загальні, вузькоспеціальні, тлумачні та перекладні словники.

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

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

Перекладні словники поділяють на двомовні та багатомовні.

Словники скорочень подають складноскорочені слова та аббревіатури, їх розшифрування вказують на граматичні ознаки роду та числа, подають відмінкові закінчення у змінюваних формах.

Етимологічний словник подає інформацію про походження слова, його первинне значення, найдавнішу форму, зазначає, чи слово споконвіку належало мові-основі, чи воно запозичене, яким шляхом відбувалося запозичення.

Історичний словник – це словник, в якому пояснюються слова, зафіксовані писемними пам'ятками.

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

Фразеологічні словники подають стійкі словосполучення. Вони можуть бути перекладні (двомовні) й тлумачні (одномовні).

Ономастичні словники є цікавим джерелом інформації про власні імена і прізвища, назви населених пунктів, гір, річок, озер тощо.

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

Словники омонімів реєструють і пояснюють значення слів, однакових за звучанням і написанням, але різних за значенням.

Словники антонімів подають групи слів, що мають протилежне значення.

Словники паронімів розкривають 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 функціують у мові письменника.

Морфемні та словотвірні словники. Морфемний словник подає структуру слова, словотвірний – словотвірні гнізда і словотвірні ряди.

Частотні словники засвідчують частоту вживання слів у певний період. Існує понад 600 опублікованих і комп'ютерних частотних словників для 40 мов світу.

Інверсійний словник – це словник, у 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.

5. Етикет – кодекс правил поведінки, що регламентують взаємини між людьми в різних ситуаціях. **Діловий етикет** – норми поведінки і спілкування різних соціальних груп.

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).

Мовний етикет – це сукупність правил мовної поведінки, які репрезентуються в мікросистемі національно специфічних стійких формул і виразів у ситуаціях установаження контакту зі співбесідником, підтримки спілкування в доброзичливій тональності.

Мовленнєвий етикет – це реалізація мовного етикету в конкретних актах спілкування, вибір мовних засобів вираження.

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

звертання, вітання, знайомства, запрошення, прохання, вибачення, згоди, незгоди, скарги, втішання, компліменту, несхвалення, побажання, вдячності, прощання.

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

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

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

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

Звертання – найяскравіший і часто вживаний вид мовленнєвого етикету. Суть його полягає в тому, щоб назвати співрозмовника з метою привернути його увагу, звернутися з проханням чи пропозицією. Сьогодні реєстр слів-звертань офіційного вжитку становлять *пане (пані, панове), добродію (добродійко, добродії), друзі, товариство, колеги, громадо, громадянине (громадяно, громадяни)*, які супроводжують етикетні означення *вельмишановний, вельмиповажний, глибокоповажний, високодостойний, шановний, дорогий*, напр.: *високоповажний пане Президенте, глибокоповажні пані та панове, дорогі друзі, високоповажна громадо, шановні колеги*.

Вітання виконує важливу функцію в комунікативному акті – з нього починається спілкування, а часто ним же й обмежується як

етикетним ритуалом. Набір українських народних вітань надзвичайно різноманітний і поліфункціональний, напр.: *Доброго ранку! Добрий день! Добрий вечір! Привіт! Дай, Боже!*

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

Подяка слугує для висловлення вдячності за щось. У висловах подяки виразніше виявляється функція ввічливості, тому їх використання належить до обов'язкових етикетних настанов. Універсальні, найбільш поширені відповіді на подяку – це *Прошу! Будь ласка! Дякую! Спасибі!* В офіційних ситуаціях слова подяки часто вживаються зі словами *дозвольте, прийміть, складаю (складаємо)*, напр.: *Дозвольте висловити вам подяку! Прийміть мою найщирішу вдячність! Складаю щиру подяку!*

Вибачення означає усвідомлення своєї провини й намагання її спокутувати за допомогою спеціальних висловів: *Вибачте, Пробачте, Прошу вибачення (пробачення, вибачити, пробачити)* за.... Підкреслено ввічливим висловом є *Вибачте ласкаво за...*

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

Згода – це позитивна відповідь на прохання, наказ, погодження з думкою, твердженням співрозмовника. Виражають переважно фразами *Так! Звичайно! Безперечно! Добре! Будь ласка! Погоджуюсь!*

Питання для самоперевірки

1. Розкрийте зміст терміна «літературна мова».
2. Назвіть форми функціонування української літературної мови.
3. Дайте визначення мовної норми, назвіть різновиди мовних норм, на прикладах проілюструйте їх.
4. Який статус має українська мова в сучасній Україні?
5. Розкрийте зміст понять «культура мови» і «культура мовлення».
6. Назвіть комунікативні ознаки культури мовлення.
7. Яка роль словників у підвищенні культури мовлення?

8. Назвіть спеціальні енциклопедичні словники вашого фаху.
9. Що означають поняття «мовний», «мовленнєвий» етикет?
10. Чи можна за мовними формулами визначити вік мовця, його професію?

Література

1. Гриценко Т.Б. Українська мова за професійним спрямуванням: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2019. 594 с.
2. Кацавець Р. Ділова українська мова. За новим українським правописом: навчальний посібник. Київ: Алерта, 2022. 324 с.
3. Мозговий В.І. Українська мова у професійному спілкуванні: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2019. 592с.
4. Мацюк З., Станкевич Н. Українська мова професійного спілкування: навч. посібн. Київ: Каравела, 2018. 352 с.
5. Новий український правопис. Київ: ЦУЛ, 2022. 284с.
6. Паращук В.Ю. Основи теорії мовної комунікації: навч. посібн. Київ: Академія, 2010. 240с.
7. Пентилюк М.І., Маруніч І.І., Гайдаєнко І.В. Ділове спілкування та культура мовлення: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2011. 224 с.
8. Семеног О.М. Культура наукової української мови Київ: Академія, 2010. 216 с.
9. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації (ДСТУ 4163: 2020). Київ, 2020. 15 с.

ТЕМА 2 РИТОРИКА І МИСТЕЦТВО ПРЕЗЕНТАЦІЇ

(2 години)

План

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

1. Публічне монологічне мовлення є предметом дослідження риторики – теорії ораторського мистецтва, науки красномовства, яку професор Києво-Могилянської академії Ф. Прокопович вважав «царицею душ», «княгинєю 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.

Особливим жанровим різновидом мовленнєвої діяльності, своєрідним за своєю природою, місцем серед інших видів мовлення, а також якісними ознаками є *публічний виступ*. Залежно від змісту, призначення, способу виголошення й обставин спілкування виділяють такі жанри публічного виступу: *доповідь, промова, виступ, повідомлення*.

Доповідь – найпоширеніша форма публічного виступу, важливий елемент системи зв'язків із громадськістю, яка порушує проблеми, що потребують вирішення. 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 вирішення окремих виробничих питань життя й діяльності певного колективу, організації.

Звітна доповідь – це доповідь, у якій повідомляється про роботу, виконану особою чи колективом за певний період.

Наукова доповідь – це доповідь, яка узагальнює наукову інформацію, досягнення, відкриття та результати наукових досліджень. Такі доповіді виголошують на різноманітних наукових зібраннях – конференціях, симпозіумах тощо.

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

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

Повідомлення – невеликий публічний виступ з певної теми.

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

- обдумування та формулювання теми, визначення низки питань, виокремлення принципів положень;
- добір теоретичного і практичного матеріалу (опрацювання літератури),.

- складання плану, тобто визначення порядку розташування окремих частин тексту, їх послідовності та обсягу;
- складання тез виступу;
- написання остаточного тексту виступу.

2. Аргументація в 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.

Аргументи (докази) – це ті істинні судження, якими послуговуються під час доведення тези.

Демонстрацією (формою доведення) називається засіб логічного зв'язку між тезою та аргументом, який веде до встановлення бажаної істини.

Спростування – це логічна операція, спрямована на заперечення доведення через установаження хибності або необґрунтованості висунутої тези. Тезою спростування називають судження, за допомогою якого заперечують тезу.

Обговорення теоретичних і практичних проблем іноді переростає в *дискусію* – широке публічне обговорення певного спірного питання, висловлення різних думок з приводу якогось 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 висуває 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.

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.

3. Уміння представляти проєкти (презентації), звітувати, переконувати, якісно інформувати аудиторію є досить важливою складовою діяльності 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.

Готуючи презентацію, слід визначити:

- мету і завдання;
- тема і предмет;
- аудиторія, на яку спрямована презентація;
- початок і тривалість виступу;
- місце проведення презентації.

Сучасному фахівцеві часто доводиться готувати і виголошувати публічні виступи як у межах своєї установи, так і поза нею. 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 презентатор.

Інтерактивна презентація – це вибір користувачем матеріалу, важливого для нього, у мережі інтернет. У цьому випадку видається інформація, на яку є запит.

Автоматична презентація – це закінчений інформаційний продукт, перенесений на технічні носії – відеоплівку, компакт-диск,

флешку тощо і розісланий потенційним споживачам з метою виявлення їхньої зацікавленості.

4. 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 й резюмування.

З'ясування полягає в зверненні до співрозмовника за уточненнями та в 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 переключасться на інше, нерідко другорядне питання.

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 у структурі тексту

виступу і комунікативним завданням. За їх допомогою 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.

Відкрите 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 допомогою 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 в потрібному напрямку.

Запитання-кристалізатори допомагають шліфувати думку.

Інформаційні запитання забезпечать отримання інформації.

Однополюсні запитання віддзеркалюють запитання співрозмовника.

Проблемні запитання формують мету виступу, мікротему, визначають завдання.

Провокаційні запитання підбурюють на певні дії, спонукають до бажаних.

Питання для самоперевірки

1. Що таке риторика?
2. Які типи класифікації публічних виступів вам відомі?
3. Що таке аргумент, доказ, доведення в публічному мовленні?
4. Назвіть основні етапи публічного виступу.
5. Що таке доповідь? З яких частин вона складається?
6. Назвіть головних суб'єктів дискусії.
7. Які існують види презентацій?
8. Охарактеризуйте структурні компоненти презентації.
9. Які види запитань використовуються під час виголошення і сприймання публічного виступу?
10. Як подолати страх перед аудиторією? Запропонуйте свій «рецепт».

Література

1. Гриценко Т.Б. Українська мова за професійним спрямуванням: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2019. 594 с.
2. Кацавець Р. Ділова українська мова. За новим українським правописом: навчальний посібник. Київ: Алерта, 2022. 324 с.
3. Мозговий В.І. Українська мова у професійному спілкуванні: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2019. 592с.
4. Мацюк З., Станкевич Н. Українська мова професійного спілкування: навч. посібн. Київ: Каравела, 2018. 352 с.
5. Новий український правопис. Київ: ЦУЛ, 2022. 284с.
6. Парашук В.Ю. Основи теорії мовної комунікації: навч. посібн. Київ: Академія, 2010. 240с.
7. Пентилюк М.І., Маруніч І.І., Гайдасенко І.В. Ділове спілкування та культура мовлення: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2011. 224 с.
8. Семенов О.М. Культура наукової української мови Київ: Академія, 2010. 216 с.
9. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації (ДСТУ 4163: 2020). Київ, 2020. 15 с.

ЛЕКЦІЯ 3

ТЕМА: КУЛЬТУРА УСНОГО ФАХОВОГО СПІЛКУВАННЯ. ФОРМИ КОЛЕКТИВНОГО ОБГОВОРЮВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ПРОБЛЕМ

(2 години)

План

1. Особливості усного спілкування.
2. Індивідуальні та колективні форми фахового спілкування.

