

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ І ЗВ'ЯЗКУ

Н. Л. Рабецька

ДІЛОВА УКРАЇНСЬКА МОВА

Навчальний посібник

Одеса

Автор:

Рабецька Н.Л., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри лінгводидактики та іноземних мов Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку

Рецензенти:

Холод І. В. доктор філософії з філології, старший викладач кафедри української та іноземних мов Вінницького національного аграрного університету

Кухар Н.І., кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського

*Рекомендовано до друку Навчально-методичною Радою
Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку
(протокол № 11 від 10 червня 2024 р.)*

Рабецька Н. Л. Ділова українська мова: навчальний посібник для студентів соціально-гуманітарних спеціальностей. Одеса, 2024. 207 с.

Навчальний посібник містить теоретичні матеріали з дисципліни «Ділова українська мова», що включають: ведення українського справочинства, основні вимоги до оформлення документів, а також загальні вимоги до культури ділового спілкування, а також практичний блок: плани практичних занять, контрольні запитання й рекомендовану літературу для опрацювання кожної теми. Посібник покликаний узагальнити й систематизувати знання з української мови, формувати мовну особистість, обізнану з культурою усного й писемного мовлення, яка вміє в повному обсязі використовувати набуті знання, уміння і навички для оптимальної мовної поведінки в діловому житті.

Матеріали навчального посібника прислужаться студентам соціально-гуманітарних спеціальностей, викладачам, державним службовцям та всім, хто бажає підвищити власний рівень фахового ділового спілкування.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
ТЕОРЕТИЧНИЙ БЛОК.....	8
Тема 1. Українська мова – національна мова українського народу....	8
1. Предмет, завдання дисципліни «Ділова українська мова».....	8
2. Українська літературна мова та її норми.....	10
3. Стилї сучасної української літературної мови.....	16
4. Характеристика офіційно-ділового стилю.....	18
Тема 2. Сучасне справочинство.....	22
1. З історії українського справочинства.....	22
2. Класифікація документів.....	26
3. Правила оформлення документів.....	28
4. Вимоги до тексту документа.....	45
Тема 3. Лексика ділових паперів.....	48
1. Професійна лексика, терміни в ділових паперах.....	48
2. Іншомовні слова в ділових паперах.....	52
3. Синоніми, пароніми в документах.....	56
4. Книжні й урочисті слова в документах.....	61
Тема 4. Власні назви в документах.....	63
1. Велика літера в документах.....	63
2. Правопис та відмінювання прізвищ, імен по батькові в документах.....	65
3. Географічні назви в ділових паперах.....	70
Тема 5. Іменники в офіційно-діловому стилі.....	72
1. Граматичні категорії іменників у документах.....	72
2. Особливості відмінювання закінчень іменників у документах.....	75
3. Правопис закінчень власних і загальних назв у кличному відмінку при звертанні.....	78
4. Особливості відмінювання складних слів у документах.....	79
Тема 6. Граматичні форми прикметників, займенників, числівників в офіційно-діловому стилі.....	80

1. Особливості використання прикметників у документах.....	80
2. Особливості використання займенників у ділових паперах.....	83
3. Правила запису цифрової інформації у документах.....	86
4. Зв'язок числівників з іменниками в ділових паперах.....	89
5. Правопис числівників.....	92
Тема 7. Дієслово в офіційно-діловому стилі.....	93
1. Помилки при використанні дієприслівникових зворотів.....	93
2. Особливості використання дієслів у ділових паперах.....	94
Тема 8. Службові частини мови в офіційно-діловому стилі.....	95
1. Прийменники в офіційно-діловому стилі.....	95
2. Особливості використання сполучників у документах.....	98
Тема 9. Синтаксис ділових паперів.....	99
1. Особливості синтаксису ділових паперів.....	99
2. Координація підмета з присудком у ділових паперах.....	104
3. Складні випадки керування в ділових паперах.....	106
Тема 10. Культура мови і стилістика.....	107
1. Культура ділового спілкування.....	107
2. Ознаки культури мови.....	119
3. Основні поняття стилістики.....	121
Тема 11. Риторика.....	130
1. Риторика як складова частина культури ділового спілкування.....	130
2. Теорія риторики.....	133
3. Енергетика та емоційність мовлення.....	136
Тема 12. Публічний виступ.....	141
1. Ділова нарада.....	141
2. Прес-конференція.....	147
3. Культура проведення суперечки й дискусії.....	151
4. Публічна промова.....	178
ПРАКТИЧНИЙ БЛОК.....	183
Тема 1.....	183

Тема 2.....	185
Тема 3.....	187
Тема 4.....	189
Тема 5.....	191
Тема 6.....	193
Тема 7.....	195
Тема 8.....	197
Тема 9.....	198
Тема 10.....	200
Тема 11.....	201
Тема 12.....	203
ЛІТЕРАТУРА.....	204

ВСТУП

Ураховуючи загальнодержавну мовну політику, до системи загальнообов'язкових дисциплін введено курс ділової української мови, оскільки успішний фахівець будь-якої галузі повинен уміти правильно використовувати у своєму мовленні лексичні, граматичні, стилістичні, орфоепічні та пунктуаційні норми відповідно до мети і ситуації спілкування.

Навчальна дисципліна «Ділова українська мова» поєднує елементи культури мови, етики ділового спілкування, риторики й містить систематизований теоретико-практичний матеріал з українського ділового мовлення. У посібнику «Ділова українська мова» зокрема висвітлено питання орфографічних, лексичних, граматичних особливостей ділових паперів, етики ділового спілкування, питання риторики.