3. Функції та види бесід. Стратегії поведінки під час ділової бесіди.
4. Форми колективного обговорювання проблем: перемовини, збори, нарада, дискусія, “мозковий штурм”.

1. Спілкування поділяється на усне, письмове та друковане.

Усне спілкування – це форма реалізації мовної діяльності у процесі мовлення. Воно широко застосовується в різних сферах суспільної діяльності людей.

Для усного спілкування визначальним є: безпосередня наявність адресата, замкнена цілісна комунікативна ситуація, невербальні засоби спілкування, інтонація, емоційність та експресивність. Головна складність у оволодінні усним спілкуванням є необхідність і вміння визначити доцільність чи недоцільність того чи іншого слова, звороту, інтонації, манери мовлення в кожній конкретній ситуації.

Писемне спілкування: вторинне, монологічне, найчастіше – з невизначеним адресатом, без урахування ситуації; попередньо обдумане із дбайливо дібраними фактами та їх мовним оформлюванням; можливість редагування та перечитування написаного; враховуються особливості побудови структури тексту.

2. Усне фахове спілкування відбувається в межах конкретних форм, яким властива особлива організація мовних засобів.

Критерії класифікації та форми спілкування:

- за способом взаємодії між комунікантами – *монологічне, діалогічне, полілогічне;*
- за кількістю учасників – *індивідуальне* (спілкуються двоє) та *колективне;*
- за каналами комунікації – *безпосереднє* («обличчя до обличчя») та *опосередковане* (телефон, радіо, телебачення);
- залежно від змісту повідомлення – *побутове; наукове; фахово-ділове.*

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.

Монолог – форма мовлення адресата, розрахована на пасивне й опосередковане сприйняття адресатом.

Усі форми усного монологічного мовлення можна поділити на дві групи:

- 1) безпосередньо-контактне, або аудиторне монологічне мовлення (мовець і слухач перебувають у прямому контакті, бачать і чують один одного);
- 2) опосередковано-контактне, або мікрофонне мовлення (радіо, телебачення).

Полілог – форма спілкування між кількома особами.

Полілог характеризується такими ознаками:

- залежність від ситуації, в умовах якої відбувається спілкування;
- високий рівень непередготовленості;
- дотримання правил ведення полілогу;
- більш-менш однакова участь у спілкуванні всіх учасників.

У межах названих форм і відбувається усне фахове спілкування.

3. 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 найчастіше це експромт, а для експромту треба мати значний життєвий досвід, величезний запас теоретичних знань, а також досконало володіти мовним етикетом.

Для досягнення мети до бесіди необхідно ретельно готуватися; бути уважним і тактовним; уміти слухати; стежити за реакцією партнера й відповідно корегувати свої дії; висловлювати свої думки точно, логічно, переконливо; створювати атмосферу довіри, аби переконати співрозмовника.

Не можна під час бесіди перебивати співрозмовника; різко прискорювати темп бесіди; негативно оцінювати особистість співрозмовника.

Залежно від змісту, ділові бесіди виконують такі функції: обмін інформацією; контроль і координація певних дій; вирішення актуальних проблем; підтримка ділових контактів; пошук і висунення

нових ідей; вирішення етичних проблем.

Залежно від *мети спілкування та змісту* бесіди поділяються на глибинно-особистісні та ділові.

За *кількістю учасників* виокремлюють бесіди індивідуальні та 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 метою досягнення запланованого результату. До них належать обговорення нових проєктів, бесіда з партнером по бізнесу, співбесіда з роботодавцем.

Під час бесіди слід триматися скромно, але впевнено. Не варто розмовляти уривчасто, необхідно завжди залишатися спокійним, чемним для створення психологічно сприятливої атмосфери довіри та доброзичливості.

4. Співбесіда з роботодавцем – це спеціальна бесіда, під час якої роботодавець оцінює якості 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, що може мати вирішальне значення.

Неабияке значення для досягнення успіху має *підготовка до співбесіди*, що передбачає інформованість про установу, до якої запрошують на співбесіду. Слід ознайомитися з матеріалами про організацію: які послуги або продукцію пропонує організація; кому і де її реалізує; який має юридичний статус; склад керівництва; прибутковість; чи проводилося скорочення штатів за останні три роки; відгуки преси про установу; ставлення керівництва до працівників; наявність нових проєктів тощо. Необхідно підготувати копії дипломів, свідоцтв, резюме, рекомендаційні листи.

Під час співбесіди слід бути з усіма ввічливими і доброзичливими, дотримуватися ділового етикету, завчасно підготувати запитання до роботодавця, що стосуються обсягу роботи, умов успішного її виконання. Під час співбесіди слід триматися гідно, впевнено, але не зухвало.

Телефонна розмова – один із різновидів усного мовлення, що характеризується специфічними ознаками: Вона складається з таких етапів: момент налагодження контакту; викладення суті справи; закінчення розмови.

Будь-яку телефонну розмову треба починати коротким привітанням, назвати свою посаду, прізвище, ім'я та по батькові.

Якщо той, хто телефонує, забув назвати себе, співрозмовник має право запитати: *Вибачте, з ким я розмовляю? У відповідь ви не повинні обурюватися чи одразу класти слухавку – згідно з правилами етикету вам слід відрекомендуватися; на анонімний дзвінок можна не відповідати й одразу покласти слухавку. Якщо до телефону підійшов не той, хто вам потрібен, ви повинні перепросити і звернутися з проханням покликати потрібну вам людину: *Добрий день. Перепрошую за турботу, чи не могли б ви запросити до телефону Івана Петровича (пана Петренка); Дуже прошу, попросіть до телефону Ольгу Власівну (пані Ольгу, пані Романюк); Будь ласка, покличете до телефону... Зазвичай відповідають так: Добрий день. Зачекайте, будь ласка, хвилиночку, я зараз передам їй слухавку; ...Прошу зачекати; ...Будь ласка, зачекайте. ...На жаль (шкода, вибачте), Іван Петрович вийшов, повернеться о 14 годині. Можливо, ви хотіли б йому щось передати. Є його заступник, можливо, він зміг би допомогти вам. Коли до телефону підійде потрібна вам людина, неодмінно слід знову привітатись і назвати себе.**

Після встановлення зв'язку викладають інформацію чітко, стисло та по суті.

Етичні питання використання мобільних телефонів

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

Не можна:

- користуватися мобільним телефоном під час перегляду спектаклю, кінофільму, на концертах, конференціях, під час нарад і 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. Якщо все ж вхідний дзвінок перервав бесіду, треба розмову 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 телефоном, перебуваючи за кермом автомобіля, бо це відволікає вашу увагу.

Загальне правило користування мобільним телефоном – не створювати незручностей, не виказувати неповаги до людей, які перебувають поруч.

Форми колективного обговорювання проблем

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

До форм колективного обговорення належать: *нарада, збори, мітинги, перемовини, дискусії, різні форми активного навчання (зокрема, "мозковий штурм", ділові та рольові ігри).*

Перемовини – це обмін думками, який зазвичай відбувається з певною діловою метою, проводиться *на різних рівнях з різною кількістю учасників; можуть мати як неофіційний, так і протокольний характер.*

Стратегії ведення перемовин.

Перша стратегія зводиться до протистояння крайніх позицій партнерів: одна сторона намагається уникнути конфлікту, готова йти на поступки, прагне позитивного вирішення питання, але нерідко саме вона залишається ображеною. Інший же учасник

перемовин, більш жорсткий за характером, розглядає кожну ситуацію як змагання волі, виявляє крайню позицію, вперто стоїть на своєму. Він ігнорує етичні норми і хоче досягти лише перемоги, але його дії спонукають опонента також зайняти жорстку позицію. Вирішення проблеми затягується, в учасників перемовин псується настрій, а отже, і відносини.

Другий стратегічний підхід – це середина між м'якістю та жорсткістю. Однак дотримуватися "золотої" середини, тобто вести перемовини так, щоб досягти своєї мети і водночас не зіпсувати стосунки з людьми, досить важко і не всім вдається.

Третій стратегічний підхід передбачає вирішення проблеми виходячи з їх змісту, а не з позиції, якої кожна зі сторін жорстко дотримується. Такі перемовини називаються принциповими. У цьому разі намагаються врахувати інтереси обох сторін і прагнуть отримати такий результат, який був би обґрунтований справедливими нормами, критеріями незалежно від волі жодної зі сторін. Ця стратегія передбачає жорсткий підхід до розгляду суті справи, але м'який підхід до учасників перемовин і дає змогу прийняти справедливе рішення з погляду етики, яке б задовільнило обидві сторони.

Збори як форма прийняття колективного рішення

Збори – це форма колективного обговорення ділових проблем, які хвилюють громадськість, їх проводять з метою спільного осмислення певного питання. Розрізняють *партійні збори, збори акціонерів, виборців, мешканців мікрорайону* тощо. Збори готують заздалегідь, і чим ретельніше, тим більшим буде ефект від їх проведення.

Етапи проведення зборів: визначення порядку денного; затвердження регламенту; висвітлення проблеми та її обґрунтування (доповідь); обговорення проблеми (виступи за доповіддю); ухвалення рішення (голосування).

Наради – один з найефективніших способів обговорення важливих питань і прийняття рішень в усіх сферах виробничого, громадського й політичного життя. Вони дають змогу *спільно аналізувати важливі питання й висловлювати свої думки та пропозиції, приймати найоптимальніші рішення; можливість керівництву інформувати працівників про свої плани.*

Спеціалісти виділяють такі типи нарад:

- *навчальна* (конференція), мета якої – дати учасникам необхідні знання і підвищити їхню кваліфікацію;
- *інформаційна*, необхідна для узагальнення даних і вивчення різних точок зору на конкретні проблеми;
- *пояснювальна*, в ході якої керівництво прагне переконати працівників у правильності прийнятих відповідних рішень і необхідності відповідних дій;
- *проблемна*, яка проводиться для того, щоб виробити метод, знайти шлях вирішення існуючих проблем.

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

Організація дискусії передбачає три етапи: підготовчий, основний та підсумковий. На першому доцільно сформулювати тему дискусії й основні питання, які будуть винесені на колективне обговорення.

На другому етапі обговорюють ті питання, які були винесені на порядок денний. Процесом обговорення керує ведучий.

Третій етап дискусії – підбиття підсумків, які робить ведучий або досвідчений спеціаліст з числа учасників. Він оцінює повноту й глибину розкриття теми, новизну інформації, відзначає різні точки зору, наголошує на значущих результатах обговорення.

"Мозковий штурм" – це спільне розв'язання творчої проблеми, яке забезпечується особливими прийомами.

"Мозковий штурм" умовно поділяють на декілька етапів: *генерація ідей; відбір кращої ідеї, їх аналіз.*

Під час першого етапу всі учасники мають право висувати свої пропозиції щодо вирішення поставленого завдання, спокійно висловлювати свої думки. Критику ідей заборонено.

Наступний етап – відбір кращої ідеї. На цьому етапі не прийнято наголошувати на авторстві тієї чи іншої ідеї. Кращі ідеї є результатом колективної творчості.

Останній етап – аналіз ідей (учасники розподіляються на дві групи – прибічників і супротивників, де повинні бути проаналізовані всі аргументи "за" й "проти" кожної ідеї).

З метою більшої ефективності роботи учасники мають дотримуватися певних правил:

- слідкувати, щоб на розгляд виносилася лише одна проблема;
- в обговоренні мають брати участь не більше ніж 12 осіб;
- учасників треба розмістити по колу, щоб вони бачили одне одного і були рівноправними;
- обмежити час обговорення до 30 хв. (доведено, що дефіцит часу породжує стрес і стимулює діяльність мозку).

У результативності "мозкового штурму" велику роль відводять лідерів (від нього залежить моральна і психологічна атмосфера групи, вміння організувати роботу так, щоб жодна пропозиція не була втрачена, щоб усі ідеї було обговорено, щоб висловлювання були не оціночними, а змістовними).

Для успішного результату "мозкового штурму" важливо:

- учитися вибудовувати образи засобами мови і вміти їх виголошувати;
- добре знати особливості монологічної форми мовлення;
- уміти користуватися всіма прийомами впливу на слухачів;
- навчитися точно формулювати свої думки;
- вдало добирати слова;
- граматично правильно будувати фрази;
- чітко промовляти звуки та їх сполучення;
- правильно ставити наголос тощо.

Отже, колективні форми обговорення, при яких розвивається зацікавленість його учасників процесом пізнання, сприяють підвищенню активності людини, розвитку її творчого потенціалу.

Питання для самоперевірки

1. На які види поділяють фахове спілкування за способом взаємодії між комунікантами?
2. Які види спілкування розрізняють залежно від змісту повідомлення?
3. За якими ознаками виокремлюють індивідуальне та колективне усне спілкування?
4. Які форми мовного спілкування мають особливе значення для фахової підготовки? Назвіть їх основні риси.

5. Дайте визначення поняття ділова бесіда. Наведіть приклади таких бесід.
6. Розкажіть, як треба поводитися під час співбесіди з роботодавцем.
7. Назвіть вимоги до ведення службової телефонної розмови та правила користування мобільним телефоном.
8. Який результат перемовин кращий і як його досягти?
9. Чим відрізняються дискусія, полеміка й диспут?
10. Як треба виступати на зборах, щоб привернути увагу присутніх до змісту виступу і переконати їх у тому, що викладені положення, ідеї варто підтримувати?
11. Якою має бути поведінка людини, що керує колективним обговоренням (нарадою, зборами, дискусією, «мозковим штурмом», диспутом тощо)?
12. Яких етичних норм і правил етикету слід насамперед дотримуватись учасникам будь-якої форми колективного обговорення, щоб досягти позитивного результату?
13. Визначте та дайте характеристику форм колективного обговорення проблем.
14. Що таке “мозковий штурм”?

Література

1. Гриценко Т.Б. Українська мова за професійним спрямуванням: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2019. 594 с.
2. Кацавець Р. Ділова українська мова. За новим українським правописом: навчальний посібник. Київ: Алерта, 2022. 324 с.
3. Мозговий В.І. Українська мова у професійному спілкуванні: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2019. 592с.
4. Мацюк З., Станкевич Н. Українська мова професійного спілкування: навч. посібн. Київ: Каравела, 2018. 352 с.
5. Новий український правопис. Київ: ЦУЛ, 2022. 284с.
6. Паращук В.Ю. Основи теорії мовної комунікації: навч. посібн. Київ: Академія, 2010. 240с.
7. Пентиліук М.І., Маруніч І.І., Гайдаєнко І.В. Ділове спілкування та культура мовлення: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2011. 224 с.
8. Семеног О.М. Культура наукової української мови Київ: Академія, 2010. 216 с.
9. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації (ДСТУ 4163: 2020). Київ, 2020. 15 с.

ТЕМА 4. ДІЛОВІ ПАПЕРИ ЯК ЗАСІБ ПИСЕМНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

(2 години)

План

1. Національний стандарт України щодо оформлювання документів.
2. Призначення документів, їх класифікація.
3. Вимоги до тексту документа, його змісту та розташування реквізитів.
4. Вимоги до бланків документів.
5. Оформлювання сторінки.

З 01 вересня 2021 р. набув чинності стандарт «Державна уніфікована система документації. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлювання документів» (ДСТУ 4163:2020), який регулює правила розташування реквізитів документів.

Документ – діловий напір, що посвідчує певний юридичний факт, підтверджує право на щось, служить доказом чогось. Отже, це зафіксована певним чином на спеціальному матеріалі інформація про факти, події, явища об'єктивної дійсності та розумової діяльності людини.

Діловодство – це діяльність, що охоплює питання документування й організації роботи з документами в процесі здійснення управлінських дій.

Документи широко використовуються в нашій повсякденній діяльності як джерела та носії інформації; вони сприяють удосконаленню внутрішньої організації будь-якого підприємства, закладу чи установи, є підставою для прийняття рішень, узагальнень, довідково-пошукової роботи.

Документ має бути достовірним, переконливим, належним чином відредагованим та оформленим, містити конкретні й змістовні пропозиції та вказівки. Більшість документів має задовільняти такі вимоги, як придатність до тривалого збереження, максимальна точність. Щоб документ мав усі перелічені властивості, його слід правильно скласти як за формою, так і за змістом.

Відповідно до вимог Державної уніфікованої системи документації, виділяють такі види документів за ознаками класифікації та групами:

Ч/ч	Ознаки класифікації	Групи документів
1	За найменуванням	Заява, лист, телеграма, довідка, інструкція, службова записка, протокол та ін.
2	За походженням	Службові (офіційні) й особисті
3	За місцем складання	Внутрішні, зовнішні
4	За призначенням	Щодо особового складу (особові офіційні документи), кадрові, довідково-інформаційні, обліково-фінансові, господарсько-договірні, організаційні, розпорядчі
5	За напрямом	Вхідні, вихідні
6	За формою	Стандартні (типові) й індивідуальні (нестандартні)
7	За терміном виконання	Звичайні безстрокові, термінові, дуже термінові
8	За ступенем гласності	Для загального користування, службового користування, таємні, цілком таємні
9	За стадіями створення	Оригінали, копії. Різновидами копії є відпуск (повна копія документа, яка залишається у відправника), витяг (певна частина документа), дублікат (другий примірник документа, виданий у зв'язку з утратою оригіналу)
10	За складністю (кількістю відображених питань)	Прості (відображають одне питання), складні (декілька питань)
11	За терміном зберігання	Тимчасового (до 10 років), тривалого (понад 10 років), постійного зберігання.
12	За технікою відтворення	Рукописні, відтворені механічним способом
13	За носієм інформації	На папері, диску, фотоплівці, магнітній стрічці, перфострічці, дискеті

Текст – головний елемент документа. Це сукупність речень, послідовно об'єднаних змістом і побудованих за правилами певної мовної системи. Він є засобом відтворення зв'язного мовлення.

Вимоги до тексту ділових паперів: достовірність (викладені факти відображають справжній стан речей); об'єктивність змісту;

нейтральність тону; повнота інформації (зміст вичерпує всі обставини справи); максимальна стислість (немає зайвих слів та смислових повторів, надмірно довгих міркувань не до справи); точність (не допускається подвійне тлумачення слів); доречність мовних засобів (відповідність меті, темі, логічному змістові, ситуації); переконливість (веде до задоволення прохань, викладених у документі, сприяє прискоренню прийняття управлінського рішення, запобігає назріванню конфлікту).

Текст документа складається з таких логічних елементів: *вступ, доказ, закінчення*. Вступ готує адресата до сприйняття теми (зазначається привід, що спричинив укладання документа, викладається історія питання). У доказі розкривається суть питання (пояснення, міркування, цифрові розрахунки, посилання на законодавчі акти). У закінченні формулюється мета, заради якої складено документ. Закінчення буває активним і пасивним. Активне точно зазначає, яку дію має виконати адресат, пасивне – інформує адресата про певний факт, обставину.

Залежно від змісту документів, застосовують *прямий* або *зворотний порядок* розташування логічних елементів. Прямий: вступ, доказ, закінчення; зворотний – закінчення передує доказу, а вступу взагалі може не бути.

Важливе місце в діловодстві посідають *правила оформлювання документів*, тобто їх написання і розташування реквізитів на бланку. *Реквізитами* називають окремі елементи документа. Хоча кожна організація, установа, підприємство прагне виробити власні зразки, трафарети, бланки, щоб полегшити документування, та всі вони відповідають єдиній державній системі діловодства (ЄДСД), правилам організаційно-розпорядчих документів (ОРД). ОРД виготовляють на папері форматом *A4* та *A5* відповідно до *формуляра-зразка* – єдиної моделі побудови комплексу документів, яка визначає сукупність реквізитів, властивих документам цього комплексу, розташованих в усталеній послідовності. Формуляр-зразок передбачає такі основні реквізити:

- зображення Державного герба України, Герба Автономної Республіки Крим;
- зображення емблеми організації або підприємства;
- найменування юридичної особи вищого рівня;

- найменування юридичної особи (установи, організації, підприємства), від імені якої створено документ;
- найменування структурного підрозділу;
- довідкові дані про юридичну особу: індекс підприємства зв'язку, поштова і телеграфна адреси, номери телетайпу, телефону, факсу, номер рахунку в банку;
- код форми документа;
- код юридичної установи;
- назва виду документа;
- дата документа;
- реєстраційний індекс документа;
- посилання на індекс і дату документа, на який дають відповідь;
- місце складання документа;
- гриф обмеження доступу до документа;
- адресат;
- гриф затвердження документа;
- резолюція;
- відмітка про контроль;
- заголовок до тексту документа;
- текст документа;
- відмітка про наявність додатків;
- підпис;
- відбиток печатки;
- віза документа;
- гриф погодження (схвалення) документа;
- відмітка про засвідчення копії документа;
- прізвище виконавця і номер його телефону (обов'язковий цей реквізит лише у вихідних документах: листах, висновках тощо);
- відмітка про ознайомлення з документом;
- відмітка про виконання документа;
- відмітка про надходження документа до юридичної особи;
- запис про державну реєстрацію;
- відмітка про наявність примірника з паперовим (електронним) носієм інформації.

У конкретних документах може бракувати окремих реквізитів. При складанні й оформлюванні документів необхідно дотримуватися

вимог, які надають документові юридичної сили та підвищують оперативність його складання, оброблення й використання.

Вимоги до змісту та розташування реквізитів документів

- *Зображення Державного герба України* розміщують на бланках документів відповідно до Постанови Верховної Ради України «Про Державний герб України».

- *Зображення емблеми організації або товарного знака* (знака обслуговування) відповідно до статуту розміщують з лівого боку від назви організації. Емблему не відтворюють на бланку, якщо на ньому розміщено зображення Державного герба України.

- *Код організації* проставляють за ЄДРПОУ після реквізиту *довідкові дані про організацію*.

- *Назва організації вищого рівня* зазначається скорочено, а в разі відсутності офіційно зареєстрованого скорочення – повністю.

- *Назва організації-автора документа* повинна відповідати назві, зазначеній у його установчих документах. Скорочену назву організації зазначають тоді, коли її офіційно зафіксовано в статуті (положенні про організацію). Скорочену назву подають у дужках (або без них) нижче від повної, окремим рядком у центрі.

- *Довідкові дані про організацію містять*: поштову адресу та інші відомості (номери телефонів, телефаксів, рахунків у банку, адресу електронної пошти, вебсайту тощо.) Їх розміщують нижче від назви організації або структурного підрозділу.