Предметом вивчення курсу «Ділова українська мова» є структура і властивості документальної інформації в українському діловодстві, власне ділова українська культура усного й писемного спілкування, підготовка до публічного виступу, основні вимоги до виголошення доповіді тощо. Специфіка курсу зумовлена застосуванням основних понять ділової української мови у професійній діяльності фахівців різного напрямку.

Метою курсу «Ділова українська мова» є вивчення ділової української мови, структури і властивостей документальної інформації, культури мови, етики спілкування, елементів риторики. Мета цієї дисципліни передбачає розв'язання таких завдань:

- ознайомлення з нормативною базою, що регламентує документознавство на сучасному етапі;
- вивчення основних видів документів, вимог щодо їхнього оформлення;
- формування умінь і навичок складання, написання та оформлення організаційної, розпорядчої документації, документації щодо особового складу, довідково-інформаційної, господарсько-договірної та обліково-фінансової;

- оволодіння нормами української літературної мови та дотримання вимог усного й писемного мовлення, а також навичками комунікативного використання засобів мови в різних життєвих ситуаціях.

Під час створення документів, вивчення основних правил етикету ділового спілкування, слухачі повинні:

- **знати** відомості про ділові документи: класифікацію документів, їхні види за класифікаційними ознаками, формуляр документа, реквізити, основні правила оформлення документів та вимоги до тексту документу; оволодіти основними навичками усного й писемного ділового українського мовлення, елементами риторики;

- **уміти** створювати документи різних видів, редагувати тексти документів відповідно до фаху, відтворювати їх на бланках, добирати та використовувати у ділових документах найуживаніші типові мовні звороти і кліше; спілкуватися українською мовою відповідно до ситуації.

Навчальний посібник «Ділова українська мова» розрахований на студентів соціально-гуманітарних спеціальностей, а також буде корисний розрахований для усіх охочих удосконалити свої знання з української мови загалом.

ТЕОРЕТИЧНИЙ БЛОК

Тема 1. Українська мова – національна мова українського народу

1. Предмет, завдання дисципліни «Ділова українська мова».

Якісні зміни, що відбуваються в Україні з часу отримання статусу суверенної незалежної держави, створюють сприятливі умови для зміцнення духовної, творчої особистості, яка здатна відповідати за кожне вимовлене нею слово. А надто в сучасних складних умовах, коли на території України тривають бойові дії, наша держава потребує чіткого розмежування й визначення українства у свідомості молодих людей. Українська мова потрібна нам для того, щоб залишатися українцями, бути окремим незалежним народом.

Мовна політика – це сукупність ідеологічних постулатів та практичних дій, спрямовані на врегулювання мовних відносин у країні. Негативна мовна політика, спрямована на знищення певної мови як головної ознаки етносу, називається лінгвоцидом. Тривалий час вона проводилася в Російській імперії, а згодом і в СРСР стосовно української мови й мов інших народів, які населяли територію держави, крім російської. Виникнення багатонаціональних держав вимагало врегулювання мовних відносин і спричинило появу терміну «державна мова» з метою виокремлення однієї обов'язкової мови офіційного спілкування. В умовах сучасної України мовна політика щодо української мови – сприятлива для її розвитку й функціонування в усіх сферах суспільного життя. Випускники закладів вищої освіти зобов'язані володіти мовно-комунікативною компетенцією.

Мовнокомунікативна компетенція – це вміння здійснювати мовленнєвий акт, у якому реалізується комунікативно-мовленнєва поведінка на основі фонологічних, лексико-граматичних та соціолінгвістичних знань, умінь і навичок відповідно до мети і ситуації спілкування.

Державна мова – це офіційно проголошена законодавчою владою мова сфери офіційного спілкування. З погляду юридичної термінології терміни «державна мова» й «офіційна мова» є аналогічними. Проте для визнання

правового статусу мови як державної є необхідність її законодавчого закріплення й нормативного оформлення. Офіційна мова не потребує обов'язкового проголошення законодавчою владою.

Українська мова – єдина державна мова України. Статус української мови як державної закріплено у Статті 10 Конституції України, прийнятої 28 червня 1996 року: «Державною мовою в Україні є українська мова. Держава забезпечує всебічний розвиток і функціонування української мови в усіх сферах суспільного життя на всій території України. В Україні гарантується вільний розвиток, використання і захист російської, інших мов національних меншин України. Держава сприяє вивченню мов міжнародного спілкування. Застосування мов в Україні гарантується Конституцією України та визначається законом» [51].

Зазвичай, державну мову виділяють за двома критеріями:

- мова корінної (автохтонної) нації;
- мова найчисленнішої нації.

Є країни, у яких державна мова закріплена традицією, а не законодавством. Наприклад, в арабських країнах державною мовою є арабська, однак у законодавстві цих країн про мову не йдеться, адже вони є переважно мононаціональними.

Мова – це характерний для людського суспільства, специфічний вид знакової діяльності, який поєднує систему артикуляційно-звукових актів, притаманних певній етнічній спільноті, на позначення явищ та сигналів об'єктивної дійсності, спрямований на обмін інформацією між представниками цієї спільноти.

Мова – це найважливіший засіб спілкування. Однак, це поняття значно ширше, ніж просто спілкування, оскільки мова існує у нашій свідомості, засобами мови ми мислимо, мова викликає у нашій уяві асоціативні зв'язки, сприяє виникненню розуміння, поняття, сприймання інформації. Процес і результат спілкування, який існує в усній або писемній формі, називається мовленням.

Мовними знаками можуть бути не лише словесні форми, букви чи пунктуаційні знаки. До них належать також ноти (знаки, якими послуговуються музиканти, композитори), піктограми (малюнки) та ін. елементи, які притаманні окремим галузям суспільної діяльності людей.

Навчальна дисципліна «Ділова українська мова» зосереджена на вивченні усталених форм і мовних засобів офіційно-ділового стилю літературної мови.