- *Назва виду документа* має відповідати переліку документів, які використовують у організації. У листі назву виду документа не зазначають.

- *Дата документа* – це дата його підписання, затвердження, прийняття, зареєстрування, а також день написання листа, наказу; день фіксації вчинків у протоколах, актах; день набирання чинності розпорядчого документа після одержання адресатом (якщо документ її не обумовлює).

Елементи дати наводять арабськими цифрами в один рядок у послідовності – число, місяць, рік: *10.05.2022*, а також у послідовності – рік, місяць, число: *2022.01.15*.

У нормативно-правових актах і фінансових документах застосовують словесно-цифровий спосіб оформлення дати: *29 січня 2022 року*.

Дату документа ставлять нижче від назви документа поряд із реєстраційним індексом на спеціально відведеному місці:

а) на бланку:

«02» лютого 2022 року №713

б) не на бланку – після тексту перед або під підписом:

Завідувач відділу програмування _____ Олексій ЗАХАРЧЕНКО
25.09.2022 (підпис)

У разі підписання документа двома особами підписи розміщуються так:

Головний інженер
(підпис) Микола. СЕМЕНЮК
18.04.2022

Головний механік
(підпис) Віктор ОЛЕКСІЧЕНКО
18.04.2022

У розпорядчих документах дата оформлюється так:
НАКАЗ

21.06.2022

м. Запоріжжя

№17

- *Реєстраційний індекс* документа складається з його порядкового номера, який можна доповнювати за рішенням організації індексом справи за номенклатурою справ, інформацією про кореспондента, виконавця тощо. Місце розміщення цього реквізиту залежить від бланка та виду документа. Індекс забезпечує оперативний довідково-інформаційний пошук; до нього входять три пари арабських цифр: №09-17/80, де перша пара – індекс структурного підрозділу, друга – номер справи за номенклатурою, третя – порядковий номер документа за журналом обліку.

- *Місце складання або видання документа* зазначають на всіх документах, крім листів, у яких ці відомості визначають із реквізиту *довідкові дані про організацію* і розміщують на рівні або нижче від реквізитів *дата та реєстраційний індекс документа*.

- *Гриф обмеження доступу* до документа (таємно, для службового користування) проставляють без лапок праворуч у верхньому куті на першій сторінці документа. За потреби його доповнюють даними, передбаченими нормативно-правовими актами,

які регламентують порядок ведення діловодства, що містить інформацію обмеженого доступу.

- *Адресатами документа* можуть бути організації, їхні структурні підрозділи, посадові особи та громадяни.

Зразки:

- Адресат – *організація* або *структурний підрозділ* без зазначення посадової особи, назву подають у називному відмінку:

Міністерство освіти і науки України

або

Національний університет «Запорізька політехніка»

- Адресат – *керівник підприємства, установи* або його заступник:

Директорові Запорізького

феросплавного заводу

п. Сергієві ТИЩЕНКУ

вул. Рекордна, 5, м. Запоріжжя, 69035

- Адресат – *кілька посадових осіб* (не більше 4):

Президентові АТ «Кобза»

Директорові з комерційних питань

Начальникам виробничих відділів

- Адресати – *однорідні організації*:

Ректорам закладів вищої освіти України

- Якщо адресатів *більше 4 осіб*, додають список для розсилання, а на кожному документі зазначають тільки одного адресата.

- *Відповідь* на скарги, заяви тощо можна адресувати із зазначенням лише прізвища, якому передуює поштова адреса, оформлена за правилами надавання послуг поштового зв'язку:

вул. 8 Березня, м. Запоріжжя, 69028

Петренкові

- Адресат – *фізична особа*:

Іванові СТЕЦЕНКУ

вул. Шкільна, 8, кв. 17,

м. Запоріжжя, 69002

- *Гриф затвердження* складається з таких елементів: слово ЗАТВЕРДЖУЮ (без лапок), назва посади, особистий підпис, ініціали та прізвище особи, яка затвердила документ, дата затвердження; розміщують у правому верхньому куті першого аркуша документа:

ЗАТВЕРДЖУЮ
Ректор НУ «Запорізька
політехніка»
(підпис) Віктор ГРЕШТА
01.03.2022

У разі затвердження документа кількома посадовими особами їхні грифи затвердження розташовуються на одному рівні.

Якщо документ затверджено постановою, рішенням, наказом, то гриф затвердження складається зі слова ЗАТВЕРДЖЕНО (без лапок), назви, дати і номера затверджувального документа в називному відмінку:

ЗАТВЕРДЖЕНО
Протокол зборів
трудового колективу НУ
«Запорізька політехніка»
01.02.2022 №3

- *Резолюція*, яку ставить на документі посадова особа, складається з прізвища виконавця (виконавців) у давальному відмінку, змісту доручення, терміну виконання, особистого підпису керівника, дати:

Лідії ШЕВЧЕНКО
(відділ статистики)
Прошу підготувати
відповідь на лист
до 10.07.2022

(підпис)

04.07.2022

Резолюцію датують і підписують у правій верхній частині документа на вільному місці нижче від реквізиту *адресат* (не на тексті).

- *Заголовок до тексту* документа повинен бути узгоджений з назвою документа і містити короткий виклад його основного смислового аспекту. Заголовок відповідає на питання *про що?, кого?, чого?*. Наприклад, наказ (про що?) про створення установи; посадова інструкція (кого?) секретаря-референта; протокол (чого?) засідання правління.

Зразок:

Про нагородження студентів-переможців
XXIII Міжнародного конкурсу ім. П.Яцика

- *Текст документа* містить інформацію, заради фіксування якої було створено документ. Текст документа повинен бути викладений стисло, грамотно, зрозуміло, без повторів та вживання слів і зворотів, які не несуть смислового навантаження. Текст оформлюють 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 розбити на розділи, підрозділи, пункти, підпункти, які нумерують арабськими цифрами і друкують з абзацу.

- *Відмітка про наявність додатка* розміщується під текстом документа. Наявність додатків, повну назву яких наводять у тексті, фіксують за такою формою:

Додаток: на 3с. у 3 прим. (для тих документів, що мають додатки, задувані в тексті);

Додаток: відповідно до списку на 2с. (для документів, у яких є список додатків при їх великій кількості).

Якщо документ має додатки, повних назв яких немає у тексті, то ці назви треба подати після тексту, зазначивши кількість аркушів у кожному додатку та кількість їх примірників.

Зразок:

Додатки: 1. Додаток про виконання плану ремонтних робіт
на I квартал 2022р. на 1 арк. в 1 прим.

2. Графік ремонтних робіт на II квартал 2022р. на
2 арк. в 1 прим.

Якщо до документа додають інший документ, що має додатки, то відмітку про наявність додатків оформлюють так:

Додаток: лист Державного комітету архівів України від 27.04.2022 № 171/01-04 і додаток до нього, всього на 7 арк. в 1 прим.

Якщо додатки зброшуровані, то кількість їх аркушів не зазначають:

Додаток: методичні рекомендації в 3 прим.

На велику кількість додатків складають опис, а в самому документі після тексту зазначають:

Додаток: згідно з описом на 67 арк.

Якщо додаток надсилають не за всіма зазначеними у документі адресами, відмітку про наявність додатка оформлюють так:

Додаток: на 5 арк. в 1 прим. на першу адресу.

Додаток до розпорядчого документа повинен мати відмітку з посиланнями на цей документ, його дату і номер. Відмітку роблять у верхньому правому куті першого аркуша додатка:

Додаток 1

до наказу Міністерства охорони

здоров'я України

20.01.2022 № 25

- *Підпис* складається з трьох елементів: назви посади особи, яка підписує документ (*повної*, в якій вказано назву установи, якщо документ складений не на бланку; *скороченої*, якщо документ написано на бланку); особистого підпису та його розшифрування (друкуються без дужок ініціали й прізвище особи, що підписала документ:

Ректор НУ «Запорізька політехніка» (*підпис*) Віктор ГРЕШТА

У разі відсутності посадової особи, підпис якої зазначено в документі, документ підписує особа, яка виконує її обов'язки, або її заступник. У цьому випадку обов'язково зазначають посаду і прізвище особи, яка підписує документ (виправлення вносять рукописним або машинописним способом), наприклад: *Виконувач обов'язків; Заступник*.

Підписувати документ із прийменником *за* або ставити правобіжну похилу риску перед назвою посади не дозволено.

Документи, складені комісією, підписуються із зазначенням не посади, а з розподілом їх обов'язків у складі комісії (подаються в алфавітному порядку):

Голова комісії (*підпис*) Микола ВЛАСЕНКО

Члени комісії: (*підпис*) Сергій АНДРІЄНКО

(*підпис*) Клавдія МИРОНЕНКО

(*підпис*) Оксана ПИЛИПЧУК

Коли документ підписують кілька осіб, що представляють різні організації, то підписи цих осіб з однаковою посадою розташовують на одному рівні:

Генеральний директор
ПАТ «Енергоатом»

_____ Іван СИВАШ
(підпис)

20.01.2022

Ректор НУ «Запорізька
політехніка»

_____ Віктор ГРЕШТА
(підпис)

22.01.2012

Якщо один документ підписують кілька осіб з того самого підприємства чи установи, то підписи розташовують один під одним послідовно згідно з посадою, що ці особи обіймають:

Директор видавництва _____ Андрій КОВАЛЬ
(підпис)

Головний бухгалтер _____ Василина ОЛЕКСІЄНКО
(підпис)

- *Гриф погодження* розміщують нижче від реквізиту *підпис*. Він складається зі слова ПОГОДЖЕНО (без лапок), назви посади особи, яка погоджує документ (разом з назвою організації), особистого підпису, ініціалів і прізвища, дати погодження:

ПОГОДЖЕНО

Заступник Міністра освіти і
науки України

(підпис) Василь ОСИКА

05.02.2022

Якщо документ погоджують листом, протоколом, актом тощо, то гриф погодження оформлюють так:

ПОГОДЖЕНО

Протокол засідання Правління
Національного банку України

23.01.2022 № 2

- *Візою* оформлюють внутрішнє погодження документа.

Віза складається з назви посади, особистого підпису, ініціалів і прізвища особи, яка візує документ, дати завізування. Візу розміщують нижче від реквізиту *підпис* на останньому аркуші документа:

Начальник юридичного відділу

(підпис) Петро КРАВЧЕНКО

18.09.2022

Візу ставлять на примірниках документів, які залишають у організації.

- *Відбитком печатки* організації засвідчують на документі підпис відповідальної особи. Перелік документів, на які ставлять відбиток печатки, визначає організація на підставі нормативно-правових актів. Його подають в інструкції з діловодства організації.

Печатка прикладається так, щоб вона охоплювала частину слів найменування посади особи, що підписує документ.

- *Відмітка про засвідчення копії документа* складається зі слів *Згідно з оригіналом*, назви посади, особистого підпису особи, яка засвідчує копію, її ініціалів та прізвища, дати засвідчення копії і проставляється нижче від реквізиту *підпис*:

Згідно з оригіналом

Секретар

(підпис)

Софія ГОРДІЄНКО

26.06.2022

Відмітку про надходження роблять від руки або за допомогою гумового штемпеля організації (реєстраційного штампа); розташовується праворуч на нижньому полі лівої сторінки документа.

Відмітку про виконання документа і направлення його до справи ставлять у лівому куті нижнього берега лицьового боку першого аркуша документа. Вона містить такі дані: посилання на дату і номер документа, коротку довідку про виконання, слів *До справи*, номер справи, в якій документ буде зберігатися, дату направлення документа до справи, назву посади і підпис виконавця:

До справи № 03-4

Відповідь надіслано 13.05.2022 №03-12/113

Виконавчий директор (підпис) Дмитро ВАКУЛЕНКО

14.05.2022

Дані про виконавця зазначають зліва внизу, вказавши прізвище та службовий телефон:

Климчик 221-14-68

Інформація про розмноження документа містить такі дані: індекс друкарки (ім'я та прізвище), кількість віддрукованих примірників, дату друкування:

Тетяна ПЕТРЕНКО 8, 10.07.2022

Вимоги до бланків документів

Для виготовлення бланків організаційно-розпорядчих документів як основні треба використовувати два формати паперу з ДСТУ 9327 – А4 (210 x 297 мм.) і А5 (210 x 148 мм.). Дозволено використовувати бланки А3 (297 x 420 мм.) і А6 (106 x 148мм.).

Бланки документів повинні мати такі поля, мм.:

30 – ліве;

10 – праве;

20 – верхнє та нижнє.

Відступи від межі лівого поля документа:

10 мм – для абзаців у тексті;

90 мм – для реквізиту «Адресат»;

100 мм – для реквізитів «Гриф затвердження», «Гриф обмеження доступу до документа»;

125 мм – для розшифрування підпису.

Не роблять відступ від межі поля для реквізитів: «Дата документа», «Заголовок до тексту», «Текст документа», «Відмітка про наявність додатків», «Віза документа», «Гриф погодження (схвалення)», «Відмітка про засвідчення копії документа», «Відмітка про ознайомлення з документом», «Відмітка про виконання документа», найменування посади в реквізиті «Підпис».

Без абзаців пишуть слова «СЛУХАЛИ», «ВИСТУПИЛИ», «ВИРШИЛИ», «УХВАЛИЛИ», «НАКАЗУЮ», «ЗОБОВ'ЯЗУЮ», «ПРОПОНУЮ».

- *Бланки документів* виготовляють на білому папері високої якості, друкують фарбами насичених кольорів. Дозволено виготовляти бланки за допомогою комп'ютерної техніки.

- *Установлюють такі бланки документів:* загальний бланк для створення різних видів документів (без зазначення у бланку назви виду документа), крім листа; бланк листа; бланк конкретного виду документа (із зазначенням у бланку назви виду документа), крім листа.

На основі загального бланка організації можна розробляти бланки структурного підрозділу організації або бланки посадової особи в тому разі, якщо керівник підрозділу чи посадова особа має право підписувати документи.

- *Організації*, що ведуть листування з постійними закордонними кореспондентами, можуть виготовляти бланки двома мовами: ліворуч – українською, праворуч – іноземною.

Бланки, в яких використано іноземну мову, застосовувати в межах України не рекомендовано.

Оформлювання сторінки

- *Документи виготовляють* на конторській друкарській машинці або за допомогою комп'ютерної техніки. Подані в подальших положеннях розміри стосуються документів, які мають розмір шрифту 12-14 друкарських пунктів.

Окремі внутрішні документи (заяви, автобіографії, пояснювальні й доповідні записки тощо), авторами яких є посадові та інші фізичні особи, дозволено оформлювати рукописним способом.

- *Текст документів*, надрукованих на папері формату А4, рекомендовано друкувати через 1,5 міжрядкового інтервалу, а формату А5 – через 1–1,5 міжрядкового інтервалу.

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

- *Назву виду документа* друкують великими літерами.

- *Розшифрування підпису в реквізиті* «Підпис» друкують на рівні останнього рядка назви посади.

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

Якщо заголовок до тексту перевищує 150 друкованих знаків (5 рядків), його дозволено продовжувати до межі правого берега. Крапка в кінці заголовка не ставиться.

- *Тексти документів* постійного зберігання друкують на одному боці аркуша. Документи зі строком зберігання до 5 років можна друкувати на лицьовому і зворотному боці аркуша.

- *При оформленні документа* на двох і більше сторінках, друга та подальші сторінки мають бути пронумеровані.

Номери сторінок ставлять посередині верхнього берега аркуша арабськими цифрами без слова «сторінка» та розділових знаків.

Неправильно:

-2-, 51.; 14с.

Правильно:

Починаючи з другого аркуша арабськими цифрами без крапки: 3; 15

Кожен вид документа має свої особливості. Однак усі документи в апараті управління за функційним призначенням можна розділити на такі групи:

Організаційні (положення, статuti, інструкції, правила).

Розпорядчі (постанови, розпорядження, накази із загальних питань, вказівки, ухвали).

Довідково-інформаційні (довідки, протоколи, огляди, акти, доповідні та пояснювальні записки, службові листи, факси, відгуки, доповіді, звіти, плани роботи, оголошення, телеграми, телефонограми).

З кадрово-контрактних питань (автобіографії, заяви, накази, особові листки, трудові книжки, характеристики, трудові угоди, контракти).

Особові офіційні документи (пропозиції, заяви та скарги громадян, розписки, доручення тощо).

У конкретних документах може бракувати окремих реквізитів. При складанні й оформлюванні документів необхідно дотримуватися вимог, які надають документів юридичної сили та підвищують оперативність його підготовки, оброблення й використання.

Питання для самоперевірки

1. Дайте визначення понять *документ*, *реквізити* документа, *текст* документа, *діловодство*.
2. Визначте ознаки класифікації документів та поділ їх на групи відповідно до ознак.
3. Назвіть основні вимоги до тексту документа та його логічні елементи.
4. Що таке формуляр-зразок документів, які його основні реквізити?
5. Назвіть вимоги до змісту та розташування таких реквізитів документів: дата, місце складання, гриф обмеження доступу, адресат/адресати, гриф затвердження, резолюція, заголовок до тексту, додаток/дodatки, підпис, віза, гриф погодження.
6. Які вимоги ставляться до бланків документа?
7. Назвіть основні вимоги до оформлювання сторінки документа.

Література

1. Гриценко Т.Б. Українська мова за професійним спрямуванням: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2019. 594 с.

2. Кацавець Р. Ділова українська мова. За новим українським правописом: навчальний посібник. Київ: Алерта, 2022. 324 с.
3. Мозговий В.І. Українська мова у професійному спілкуванні: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2019. 592с.
4. Мацюк З., Станкевич Н. Українська мова професійного спілкування: навч. посібн. Київ: Каравела, 2018. 352 с.
5. Новий український правопис. Київ: ЦУЛ, 2022. 284с.
6. Парашук В.Ю. Основи теорії мовної комунікації: навч. посібн. Київ: Академія, 2010. 240с.
7. Пентилюк М.І., Маруніч І.І., Гайдаєнко І.В. Ділове спілкування та культура мовлення: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2011. 224 с.
8. Семеног О.М. Культура наукової української мови Київ: Академія, 2010. 216 с.
9. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації (ДСТУ 4163: 2020). Київ, 2020. 15 с.

ТЕМА 5

ЕТИКЕТ СЛУЖБОВОГО ЛИСТУВАННЯ

(2 години)

План

1. Класифікація листів.
2. Вимоги до тексту ділових листів.
3. Реквізити листа та їх оформлювання.
4. Види ділових листів.

Офіційне листування охоплює ту чи іншу форму кореспонденції, що надсилається офіційним особам від імені інших офіційних осіб.

Існують два основні види офіційної кореспонденції:

- офіційне листування між державними установами різних країн, іноземними представництвами та їх посадовими особами (ноти, меморандуми, пам'ятні записи). Цей вид кореспонденції зазвичай використовується у дипломатичній практиці. Загальні протокольні вимоги до офіційного листування, метою якого є засвідчення адресатові поваги з урахуванням рангів, ґрунтуються на принципах рівності, коректності, взаємоповаги;

- ділові (комерційні) листи, що мають напівофіційний характер і широко практикують

для організації контактів між фірмами, організаціями тощо.

Вимоги до тексту ділових (комерційних) листів

- *Лаконізм.* Ділові листи не повинні бути надто довгими, якщо цього не вимагає ситуація. Викладати інформацію слід чітко та по суті, без зайвих повторів та обтяжливих деталей. Але лаконічність не повинна бути самоціллю і стати на заваді вишуканості та емоційності, індивідуальному стилю автора листа.

- Важлива запорака успіху ділового листа – *логічність та послідовність викладу.* При написанні листа слід стежити за розвитком думок та способом їх втілення на папері. Недопустимо, щоб лист був хаотичним і непослідовним, інакше адресат навряд чи зрозуміє, з якою метою його писали. Основну увагу необхідно зосередити на найсуттєвішому. Для цього можна скористатися такими висловками-зв'язками: *дозвольте також...; принагідно я хотів би...; водночас хочу сказати...; крім того...; при нагоді прошу Вас...; хочу також зауважити, що...; крім того, висловлюємо свої сумніви щодо...; ми також могли б...; просимо також звернути особливу увагу на...; вважаємо доцільним (за доцільне)...*

- Слід уникати *багатозначності* висловлення та *не зловживати іншомовними словами.* Пишучи ділового листа, завжди слід урахувувати, кому він адресований, і не завдавати клопотів із «розшифруванням» його змісту. Суть справи повинна бути викладена чітко, зрозуміло і не викликати сумнівів чи запитань.

- *Ввічливість, дотримання етикету.* Ввічливість має стати духовною потребою кожної людини. Одне недоречно вжите слово, невдало сформульоване речення можуть спричинити розрив стосунків. Слова *дякую* та *вибачте*, доречно використані *ділові компліменти* повинні стати невід'ємними складниками тексту листа.

- *Уникнення категоричності.* Тон ділового листа має бути доброзичливим, а не наказовим. Висловлюючи повагу до адресата, не можна вживати наказові конструкції на зразок: *слід негайно вжити заходів...; категорично забороняємо Вам...; про виконання необхідно повідомити до....*

- *Уникнення заперечних форм.* Заперечення типу *ми не можемо..., ми не погоджуємося..., я не буду..* не викличуть позитивних емоцій. Якщо ситуація складається так, що без заперечної частки *не* не обійтись, слід іншими засобами пом'якшити тон листа: *Ви повинні зрозуміти, що цього разу ми не можемо..., Мені дуже*

прикро, але..., Дуже шкода, проте..., На превеликий жаль, я не зможу... Такі фрази нададуть змісту листа толерантності та етичності.

- *Наявність вступного та завершального компліментів*, навіть якщо лист має стати останньою крапкою у партнерських стосунках.

- *Надання стилеві ділової кореспонденції виразності та емоційності «живого» ділового спілкування*, що не виключає використання навіть засобів гумору.

При веденні ділового листування не слід забувати, що це все-таки *документи*. Отже, листи мають бути *чіткими, лаконічними, зрозумілими, не містити нічого зайвого*, що заважало б сприйманню основної інформації. З іншого боку, лист – це особливий вид документації, що відрізняється від протоколу, наказу чи розпорядження. Це письмова розмова з адресатом, а тому в ньому не варто обмежуватися лише холодними стандартними фразами.