Предметом вивчення курсу «Ділова українська мова» є структура і властивості документальної інформації в українському діловодстві, ділова українська мова, культура усного й писемного спілкування, підготовка до публічного виступу, основні вимоги до виголошення доповіді тощо. Специфіка курсу зумовлена застосуванням основних понять ділової української мови у професійній діяльності фахівців різного напрямку.

Завдання:

- ознайомлення з нормативною базою, що регламентує документознавство на сучасному етапі;
- вивчення основних видів документів, вимог щодо їхнього оформлення;
- формування умінь і навичок складання, написання та оформлення організаційної, розпорядчої документації, документації щодо особового складу, довідково-інформаційної, господарсько-договірної та обліково-фінансової;
- оволодіння нормами української літературної мови та дотримання вимог усного й писемного мовлення, а також навичками комунікативного використання засобів мови в різних життєвих ситуаціях.

2. Українська літературна мова та її норми.

Національну мову творить народ протягом усіх етапів свого розвитку. Вона не існує відмежовано від суспільства, а як живий організм, постійно змінює свою форму, розвивається або занепадає.

Національна мова властива конкретній етнічній спільноті й закріплена за її етнічною територією. Національною мовою українського народу є українська.

Протягом багатьох століть, починаючи щонайменше з 3 тис. до н.е., вона вбирала в себе яскраві риси кожного історичного періоду, найактивніші словесні форми й запозичені з інших мов елементи.

Через те, що територія України займає центральне географічне положення і завжди активно контактувала із сусідніми державами в галузі суспільно-політичного й економічного життя, сукупність слів та особливості їхньої вимови на різних територіях, особливо прикордонних, значно відрізняється між собою. Тому національна мова України виражена у двох формах:

- а) вища форма – літературна мова;
- б) нижча форма – діалекти.

Сучасна українська літературна мова (СУЛМ) сформувалася на основі полтавсько-наддніпрянських говірок середньонаддніпрянського діалекту південно-східного наріччя кінця XVIII ст.

Якщо розглянути тогочасну карту етнічного розселення українців (Рис.1), видно, що Наддніпрянщина тоді займала центральну частину усієї території України. Отже, мова, яка побутувала на цій території, найменше зазнала впливів мов сусідніх держав. Саме це стало основною причиною виокремлення наддніпрянського діалекту як літературної мови.

Літературна мова – це унормована, відшліфована форма загальнонародної (національної) мови, яка обслуговує найрізноманітніші сфери суспільної діяльності людей. Початок сучасної української літературної мови пов'язують із виходом поеми «Енеїда» І. Котляревського у 1798 році, адже в ній вміщено цілу енциклопедію власне української лексики на позначення предметів народного вжитку, частин будинку, одягу, страв, напоїв. Раніше ніхто з письменників не приділяв такої уваги народній мові. Тому Іван Котляревський вважається зачинателем СУЛМ.



Рис.1. Карта етнічного розселення українців у XVIII ст.

Основоположником СУЛМ називають Тараса Шевченка, адже саме його творами («Кобзар», 1840 р.) українська мова вперше зазвучала на міжнародній арені [79].

Нижча форма національної мови вміщує територіальні й соціальні діалекти. Діалекти – великий підрозділ мови, який об’єднує групу говірок, пов’язаних між собою низкою спільних явищ, не відомих або не властивих іншим говіркам. Українська мова об’єднує три наріччя: північне, південно-західне та південно-східне, кожне з яких містить територіальні діалекти – варіанти національної мови, що вживаються як засіб спілкування особами, які належать до однієї територіальної спільноти: напр., пляцки (пиріг), бараболя (картопля), живець (колодязь) та ін. Територіальні діалекти поділяються на різні групи: подільський, поліський тощо (залежно від територіального поширення). Соціальний діалект – характеристика певних соціальних груп, що складається зі слів, словосполучень, фразеологізмів, висловів (часто запозичених з інших мов), якими користується певна група людей, об’єднана за різними соціальними критеріями. До соціальних діалектів належать жаргонізми, арготизми, сленгізми, а також просторіччя та професійні діалекти.

Отже, українська літературна мова має такі ознаки: наддіалектність, функціонально-стильова розгалуженість, унормованість, стандартизованість, уніфікованість, поліфункціональність.

Наддіалектність	Українська літературна мова функціонує на всіх мовних рівнях і вміщує лексичні та граматичні мовні засоби, властиві всій території України, однак є вищою формою загальнонаціональної мови.
Функціонально-стильова розгалуженість	Українська літературна мова функціонує у 5 основних стилях: офіційноділовому, науковому, художньому, публіцистичному, розмовно-побутовому, а також в епістолярному й

	конфесійному залежно від сфери і мети використання.
Унормованість	Літературній мові властива певна система правил уживання тих чи інших мовних засобів та особливостей написання, вимоги, наголошування, системи розділових знаків та ін.
Стандартизованість	Літературна мова, особливо у сфері професійного спілкування, уміщує систему певних стандартних кліше.
Уніфікованість	Уніфікація – це проведення до єдиної форми, до одноманітності шляхом використання одних і тих самих засобів вираження думок, поглядів, переконань.
Поліфункціональність	Українська літературна мова виконує усі суспільні функції, властиві національній мові: комунікативна, мислетворча, гносеологічна (пізнання), фатична (зв'язок), естетична, культуроносна, емотивна, експресивна, демонстративна та ін.

Мовна норма – це сукупність мовних засобів, які в конкретній мовній спільноті на певному історичному етапі вважаються правильними і зразковими. Мовна норма забезпечує людям можливість взаєморозуміння. Норма може бути діалектною і літературною.