Залежно від мети листа, близькості знайомства з адресатом, при необхідності зберегти субординацію усе в листі має бути *доречним*. Наприклад, недоречними будуть вияви гумору в листах до спонсорів, представників влади, особисто вам партнерів, під час презентації своєї фірми, уточнення угоди тощо. Але у звертанні до постійного клієнта, колеги чи давнього партнера вишуканий гумор не завадить, а добрі стосунки можуть стати ще кращими.

- *Завершальні речення тексту* також можуть бути різними, їх зміст залежить від того, про що йшлося вище у листі. Так, наприклад, можна повторити подяку, висловлену на початку, чи просто подякувати за допомогу: *ще раз дякуємо Вам...; дозвольте ще раз подякувати Вам...; хочемо ще раз висловити щирю вдячність...; дякую за допомогу*.

- Досить поширеною формою кінцівки у ділових листах є висловлення сподівання, надії: *сподіваємося, що домовленість буде взаємовигідною; сподіваємося, що наша пропозиція Вас зацікавить; розраховуємо на тісне і взаємовигідне співробітництво; маємо надію на встановлення тісних контактів між нашими фірмами; сподіваємося отримати Вашу відповідь найближчим часом*.

- Наприкінці листа можна вдатися також до *запевнення* адресата – часто воно відіграє роль психологічного підкріплення того, про що йшлося в листі: *запевняємо, що Ви можете цілковито розраховувати на нашу підтримку; ми будемо раді співпрацювати з Вами*.

- Завершальним у листі може бути *прохання* (зателефонувати, найближчим часом дати відповідь, надіслати документи та ін.): *просимо уважно ознайомитися з матеріалами і дати нам відповідь; просимо Вас терміново повідомити...; просимо підтвердити згоду на...; просимо терміново вжити заходів для поліпшення ситуації.*

- *Прощальні фрази* у діловій кореспонденції також можуть бути різними. При тривалій успішній співпраці можна закінчити лист дружніми фразами: *щиро Ваш; із найкращими побажаннями; із вдячністю та найкращими побажаннями.*

Обов'язкові реквізити листів та їх оформлення

- На фірмовому бланку стандартного формату вгорі вказують реквізити адресата: фірмову емблему чи знак, повну назву, поштову та електронну адреси, номери телефонів, телексів, факсів.

Якщо лист оформлюють не на фірмовому бланку, то реквізити адресата (одержувача) розміщують у лівій частині аркуша, а в правій частині – реквізити адресанта (відправника).

- Дата написання листа має вказувати число, місяць, рік; розміщують у лівій частині аркуша.

- *Звертання* вказує на офіційний та почесний титул адресата, його вживають у формі кличного відмінка, розміщують над текстом листа: *шановний Петре Андрійовичу; вельмишановний пане директоре; високоповажний добродію ректоре; шановна пані Маріє.* В офіційних листах не прийнято звертатися на *ти*, навіть якщо стосунки між людьми, що займають високі пости, дуже тісні.

- *Текст листа.*

- *Комплімент* – це засвідчення ввічливості, яким починають або закінчують лист: *з глибокою повагою; щиро Ваш; з подякою* тощо.

- *Підпис* засвідчує цей документ. Зазначають посаду, підпис, розшифрування підпису (ім'я та ПРІЗВИЩЕ) особи, що склала документ.

Загальноприйняті правила оформлення ділового листа

- Кожну сторінку, окрім першої, нумерують арабськими цифрами.

- Службові листи друкують на комп'ютері, передають факсом. Ширина поля з лівого боку – не менше 2 см. Сам текст листа друкують через 2 чи 1,5 інтервала. Абзац із крайнього рядка – по 5 інтервалів, а звертання до адресата пишуть без абзацу.

- У тексті не можна допускати виправлень, підчищень.

- Резолюції на всіх видах вхідної кореспонденції роблять олівцем або на окремих аркушах паперу, які прикріплюють.

- На телеграфний запит слід дати відповідь протягом 3 днів, на лист – до 10 днів. Якщо запит вимагає докладного розгляду, то протягом 3 днів повідомляють, що лист прийнято до відома, і дають остаточну відповідь протягом 30 днів.

- Діловий лист слід писати на бланках фірми (організації), з указаними реквізитами фірми-відправника (закладу).

- Презентабельний *бланк* – це своєрідна візитна картка фірми, тому його дизайн та поліграфічні якості – ті деталі, за якими робитимуть висновки про престижність відправника. Тому для виготовлення фірмових бланків використовують лише високоякісний папір.

- *Конверт* за дизайном має відповідати бланкові. Напис на конверті починають із *кому*, а далі *куди*. Адресу отримувача пишуть двічі: на конверті *справа внизу* і *зліва вгорі* – в листі.

Види ділових листів

Лист-підтвердження – важливий вид ділових листів, у якому міститься письмове підтвердження попередньої угоди, домовленості чи запрошення. Такий лист утворює реноме досвідченої ділової людини, яка з належною повагою ставиться до партнера. Це нагода ще раз ненав'язливо запросити до співпраці та підтвердити свою зацікавленість у ній. Крім того, лист-підтвердження дає можливість повідомити деякі необхідні деталі справи, про яку йдеться.

Запит – це комерційний документ, своєрідне звертання партнера з проханням надати докладну інформацію про необхідний товар чи певні послуги або ж надіслати пропозицію на постачання товару.

Відповідь на запит – це форма ділової кореспонденції, яка надсилають у відповідь на запит і є обов'язковою. Залежно від ситуації, можна пообіцяти відправити пропозицію на постачання товару, відмовити в постачанні, прийняти запит на розгляд, запропонувати змінити умови запиту тощо.

Оферта – це письмова пропозиція товару, яку робить продавець покупцеві. У ній висловлюють бажання чи готовність укласти угоду купівлі-продажу на умовах, зазначених у пропозиції.

Лист-прохання – один з найпоширеніших видів ділової кореспонденції, у якому висловлюють більш чи менш серйозне прохання до партнерів, клієнтів, благодійників тощо.

Відмови належать до категорії складних листів – з погляду обох сторін листування. При написанні листів-відмов украй необхідне дотримання правил тактовності, ввічливості й аргументованості. Відмову слід сформулювати коректно, навести переконливі докази неможливості співпраці.

Лист-нагадування – один з найбільш неприємних моментів ділового листування. У листі міститься нагадування клієнтам про необхідність оплатити прострочені платежі. Інколи доводиться надсилати нагадування декілька разів, але навіть у цьому випадку нагадування має бути ввічливим і тактовним.

Рекламаційний лист і лист-претензія. Цей вид листів стосується невиконання відповідальними сторонами ділових домовленостей, що тягне за собою висунення претензій партнерові, який порушив умови досягнутої домовленості і виконав неякісно або ж зовсім не виконав покладені на нього обов'язки. Претензії можуть бути пред'явлені через різноманітні порушення: якість товару за певними показниками не відповідає зазначеній в угоді; виявлена внутрішньотарна недостача отриманого товару; прострочений термін постачання; незадовільна якість чи зовнішній вигляд упаковки тощо.

Лист-вибачення. Інколи у співпраці ділових партнерів виникають ситуації, що вимагають вибачення, а також ужиття заходів з метою уникнення неприємних випадків у діяльності фірми. Для цього слід без зволікань написати листа, в якому необхідно перепросити партнера.

Лист-подяка. У діловій співпраці одним з найбільш уживаних слів має стати *дякую*. Не варто забувати подякувати за надіслане запрошення, зроблену послугу чи надану допомогу, підтримку.

Супровідний лист надсилають разом із комерційними документами (розрахунком-фактурою, накладними, чеками) або під час пересилання каталогів, проспектів, прейскурантів, буклетів, зразків нових товарів тощо, і які мають *інформаційно супроводжувати їх* або просто констатувати певний факт.

Рекомендаційний лист. У діловому партнерстві дуже широко практикують рекомендаційні листи. Ці листи складають, якщо необхідно заручитися поважною рекомендацією чи, навпаки, дати

рекомендацію комусь. Це можуть бути клопотання на здобуття стипендії чи гранту, отримання відповідальної посади тощо. Рекомендаційні листи повинні обов'язково містити мінімальні відомості про рекомендованого: скільки часу знайомі, які характерні риси вирізняють рекомендованого, з якими його працями чи досягненнями знайомі тощо. У рекомендаційному листі чітко формулюють мету рекомендації: *рекомендую* чи *не рекомендую*. Висловлюють також готовність нести певну відповідальність за рекомендовану особу.

Лист-запрошення. Суто ділові запрошення (на конференцію, форум, з'їзд, нараду, презентацію, симпозіум, засідання тощо) пишуть на фірмових бланках, а до культурно-мистецьких заходів часто виготовляють спеціальні художньо оформлені запрошення. Основою змісту кожного запрошення є: хто, кого, куди, коли, з якої нагоди запрошує. Ці факти мають бути викладені чітко й недвозначно, щоб у адресата не виникало жодних сумнівів чи вагань. Листи-запрошення мають працювати на зорове сприйняття, тому основну інформацію виділяють великими буквами, іншим шрифтом чи кольором.

Лист-вітання є одним з атрибутів успішної співпраці ділових партнерів. У таких листах доречно привітати з початком чи успішним завершенням справи, ювілеями, днем народження, державними святами, що сприятиме налагодженню дружніх стосунків та взаємопорозумінню.

Питання для самоперевірки

1. Назвіть види офіційної кореспонденції.
2. Які вимоги ставлять до тексту ділових листів?
3. У чому полягає поняття *етикет листування*?
4. Назвіть відомі Вам завершальні речення тексту листа.
5. Назвіть обов'язкові реквізити ділових листів та вимоги до їх оформлювання.
6. Дайте коротку характеристику існуючих видів комерційних листів.
7. Складіть діловий лист будь-якої тематики та оформіть його за всіма вимогами державного стандарту.

Література

1. Гриценко Т.Б. Українська мова за професійним спрямуванням: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2019. 594 с.
2. Кацавець Р. Ділова українська мова. За новим українським правописом: навчальний посібник. Київ: Алерта, 2022. 324 с.

3. Мозговий В.І. Українська мова у професійному спілкуванні: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2019. 592с.
4. Мацюк З., Станкевич Н. Українська мова професійного спілкування: навч. посібн. Київ: Каравела, 2018. 352 с.
5. Новий український правопис. Київ: ЦУЛ, 2022. 284с.
6. Парашук В.Ю. Основи теорії мовної комунікації: навч. посібн. Київ: Академія, 2010. 240с.
7. Пентилюк М.І., Маруніч І.І., Гайдаєнко І.В. Ділове спілкування та культура мовлення: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2011. 224 с.
8. Семенов О.М. Культура наукової української мови Київ: Академія, 2010. 216 с.
9. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації (ДСТУ 4163: 2020). Київ, 2020. 15 с.

ТЕМА 6

УКРАЇНСЬКА ТЕРМІНОЛОГІЯ У ПРОФЕСІЙНОМУ СПІЛКУВАННІ

(2 години)

План

1. Історія української термінології.
2. Термін та його ознаки. Термінологія як система.
3. Загальнонаукові, міжгалузеві і вузькоспеціальні терміни. Номени та професіоналізми.
4. Способи творення термінів.