Норми літературної мови – це реальні, історично зумовлені та порівняно стабільні правила реалізації мовленнєвої поведінки, які відповідають рисам національної мови на певному історичному етапі її розвитку у процесі спілкування.

Літературна норма виробляється всією суспільномовною практикою народу, відшліфовується майстрами слова різних стилів обґрунтовується в

основних закономірностях мовознавчою наукою і кодифікується у граматиках, словниках, правописах, довідниках, підручниках.

Типологію мовних норм визначають за мовними рівнями, які вони регулюють:

Орфоепічні норми	Регулюють правильність вимови: <i>г^лрунт, а^гітація, сміє^ться, ші^{ст}на^дцять</i> тощо.
Акцентуаційні норми	Регулюють правильність наголошування слів: <i>чорно^озем, чорно^ослив, чотирна^дцять, одина^дцять</i> .
Орфографічні норми	Регулюють правильність написання слів, уживання великої літери, переносу слів, уживання м'якого знака, апострофа тощо: <i>пів яблука, забур'янення</i> тощо.
Графічні норми	Регулюють правильність передачі звуків на письмі: [ja] на початку слова, після голосного та при роздільній вимові після приголосного позначає 2 звуки, але пишеться однією буквою я ; букви ї та ш завжди позначають 2 звуки: й+і, ш+ч.
Граматичні норми	Регулюють правильність вибору форми слова: Ольга Василівна – Ольго Василівно, друг – друже, дідусь – дідусю (звертання вживається лише у формі кличного відмінка).
Пунктуаційні норми	Регулюють правильність уживання розділових знаків: звертання, відокремлені та однорідні члени речення відокремлюються на письмі комами, після узагальнювального слова ставиться тире або двокрапка тощо.
Синтаксичні норми	Регулюють правильність побудови речень і словосполучень: прямий порядок слів, розташування присудка відносно підмета та синтаксем, які належать до їхніх груп.

Лексичні норми	Регулюють доцільність використання слів відповідно до їхнього лексичного значення.
Словотвірні норми	Регулюють правильність розташування морфем у складі слова.
Стилістичні норми	Регулюють вибір слів або синтаксичних конструкцій відповідно до мети і ситуації спілкування.

3. Стилi сучасної української лiтературної мови

Однією з ознак літературної мови є наявність розгалуженої системи стилів. Стиль – це різновид мовлення, що обслуговує певну сферу суспільної діяльності мовців і відповідно до цього має свої особливості добору й використання мовних засобів.

В українській літературній мові традиційно виділяють п'ять функціональних стилів: 1) офіційно-діловий; 2) науковий; 3) публіцистичний; 4) художній; 5) розмовно-побутовий, також додатково виокремлюють епістолярний та конфесійний стилі мовлення.

1. Розмовний стиль. Сфера використання – усне повсякденне спілкування в побуті, у родині, на виробництві.

Основне призначення – бути засобом впливу й невимушеного спілкування, живого обміну думками, судженнями, оцінками, почуттями, з'ясування виробничих і побутових стосунків.

Основні мовні засоби: емоційно-експресивна лексика; прості, переважно короткі речення; наявність фразеологізмів, діалектизмів, просторічна лексика, вигуки тощо.

2. Художній стиль. Найбільший і найпотужніший стиль укр. мови, його можна розглядати як узагальнення і поєднання усіх стилів. Широко використовується у творчій діяльності, різних видах мистецтва, у культурі, освіті. Крім інформаційної, покликаний виконувати насамперед естетичну функцію.

Основні ознаки: образність; зображувальність (тропи: епітети, метафори), відсутня певна регламентація використання засобів, відсутні будь-які приписи; визначальним є суб'єктивізм розуміння та відображення (індивідуальне світобачення, світовідчуття автора).

Основні мовні засоби: наявність усього багатства найрізноманітнішої лексики, переважно конкретно-чуттєвої; використання емоційно-експресивної лексики; широке використання різноманітних типів речень тощо.

Підстилі – епічний, ліричний, ліроепічний, драматичний.

3. Науковий стиль. Сфера використання – наукова діяльність, науково-технічний прогрес, освіта.

Основне призначення – викладення результатів досліджень про людину, суспільство, явища природи, обґрунтування гіпотез, істинності теорій, класифікація і систематизація знань.

Основні ознаки: ясність (понятійність) і предметність тлумачень; логічна послідовність і доказовість викладу; точність і лаконічність висловлювань тощо.

Основні мовні засоби спрямовані на інформування, пізнання, вплив і характеризуються: великою кількістю наукової термінології; наявність схем, таблиць; оперування абстрактними, переважно іншомовними словами тощо.

Підстилі – власне науковий, науково-навчальний, науково-популярний.

4. Публіцистичний стиль. Сфера використання – громадсько-політична, суспільно-виробнича, культурно-освітня діяльність.

Основне призначення – інформаційно-пропагандистськими методами вирішувати актуальні суспільно-політичні проблеми; активний вплив на читача (слухача), спонукання його до діяльності, до необхідності зайняти певну громадську позицію, змінити погляди чи сформувати нові.

Основні ознаки: доступність мови і формулювань; поєднання логічності доказів і полемічності викладу; наявність низки яскравих засобів позитивного чи негативного авторського тлумачення, яке має здебільшого тенденційний характер тощо.

Основні мовні засоби: насиченість суспільно-політичними та соціально-економічними термінами, закликами, гаслами; використовується багатозначна образна лексика, емоційно-оцінні слова, експресивні сталі словосполучення тощо.

5. Офіційно-діловий стиль – функціональний різновид мови, який слугує для спілкування в державно-політичному, громадському й економічному житті, законодавстві, в управлінській діяльності. Це мовна діяльність, завданням якої є регулювання ділових стосунків між членами суспільства, задоволення потреб офіційного спілкування. Учасниками ділового спілкування можуть виступати як окремі особи, так і організації, заклади, підприємства.