1. Історія формування української термінології є окремою частиною історії розвитку всієї лексичної системи мови. Розглядаючи формування української термінології, виділяють такі періоди її розвитку:

1. Період стихійного нагромадження термінологічної лексики (IX – перша половина XIX ст.). Своім корінням українська термінологія сягає часів Київської Русі. «Ізборники» Святослава, літописи, «Поучення дітям» В. Мономаха, «Руська правда» Я. Мудрого фіксують сакральну, природничу, суспільно-політичну, астрономічну термінології. Важливу роль у поширенні наукових знань відіграли Острозький культурно-освітній центр (1580 – 1608); братські школи, що виникали в XVI – XVII ст. у Львові, Вільні, Луцьку, та Києво-Могилянська академія. Термінологічна лексика староукраїнської мови (XIV – XVIII ст.) представлена як система

головним чином у пам'ятках ділового письменства, універсалах Богдана Хмельницького, у перших українських словниках «Лексис» Лаврентія Зизанія (1596), «Лексикон словенороський» Памви Беринди (1627) та інших.

2. Період другої половини ХІХ ст. – початку ХХ ст. Діяльність Наукового товариства імені Тараса Шевченка. У середині ХІХ ст. був заснований часопис «Основа» із закликами до інтелектуалізації української мови через вироблення наукового стилю. Теоретиком вироблення наукового стилю на Наддніпрянщині був Пантелеймон Куліш. В історії української науки та її мови важливе значення мав часопис «Громада» (1878 – 1882), в якому друкували свої праці М. Драгоманов, І. Франко, М. Грушевський.

У 1873 р. у Львові засновано Наукове товариство імені Тараса Шевченка, яке з 1892 р. стає першим українським науковим центром. Товариство видало 155 томів «Записок НТШ». У НТШ діяло три секції: історико-філософська, філологічна та математично-природописно-лікарська. Саме тут концентрувалася термінологічна діяльність провідних учених Наддніпрянської України (А. Кримський, Б. Грінченко, В. Антонович) та Наддністрянської України (І. Верхратський, І. Франко, О. Огоновський).

3. Третій період, пов'язаний з утворенням наукових товариств у Східній Україні (початок ХХ ст.). Активно опрацьовувати та творити українську термінологію почали після проголошення Української Народної Республіки (1917), коли було скасовано заборони щодо української мови. У цей час зацікавлення термінологією набуває масового характеру, над виробленням української термінології працювали українське наукове товариство в Києві (голова М. Грушевський), Кам'янець-Подільський університет (ректор І. Огієнко), Українська академія наук (президент В. Вернадський).

4. Період діяльності Інституту української мови.

У 1921 р. було створено Інститут української наукової мови Академії наук (ІУНМ). Українське мовознавство, зокрема термінологія, за влучним висловом українського термінолога А. Вовка (США), пережило «золоте десятиріччя» (1921 – 1931). Інститут української мови структурно поділявся на шість відділів: природничий, сільськогосподарський, соціально-економічний, технічний, мистецький, правничий.

За цей період було опубліковано близько 50 різноманітних словників чи проєктів словників із гуманітарних і природничих галузей знань, серед яких «Словник хемічної термінології» О. Курило, «Словник технічної термінології» І. Шелудька і Т. Садовського, «Словник природничої термінології» Х. Полянського, «Словник фізичної термінології» В. Фаворського та ін. Проте в 1930 р. ІУНМ за сфабрикованою справою СВУ (Спілки визволення України) було ліквідовано, а провідних учених репресовано. Видання словників було припинено, а вже надруковані – вилучено з бібліотек і книгарень.

5. Період функціонування української термінології 1932 – 1990 років. У тридцятих роках розпочалося переслідування українських мовознавців. Упродовж 1933 – 1935 рр. Інститут мовознавства видавав «Термінологічні бюлетені», у яких значну частину (14 тисяч) українських термінів замінено російськими відповідниками (*буриштин– янтар, копальня – шахта, линва – трос*).

Зацікавлення термінологіями різних галузей знань поновлюють у другій половині 50-х років. Президія АН УРСР у 1957 р. створює Словникову комісію, яку очолив академік Й. Штокало. Комісія видала 16 російсько-українських словників з найважливіших галузей знань.

6. Сучасний період розвитку української термінології (90-ті роки ХХ ст. – початок ХХІ ст.). На сучасному етапі розвитку української лінгвістичної науки простежуємо зацікавлення термінознавством. Помітним є намагання фахівців і мовознавців унормувати галузеві термінології. На початок ХХІ ст. розроблено близько 1000 Державних стандартів України (ДСТУ) на «Терміни та визначення». Спостерігається надзвичайна термінографічна активність: видано словники різних типів – перекладні, енциклопедичні, тлумачні, словники нових термінів. Великий внесок у підготовку словників економічного напрямку зробили науковці А. Загородній, Г. Вознюк, М. Серевко, В. Коноплицький, А. Філіна, С. Єрмоленко, В. Єрмоленко, К. Ленець, Л. Пустовіт та ін., які уклали тлумачні термінологічні словники на теми: «Цінні папери»; «Податки, збори, обов'язкові платежі»; «Маркетинг, ринок, фінанси», а також перекладні словники-довідники юридичної, банківської, фінансової, бухгалтерської та економічної сфери.

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

міжнародні наукові конференції «Українська термінологія і сучасність» (Київ, Інститут української мови НАН України), «Проблеми української науково-технічної термінології» (Національний університет «Львівська політехніка»).

2. Термін (від латин. *terminus* – межа, кінець) – це слово або словосполучення, яке позначає поняття певної галузі знань чи діяльності людини.

Кожна галузь науки, техніки, виробництва, мистецтва має свою термінологію. Виокремлюють основні групи термінологічної лексики за такими ознаками:

1. Галузі знань – математична (*дільник, косинус, логарифм, частка*); фізична (*молекула, коливання, статика, індукція*); мовознавча (*фонема, афікс, парадигма, синтаксис*); літературознавча (*лейтмотив, верлібр, хорей, сюжет*); філософська (*діалектика, гносеологія, абсолют, апіорі*); економічна (*банк, кредит, лізинг, баланс*); хімічна (*кисень, іонізація, оксиди, хімічна реакція*); музична (*октава, квінтет, акорд, гармоніка*); спортивна (*гросмейстер, аут, тайм, сет, раунд*) тощо.

2. За мовою творення – англійська, польська, німецька, українська та ін.

3. За походженням – власне українські (питомі) терміни та запозичені.

4. За будовою – прості (термінолексеми) та складені (терміносполуки).

Серед системи термінів кожної галузі вирізняють дві складові – термінологію і терміносистему.

Термінологія – сукупність термінів певної мови або певної галузі.

Терміносистема – це галузеві термінології, тобто сукупність термінів конкретних галузей. *Термінознавство* – наука, що вивчає термінологію.

Основні ознаки терміна:

Системність: кожний термін входить до певної терміносистеми, у якій має термінологічне значення, а за межами своєї терміносистеми він може мати зовсім інше значення.

Точність: термін повинен якнайповніше й найточніше передавати зміст поняття, яке він позначає, неточний термін може бути джерелом непорозуміння між фахівцями.

Прагнення до однозначності в межах своєї терміносистеми: якщо більшість слів загальнонавчаної мови багатозначні, то більшість термінів –

однозначні, це зумовлено їх призначенням, але повністю усунути багатозначність (найчастіше двозначність) не вдається.

Наявність дефініції: кожний науковий термін має дефініцію (визначення), яка чітко окреслює, обмежує його значення.

Відсутність емоційно-експресивного забарвлення.

3. Галузеві терміносистеми взаємодіють одна з одною, мають спільний термінологічний фонд. Ізольованих терміносистем немає, вони містять уніфіковані щодо норм сучасної мови терміни на міжгалузевому рівні.

Залежно від ступеня спеціалізації значення, терміни поділяють на три групи:

1. *Загальнонаукові терміни*, які вживають майже в усіх галузевих термінологіях, наприклад: *система, тенденція, закон, концепція, теорія, аналіз, синтез* тощо. До цієї категорії відносять і загальнотехнічну термінологію (*машина, пристрій, агрегат*).

2. *Міжгалузеві терміни* – це терміни, які використовують у кількох споріднених або й віддалених галузях (економічна наука має термінологію, спільну з іншими соціальними, природничими науками, наприклад: *амортизація, екологічні витрати, санація, технополіс, приватна власність*).

3. *Вузкоспеціальні терміни* – це слова чи словосполучення, які позначають поняття, що відображають специфіку конкретної галузі, наприклад: *авізо, дебет, кредит*.

Номені (номенклатурні назви) – сукупність умовних символів, графічних позначок, греко-латинських назв на позначення певного маркування. До номенів належать серійні марки машин, верстатів, приладів, підприємств, географічні назви. Наприклад: *півострів, острів, море, гора* – терміни, *Крим, Корсика, Сардинія, Чорне море, Альпи* – номені; *банк* – термін, *«Аваль» «ПриватБанк», «Ощадбанк»* – номені.

Професіоналізми – це слова чи словосполучення, властиві мовленню певної професійної групи людей. Професіоналізми – це напівофіційні слова чи словосполучення, які поширені в мовленні людей певної професії, але не є строгими науковими позначеннями понять (*кредиторка, незавершенка*, тобто *кредиторська заборгованість, незавершене виробництво*). Професіоналізми належать до ненормативної спеціальної лексики; їх рідко подають у загальних та спеціальних словниках; сфера використання – розмовне мовлення (*нормативка, баланс висить, оборотка, первинка*).

4. Наукові терміни української мови утворюють такими основними способами:

1. *Вторинна номінація* – використання наявного в мові слова для називання наукового поняття: *голка, кошик, стрічка, човник, приймач, провідник, хвиля*. Це найдавніший спосіб термінотворення.

2. *Морфологічний спосіб* – утворення термінів за допомогою наявних у мові словотворчих моделей:

- префіксальний (*надприбуток, перевитрати, суперринок*);
- суфіксальний (*відшкодування, планування, банкір, фінансист*);
- префіксально-суфіксальний (*безробіття, надлишок, понаднормовий*);
- безафіксний (*відклик, надмір*);
- основоскладання (*держбюджет, фінустанова*);
- словоскладання (*бізнес-план, продавець-касір*);
- аббревіація (*МВФ – Міжнародний валютний фонд, АПК – аграрно-промисловий комплекс*).

3. *Синтаксичний* – використання словосполук для називання наукових понять.

Серед економічних терміносполук найпоширенішими є дво- та трикомпонентні, для яких властивий, як правило, підрядний тип синтаксичного зв'язку. Двокомпонентні терміни-словосполуки переважно побудовані за моделями узгодження прикметників з іменниками, що мають різні категорії роду: чоловічий рід (*акціонерний капітал, валютний арбітраж, безстроковий вклад, гарантійний вексель*); жіночий рід (*бюджетна система, валова продукція, валютна інтеграція, девізна політика*); середній рід (*акціонерне товариство, антидемпінгове мито, валютне застереження*). Переважають конструкції, вжиті у формі однини, хоч мають місце такі, що узгоджуються з іменниками у формі множини (*амортизаційні відрахування, безготівкові розрахунки, безакцептні платежі, довірчі фонди*).

Доволі широко репрезентовані трикомпонентні конструкції, побудовані за моделями підрядних словосполучень. Найпродуктивнішими є такі моделі: прикметник + прикметник + іменник: *валовий національний продукт, вантажна митна декларація, вантажна транспортна накладна, довірчі пайові фонди, європейська валютна система*; складний прикметник + іменник: *активно-пасивні рахунки, експортно-імпортні постачання, економіко-математичні моделі*; прикметник + іменник + іменник: *акордна оплата праці, активні операції банків, валютні умови контракту, гарантований період кредиту*; іменник + прикметник + іменник: *гарантування експортних кредитів, емісія цінних паперів, ефективність суспільного виробництва, закон грошового обігу, модель господарського розрахунку*.

До багатоконпонентних терміносполук належать ті, що містять чотири і більше компонентів: *акордна система заробітної плати, твердий офіційний курс національної валюти, спільне підприємство з участю іноземного капіталу*.

4. *Запозичення* – називання наукового поняття іншомовним словом. У галузевих терміносистемах української мови іншомовні запозичення

становлять близько 40 % від однослівних термінів. Виділяють також велику групу інтернаціоналізмів – міжнародних термінів, уживаних не менш ніж у трьох неспоріднених мовах і запозичених переважно з грецької (*теорема, катет, гіпотенуза*) і латинської мови (*мотор, трансляція, апарат, локатор, станція*). До складу економічної термінології належить також значна частина термінів, запозичених з інших мов. Серед них переважна більшість – з латинської мови (*актив, акредитив, дотація, депозит, ліцензія*); англійської (*кліринг, банкрут, бартер, бізнес, менеджер*), італійської (*авізо, ажю, валюта, жирю, лаж*), німецької (*банк, декорт, жирант, індосамент*), французької (*авуари, акція, баланс, гарант, евальвація*), голландської (*біржа, лаг*) та ін.

Питання для самоперевірки

1. Назвіть основні періоди розвитку української термінології. Схарактеризуйте їх.
2. Що таке термін? Які його характерні ознаки та основні вимоги?
3. Які види термінологічної лексики виділяють?
4. Які є різновиди термінів в українській мові?
5. Які є терміни за структурними моделями?
6. Якими способами українського словотворення можуть утворюватися терміни?
7. Яке місце посідають інтернаціональні терміни в системі термінів національних мов?
8. Розкрийте поняття «номени» та «професіоналізми».
9. З'ясуйте витоки термінології вашого фаху.
10. Визначте перспективи розвитку фахової мови вашої галузі.

Література

1. Гриценко Т.Б. Українська мова за професійним спрямуванням: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2019. 594 с.
2. Кацавець Р. Ділова українська мова. За новим українським правописом: навчальний посібник. Київ: Алерта, 2022. 324 с.
3. Мозговий В.І. Українська мова у професійному спілкуванні: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2019. 592с.
4. Мацюк З., Станкевич Н. Українська мова професійного спілкування: навч. посібн. Київ: Каравела, 2018. 352 с.
5. Новий український правопис. Київ: ЦУЛ, 2022. 284с.
6. Парашук В.Ю. Основи теорії мовної комунікації: навч. посібн. Київ: Академія, 2010. 240с.
7. Пентиліук М.І., Маруніч І.І., Гайдаєнко І.В. Ділове спілкування та культура мовлення: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2011. 224 с.
8. Семеног О.М. Культура наукової української мови Київ: Академія, 2010. 216 с.

9. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації (ДСТУ 4163: 2020). Київ, 2020. 15 с.

ТЕМА 7 НАУКОВИЙ СТИЛЬ. ПРОБЛЕМИ ПЕРЕКЛАДУ НАУКОВИХ ТЕКСТІВ

(2 години)

План

1. Основне призначення та головні ознаки наукового стилю.
2. Особливості наукового тексту і професійного наукового викладу думки.
3. Суть і види перекладу.

1. *Сфера використання* наукового стилю – наукова діяльність, науково-технічний прогрес.

Основне призначення – викладення наслідків досліджень про людину, суспільство, явища природи, обґрунтування гіпотез, доведення істинності теорій, класифікація й систематизація знань, роз'яснення явищ, збудження інтелекту читача для їх осмислення.

Основні ознаки наукового стилю:

- ясність і предметність тлумачень (ясність передбачає зрозумілість, доступність);
- логічна послідовність і доказовість викладу (наявність смислових зв'язків між послідовними одиницями тексту);
- об'єктивність викладу (зваженість оцінювання ступеня дослідження проблеми, шляхів її вирішення, ефективності певної теорії);
- точність і лаконічність висловлювань (передбачає однозначність розуміння тексту);
- аргументація та переконливість тверджень;
- однозначне пояснення причинно-наслідкових відношень;
- докладні висновки.

Основні мовні засоби:

- велика кількість наукової термінології (*кредит, курс гривні, ліквідність, угода валютна*);
- наявність схем, таблиць, графіків, діаграм, систем математичних, фізичних, хімічних знаків і значків;
- оперування абстрактними, переважно іншомовними, словами (*компенсація, конвертування, тендер, якість кредитів*);
- використання суто наукової фразеології, стійких термінологічних словосполучень (*дешеві гроші, золотий запас, якість кредитів*);
- залучення цитат і посилань на першоджерела;
- відсутність авторської індивідуальної манери та емоційно-експресивної лексики;

- наявність чіткої композиційної структури тексту (послідовний поділ на розділи, частини, пункти, підпункти, параграфи, абзаци із застосуванням цифрової або літерної нумерації);
- переважне вживання іменників та відносних прикметників, наявність дієслівних форм, частіше безособових чи неозначених, як правило, теперішнього часу, що констатують певні явища й факти; значну роль відіграють дієприслівники та дієприкметникові звороти, які додатково характеризують дії, предмети та явища;
- монологічний характер текстів;
- переважання різнотипних складних речень, стандартних виразів (кліше).

Підстилі наукового стилю:

- **власне науковий** (*жанри*: монографія, рецензія, стаття, наукова доповідь, повідомлення, курсова й дипломна роботи, реферат, тези), який поділяють на *науково-технічний та науково-гуманітарний*;
- **науково-популярний** (застосовується для дохідливого, доступного викладу інформації про наслідки складних досліджень для нефаківців, із використанням у неспеціальних часописах і книжках);
- **науково-навчальний** (наявний у підручниках, лекціях, бесідах для доступного, логічного й образного викладу, допускає використання елементів емоційності).

2. 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, характеризується доцільністю і раціональністю усіх положень, орієнтований на досягнення дослідницької мети та завдань.

Має раціональний характер, складається із суджень, умовиводів, побудованих за правилами логіки науки і формальної логіки.

У науковому тексті широко використовують понятійний, категоріальний апарат науки.

Текст 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 та методи дослідження.
2. Основна частина описує дослідження та його результати.
3. Підсумкова частина тексту регламентує висновки й рекомендації для проведення подальших наукових досліджень.

Мистецтво наукового тексту полягає в 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, поділятися на розділи й параграфи. Слід 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 й параграфи, він має деталізований розподіл на значеннєві частини, абзаци й речення. Варто пам'ятати, що надмірне дроблення тексту ускладнює його сприйняття, тому абзаци мають бути обґрунтованими і зводитися до викладу однієї думки.

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

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

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

– Науковий текст позбавлений авторського я. Перевагу варто надавати безособовим формам викладу.

– Текст має вирізнятися стислістю і ясністю викладу, не повинен містити повторів, багатослів'я, зайвих слів, канцеляризмів тощо.

3. Переклад – один із найважливіших шляхів взаємодії національних культур, дієвий спосіб міжкультурної комунікації. Мета будь-якого перекладу – донести до читача, який не володіє мовою оригіналу, зміст тексту. Перекласти означає точно й повно висловити засобами однієї мови те, що вже зафіксовано засобами іншої мови в нерозривній єдності змісту і форми.

Переклад – 1) процес відтворення письмового тексту чи усного вислову засобами іншої мови; 2) результат цього процесу.

Види перекладу за ознаками класифікації

1. За *формою* – *усний і письмовий*. *Усний* переклад використовують для обміну інформацією під час особистого контакту фахівців під час укладання контрактів, на виставках, міжнародних науково-технічних конференціях тощо.

Усний переклад може бути *послідовним* або *синхронним*. *Послідовний переклад* – це усний переклад повідомлення з однієї мови іншою після його прослуховування. *Синхронний переклад* робить перекладач-професіонал одночасно з отриманням усного повідомлення.

2. За *способом* перекладу – *буквальний і адекватний переклад*.

Буквальний переклад називають також дослівним, у ньому можуть зберігатися порядок слів та граматичні конструкції, не властиві мові, якою перекладають. *Адекватний переклад* точно передає зміст оригіналу, його стиль і відповідає всім нормам літературної мови

3. За *змістом* виділяють такі основні різновиди перекладу:

- *суспільно-політичний*, який передбачає усне чи письмове відтворення засобами іншої мови суспільно-політичних матеріалів;
- *художній*, тобто переклад творів художньої літератури (поезія, проза, драма). Твори світової класики українською мовою перекладали Леся Українка, Іван Франко, Микола Зеров, Максим Рильський, Микола Лукаш, Григорій Кочур та інші;
- *науково-технічний (технічний)* – переклад, який використовують для обміну науково-технічною інформацією між людьми, які спілкуються різними мовами.

4. За *ступенем повноти викладу оригіналу* виокремлюють такі види перекладу:

Повний переклад наукового тексту здійснюють за такими етапами: читання всього тексту з метою усвідомлення змісту; поділ тексту на завершені за змістом частини, їх переклад; стилістичне редагування повного тексту (слід оформити текст відповідно до норм літературної мови, усунути повтори; усі терміни і назви мають бути однозначними; якщо думку можна висловити кількома способами, перевагу слід віддати стислому, якщо іншомовне слово можна без шкоди для змісту замінити українським, то варто це зробити).

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

Анотаційний переклад – це стисла характеристика оригіналу, що є переліком основних питань, іноді містить критичну оцінку. Такий переклад дає фахівцеві уявлення про характер оригіналу (наукова стаття, технічний опис, науково-популярна книжка), 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. Сучасні програми комп'ютерного перекладу можна з успіхом використовувати, проте перекладений текст слід перевіряти, звернувши особливу увагу на переклад власних назв, термінів, слів у непрямому значенні та багатозначних, паронімів, омонімів, граматичних форм тощо.

Питання для самоперевірки

1. Визначте особливості наукового стилю професійного спрямування.

2. Назвіть підстилі і жанри реалізації наукового стилю.
3. Окресліть основні мовні засоби наукового стилю.
4. Схарактеризуйте структуру наукового тексту.
5. Розкрийте зміст поняття *переклад*.
6. Назвіть види перекладу та їх ознаки.
7. Назвіть основні етапи повного перекладу наукового тексту.

Література

1. Грищенко Т.Б. Українська мова за професійним спрямуванням: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2019. 594 с.
2. Кацавець Р. Ділова українська мова. За новим українським правописом: навчальний посібник. Київ: Алерта, 2022. 324 с.
3. Мозговий В.І. Українська мова у професійному спілкуванні: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2019. 592с.
4. Мацюк З., Станкевич Н. Українська мова професійного спілкування: навч. посібн. Київ: Каравела, 2018. 352 с.
5. Новий український правопис. Київ: ЦУЛ, 2022. 284с.
6. Паращук В.Ю. Основи теорії мовної комунікації: навч. посібн. Київ: Академія, 2010. 240с.
7. Пентилюк М.І., Маруніч І.І., Гайдаєнко І.В. Ділове спілкування та культура мовлення: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2011. 224 с.
8. Семенов О.М. Культура наукової української мови Київ: Академія, 2010. 216 с.
9. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації (ДСТУ 4163: 2020). Київ, 2020. 15 с.