Характерні риси офіційно-ділового стилю: нейтральний тон викладу змісту тільки в прямому значенні; точність, ясність, лаконічність і послідовність у викладенні фактів; документальність тощо.

Основні мовні засоби: використання суспільно-політичної та адміністративно-канцелярської термінології; наявність специфічних сталих виразів; відсутність будь-якої авторської мовної індивідуальності; відсутність емоційно-експресивної лексики.

Офіційно-діловий стиль має такі *підстилі*: законодавчий, дипломатичний, юридичний, адміністративно-канцелярський.

6. Епістолярний стиль – стиль приватного листування. Особливо популярним був у 18 – 20 ст. Насичений поширеними звертаннями, поєднує в собі риси художнього, публіцистичного, розмовно-побутового стилів.

7. Конфесійний стиль – стиль релігійної літератури. *Особливості:* непрямий порядок слів у реченні. Вживання релігійної термінології та слів символів.

4. Характеристика офіційно-ділового стилю

Офіційно-діловий стиль (ОДС) – функціональний різновид мови, який слугує для спілкування в державно-політичному, громадському й економічному

житті, законодавстві, у сфері управління адміністративно-господарською діяльністю.

Основне призначення – регулювати ділові стосунки зазначених вище сферах та обслуговувати громадянські потреби людей у типових ситуаціях.

Мовленню у сфері управління притаманна низка специфічних особливостей. Учасниками ділового спілкування є органи та ланки управління – організації, заклади, підприємства, посадові особи, працівники. Характер і зміст інформаційних зв'язків, у яких вони можуть бути задіяні, залежать від місця установи в ієрархії органів управління, її компетенції, функціонального змісту діяльності. Ці відносини стабільні й регламентуються чинними правовими нормами.

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

Іншою важливою характеристикою ділового спілкування є конкретна адресність інформації. Суттєвим фактором ділового спілкування, що впливає на характер управлінської інформації, є повторність дій і ситуацій. Управлінська діяльність – це завжди «гра за правилами». Як наслідок цього повторність управлінської інформації приводить до регулярності використання весь час однакових мовних засобів.

Наступною характерною рисою ділового спілкування є тематична обмеженість кола завдань, що вирішує організація, а це, відповідно, є наслідком певної стабільності її функцій. Отже, можна вирізнити такі властивості управлінської інформації в умовах ділового спілкування:

- офіційний характер;
- адресність;
- повторність;
- тематична обмеженість.

Специфіка ОДС полягає в певних стильових рисах (ознаках), що притаманні лише йому, а саме:

- нейтральний тон викладу змісту лише у прямому значенні;
- точність та ясність повинні поєднуватися з лаконічністю, стислістю й послідовністю викладу фактів;
- документальність (кожний офіційний папір повинен мати характер документа), наявність реквізитів, котрі мають певну черговість, що дозволяє довго зберігати традиційні стабільні форми;
- наявність усталених одноманітних мовних зворотів, висока стандартизація вислову;
- сувора регламентація тексту; для чіткої організації текст поділяється на параграфи, пункти, підпункти.

Ці основні риси є визначальними у формуванні системи мовних одиниць і прийомів їх використання в текстах ділових, (управлінських) документів.

Мовознавець М. Пилинський [49] зазначав, що найпершою традиційною ознакою досконалості для групи «нехудожніх» стилів, до яких належить й офіційно діловий, залишається стислість, а також такі *вимоги*:

- додержання основних загальномовних і функціонально-стилістичних мовних норм;
- слова й вирази, що безпосередньо пов'язані з думкою, повинні стояти в тексті якнайближче;
- дотримання максимально чіткого, послідовно-логічного і граматичного зв'язку між реченнями, що містять окремі судження;
- вставні речення, застереження, супровідні твердження, усякі відхилення від основної думки повинні значно поступатися своїм обсягом перед викладом основної думки.

У результаті багатовікового розвитку в ОДС сформувалися такі *мовні засоби та способи викладу змісту*, які дозволяють найефективніше фіксувати управлінську інформацію й відповідати всім вимогам, що до неї висуваються:

- широке використання суспільно-політичної та адміністративно-канцелярської термінології (функціонування закладу, узяти участь, регламентація дій);
- наявна фразеологія повинна мати специфічний характер (ініціювати питання, висунути пропозицію, поставити до відома);
- обов'язкова відсутність будь-якої авторської мовної індивідуальності та емоційно-експресивної лексики;
- синонімія повинна бути зведена до мінімуму й не викликати двозначності сприймання;
- наявність безособових і наказових форм дієслів у формі теперішнього часу із зазначенням позачерговості, постійності дії;
- чітко регламентоване розміщення та будова тексту; обсяг основних частин, наявність обов'язкових стандартних стійких висловів, певних кліше (що дозволяє користуватися готовими бланками);
- до мінімуму зведено використання складних речень із сурядним і підрядним зв'язком, натомість широко використовуються безсполучникові, прості поширені (кілька підметів при одному присудку, кілька присудків при одному підметі, кілька додатків при одному з головних членів речення тощо).

ОДС має такі функціональні підстили:

- **Законодавчий** – використовується в законотворчій сфері, регламентує та обслуговує офіційно-ділові стосунки між приватними особами, між державою і приватними та службовими особами. Реалізується в Конституції, законах, указах, статутах, постановах та ін.
- **Дипломатичний** – використовується у сфері міждержавних офіційно-ділових стосунків у галузі політики, економіки, культури. Регламентує офіційно-ділові стосунки міжнародних організацій, структур, окремих громадян. Реалізується в конвенціях (міжнародних угодах), комюніке (повідомленнях), нотах (зверненнях), протоколах, меморандумах, договорах, заявах, ультиматумах і т. ін.

- **Юридичний** – використовується у юриспруденції (судочинство, дізнання, розслідування, арбітраж). Цей підстиль обслуговує й регламентує правові та конфліктні відносини:

- 1) між державою та підприємствами й організаціями всіх форм власності;
- 2) між підприємствами, організаціями та установами;
- 3) між державою та приватними особами;
- 4) між підприємствами, організаціями й установами всіх форм власності та приватними особами;
- 5) між приватними особами.

Реалізується в актах, позовних заявах, протоколах, постановках, запитах, повідомленнях та ін.

- **Адміністративно-канцелярський** – використовується у професійно-виробничій сфері, правових відносинах і діловодстві. Він обслуговує та регламентує:

- 1) службові (офіційні) відносини між підприємствами одного й різного підпорядкування;
- 2) службові відносини між структурними підрозділами одного підприємства;
- 3) службові відносини між приватною особою та організацією, установою, закладом і навпаки;
- 4) приватні (неофіційні) відносини між окремими громадянами.

Реалізується в офіційній кореспонденції (листах), договорах, контрактах, заявах, автобіографіях, характеристиках, дорученнях, розписках та ін.

Тема 2. Сучасне справочинство

1. З історії українського справочинства

Наявність мовних засобів, придатних для закріплення правових норм існування суспільства, – одна з основних ознак будь-якої літературної мови. Україна як держава з тисячолітньою історією має дуже давні традиції законотворення, закріплення правових і господарських стосунків між

громадянами держави, що зафіксовані у документах різних жанрів засобами давньоукраїнської, староукраїнської, а згодом української літературної мови [34].

Юридичний підстиль української мови сформований, як свідчить академік В. Німчук, ще до поширення на території нашої держави кириличного письма: «Відносно унормована суспільно-державна й юридична термінологія, яка вживається досить послідовно в усіх текстах, створених у старожитній державі, та вводиться більш чи менш послідовно навіть у старослов'янські конфесійні (у тому числі євангельські) тексти, свідчить про існування на землях східних слов'ян писемно-літературної традиції ще до офіційної християнізації» [44].

Найдавнішими пам'ятками ділової писемності Київської Русі є договори руських князів із греками 907, 911, 944, 971 років, оригінали яких, на жаль, не збереглися. Зрозуміло, що важко встановити мовні риси документів, які дійшли до нас у переписаному через кілька століть після укладання варіанті.

Договори того далекого часу, що мали як визначена форма права публічно-правовий характер, на його думку, можна поділити на: 1) договори українських князів з чужоземними державами (договори міжнародні), 2) договори князів різних земель між собою і 3) договори між князем і народом. У старовину всі ці договори мали такі назви: «мир», «ряд», «цілування», «докінчання» тощо [25].

Найдавнішим зразком законодавчого підстилю, яка на сьогодні відома, є «Руська правда». З юридичного погляду ця пам'ятка є збіркою «норм звичаєвого права та княжих уставів, складену в XI–XII ст. (найдавніший список, що зберігся, походить із кінця XIII ст.). Як і в аналогічних західноєвропейських збірках – «правдах» (Lex Salica, Lex Ripuaria), в Руській Правді над судовими вироками конкретного змісту переважають суто формалістичні та символічні процесуальні правила (хоч маються також і норми звичаєвого права давнішого походження, які вже втратили конкретний зміст судових вироків). Право публічне й карне не відділені ще від права приватного, цивільного, але вже помітне звільнення індивіда з-під опіки суспільних зв'язків, його індивідуальна діяльність значною мірою відбилася на нормах цивільного права. В Руській Правді знаходимо

цивільні норми, що торкаються права речового, родинного, опіки, спадкового права, зобов'язань; порівняно значно розвинуто інститути торговельного права, торговельного кредиту тощо. Процесуальне право Руської Правди містить багато примітивних норм первісного судочинства, в тому числі найдавнішу норму про управління інституту кривавої помсти; маються також норми, з яких пізніше розвинулося копне судочинство. Норми Руської Правди мають деякі спільні риси з нормами старогерманського й римо-візантійського права (напр., норми про криваву помсту, «виру» (Wergeld), розшук крадених речей – «свод», судочинство й т. д.) [66]. Проте, на думку Л. Білецького, Руська Правда відбиває розвиток рівня правової і моральної свідомості українського народу в найглибших і найделікатніших взаєминах між собою. Коли порівняти цю сторону Руської Правди з нормами старонімецького права, – в Руській Правді впадає у вічі відмінність правових відносин: «Руська Правда фіксує знесення кривавої помсти й заміну останньої на грошеві покути (віра, продаж, уроки), фіксує рівність жінки перед законом і в спадковій праві та в праві родинній, і за вбивство жінки та сама відповідальність убивника, що і за чоловіку; нарешті фіксує змагання законодавців полегшити становище найбільшого населення (смердів, закупів, холопів, рабів) перед сильними світу, великими землевласниками, перед тими багачами, що дають у позику гроші і стягають великі проценти і т.д.» [6]. У тексті Руської Правди вживаються морфологічні форми, характерні для сучасної української мови, її офіційно-ділового стилю. Наприклад, «як і в усіх інших південноруських пам'ятках, іменники чоловічого роду в давальному відмінку однини часто приймають закінчення -ови / -еви.

Із синтаксичного погляду в тексті Руської Правди переважають конструкції з умовно-часовою взаємозалежністю, аналогічні сучасним підрядним умови. Такі висловлення є імплікативними і містять два компоненти: антецедент (основа) – частина висловлення після слова **якщо** (давньоруськ. **ажє**), консеквент (наслідок) – частина висловлення після слова **то**.

Як констатує Р. Лащенко, в Київській Русі популярними були розпорядчі документи, які засвідчували волевиявлення князів, поширене на окремих осіб

або інституції. Такі документи називалися уставами чи уроками. Дослідник так описує цей тип документів: «Устав» – старе українське слово. В літописі є свідчення, що княгиня Ольга, підкоривши Деревлян, стала заводити «устави» і «уроки». Таке ж старе слово «урок» («умова, угода, правило»). Платіжку вірникові Руська Правда називає «урок Ярославль»; в Руській Правді зустрічаються постанови і про «уроці скоту», і «про уроці смерду», що являли собою «устави і уроки» князів, з правничого боку це не були власне «закони» в нашому розумінні цього слова, – це по суті й формі були лише князівські розпорядження, які стосувалися і управління, і суду [38]. Закон містить норму права, яка має зобов'язальну силу для всіх, князівські устави переважно стосувалися лише тих, для кого видавалися – окремих осіб, окремих інституцій і т.д. Закон завжди оголошується для загального ознайомлення; до свого скасування він є чинним і може пережити не тільки своїх фізичних творців-авторів, але й цілу низку наступних поколінь, князівські ж устави діяли лише за життя того князя, який їх видав, і для продовження їх дії потрібне було підтвердження з боку нового князя. Вже цих спостережень досить, щоби дійти висновку, що під «уставом» треба власне розуміти не закон, а розпорядження князя.

Руські грамоти. Традиції документотворення розвивалися в руських грамотах (gramota – з грецької, «письмо, книга»), «найдавніші з яких, що збереглися до нашого часу, відносяться до початку XII ст.» [50]. За часів Київської Русі грамотами називали будь-які писемні документи, пізніше (з XV ст.) – це акти правового характеру. У літописах є згадки про грамоти IX ст., зокрема під 896 роком згадується грамота Володимира Святославовича, в якій ідеться про передання земель у володіння київській церкві Богородиці. Давньоруські грамоти були дарчими документами, що проіснували як особливий жанр службових паперів з XII ст. до 1917 року. Руські князі засвідчували дарчими грамотами надання економічних і політичних привілеїв особам, соціальним верствам, монастирям, церквам тощо.

Грамоти часів Київської Русі були написані давньоукраїнською мовою з вкрапленнями старослов'янської. Їм властиві морфологічні риси, що надалі усталилися в мові наших предків і перейшли в сучасну літературну норму: 1) повноголосся (городъ, корова); 2) закінчення дієслів 3-ї особи на -ть із літерою ь (ерь), що передавала м'яку вимову кінцевих приголосних. Українська мова як мова природна (не створена штучно) стала прямою спадкоємицею давньоукраїнської (давньоруської мови).

2. Класифікація документів.

Документ – основний вид ділового мовлення. Він фіксує та передає інформацію, підтверджує її достовірність, об'єктивність.

Документ – це матеріальний об'єкт, що містить у зафіксованому вигляді інформацію, оформлений у заведеному порядку й має відповідно до чинного законодавства юридичну силу.

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

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

У практичній діяльності установ організацій і підприємств найчастіше використовують текстові документи, інформація яких фіксується рукописним, машинописним чи друкарським способом.

Види документів визначають за такими ознаками:

1. Найменуванням – заяви, листи, телеграми, довідки, службові записки, інструкції, протоколи та ін.;

2. Походженням – службові (офіційні) й особисті:

Службові документи створюються організаціями, підприємствами та службовими особами, які їх представляють. Вони оформляються в установленому порядку;

Особисті документи створюють окремі особи поза сферою їх службової діяльності;

3. Місцем виникнення – внутрішні та зовнішні:

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

Зовнішні є результатом спілкування установи з іншими установами чи організаціями;

4. Призначенням – організаційні, розпорядчі, довідково-інформаційні, обліково-фінансові, господарсько-договірні, щодо особового складу;

5. Напрямком – вхідні й вихідні;

6. Формою – стандартні (типові) й індивідуальні (нестандартні):

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

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

7. Строками виконання – звичайні безстрокові, термінові й дуже термінові:

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

Термінові – зі встановленим строком виконання. До них, належать також документи, які є терміновими за способом відправлення (телеграма, телефонограма);

Дуже термінові документи з позначенням «дуже терміново»;

8. Ступенем гласності – таємні й несекретні (для службового користування). Таємні документи мають угорі праворуч позначку «Таємно». Розголошення змісту такого документа призводить до кримінальної відповідальності;

9. Стадіями створення – оригінали, копії й виписки:

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

Копія – це точне відтворення оригіналу. На копії документа обов'язково робиться помітка «Копія» вгорі праворуч. Листуючись з підприємствами, організаціями й установами, у справах завжди залишають потрібні для довідок копії. Такі копії звуться відпуском. Оригінал і копія мають однакову юридичну силу;

За потреби відтворити не весь документ, а лише його частину, робиться виписка (витяг);

10. Якщо документ загублено, видається його другий примірник – дублікат. Юридичне оригінал і дублікат рівноцінні;

11. Складністю – прості (односкладові) й складні;

12. Терміном зберігання – постійного, тривалого (понад 10 років) і тимчасового (до 10 років) зберігання;

13. Технікою відтворення – рукописні й відтворені механічним способом;

14. Носієм інформації – оформлені на папері, диску, фотоплівці, магнітній стрічці, перфострічці.

Організація роботи з документами та діяльність щодо їх створення називаються діловодством.

3. Правила оформлення документів

Кожний документ складається з окремих реквізитів.

Сукупність реквізитів, розміщених у встановленій послідовності, називається формуляром. Кожний вид документа повинен мати свій формуляр-зразок, тобто певну модель побудови однотипних документів.

Аркуш паперу з відтвореними на ньому реквізитами, що містять постійну інформацію, називається бланком. Кожна установа чи підприємство повинні мати два види бланків – для офіційних листів та для інших документів.

Реквізити документа та їх розташування на папері

Державний герб – посередині зверху або у верхньому лівому кутку.

Емблема організації – поряд з назвою організації.

Зображення державних нагород – у верхньому лівому кутку або посередині зверху.

Код підприємства – у верхньому правому кутку.

Код форми документа – у верхньому правому кутку під кодом підприємства.

Назва міністерства (відомства) – у верхньому лівому кутку або посередині.

Повна назва організації – у верхньому лівому кутку або посередині.

Назва структурного підрозділу – під назвою організації.

Індекс підприємства зв'язку, поштова адреса, номер телефону, факсу, електронної пошти, номер рахунку в банку – під назвою організації.

Назва виду документа – зліва або посередині зверху.

Дата – в лівій верхній частині або під текстом зліва.

Індекс – у лівій верхній частині.

Посилання на індекс та дату вхідного документа – у верхній лівій частині.

Місце укладання – у верхній лівій частині.

Гриф обмеження доступу до документу – з правого боку під кодом форми.

Адресат – у правому верхньому кутку.

Гриф затвердження – у верхній правій частині.

Резолюція – у правому верхньому кутку або на будь-якій вільній площі сторінки.

Заголовок до тексту – під назвою виду документа.

Відмітка про контроль – з лівого боку у верхній частині.

Текст – по всій ширині сторінки (від берега до берега).

Відмітка про наявність додатка – у верхній лівій частині.

Підпис – під текстом.

Гриф узгодження – під підписом.

Віза – під текстом.

Печатка – під текстом.

Відмітка про засвідчення копії – під підписом.

Прізвище виконавця та номер його телефону – у нижньому лівому кутку останньої сторінки документа.

Відмітка про виконання документа й скерування його до справи – у лівій частині нижнього берега.

Відмітка про перенесення даних на машинний носій – після тексту.

Відмітка про надходження – праворуч на нижньому березі документа.

Ураховуючи велику кількість тематичної літератури, подаємо оновлену інформацію за ДСТУ 4163:2020 [66].

Основні зміни стосуються такого:

- застосування електронного документа з паперовим носієм інформації;
- умов проставляння штрих-коду або QR-коду та КЕП (ЕЦП);
- вимог до оформлення деяких реквізитів організаційно-розпорядчої документації;
- під час підписання документів посадові особи замість зазначення П. І. Б. мають вказувати лише ім'я та прізвище.

Зверніть увагу, що відповідно до Правил організації діловодства та архівного зберігання документів у державних органах, органах місцевого самоврядування, на підприємствах, в установах і організаціях, затверджених наказом Міністерства юстиції України від 18.06.2015 р. № 1000/5 (далі – Правила діловодства), оформлення реквізитів організаційно-розпорядчої документації та порядок їх розташування поки що мають відповідати ДСТУ 4163-2003. Нагадаємо, що наказ Міністерства юстиції України має вищу юридичну силу, а отже, поки не буде внесено змін до Правил діловодства, не вважатиметься порушенням використання попереднього стандарту, тобто ДСТУ 4163-2003.

Датування документа

Дата документа – це дата його підписання, затвердження, прийняття, реєстрації або складення. Датують усі службові відмітки, а саме: візу, резолюцію, відмітку про засвідчення копії документа, відмітку про надходження документа до юрособи, відмітку про виконання документа, відмітку про ознайомлення з

документом. Дату оформлюють цифровим або словесно-цифровим способом (наприклад: 07 вересня 2021 року).

Якщо дату оформлюють цифровим способом, її зазначають арабськими цифрами в один рядок у такій послідовності: день місяця, місяць, рік. У такому випадку день місяця і місяць проставляють двома парами цифр, розділеними крапкою; рік – чотирма цифрами, крапку наприкінці не ставлять. Наприклад: 07.09.2021

ЗМІНИЛОСЯ!

Допустимо оформлювати дату у зворотній послідовності: рік, місяць, день місяця. Такий спосіб найчастіше використовують під час службового листування з іноземними партнерами, оскільки він відповідає міжнародній системі датування документів.

Наприклад: 2021.09.07

У різних реквізитах одного документа дата може бути оформлена як словесно-цифровим способом, так і цифровим. У спільних документах зазначають одну дату, що відповідає даті останнього підпису.

Дату документа на бланку проставляють у спеціально відведеному місці. У внутрішніх службових документах, оформлених не на бланку, дату проставляють ліворуч від підпису.

НОВЕ!

У разі застосування інформаційних (автоматизованих) систем організації (далі — автоматизовані системи) діловодства допустимо проставляти дату реєстрації документа в складі штрих-коду або QR-коду, що створюється засобами цієї системи, згідно з постановою КМУ «Деякі питання документування управлінської діяльності» від 17.01.2018 р. № 55 (далі — Постанова № 55). Штрих-код проставляють у центрі нижнього поля першої сторінки документа, QR-код (21 мм × 21 мм) — у нижньому лівому куті першої сторінки документа.

Реєстраційний індекс документа (далі — індекс документа) складається з порядкового номера цього документа в межах групи документів, що реєструють,

який доповнюється індексами, що застосовують в юридичних особах (далі – юрособа), зокрема індексом за номенклатурою справ, структурного підрозділу, кореспондентів, посадових осіб, які підписують документ, виконавців, питань діяльності яких стосується документ. Складові частини індексу відокремлюють одна від одної правобічною похилою рискою. Наприклад: 354/01-10 або 678/01/01-10 або 08-10/345. Послідовність написання складових частин реєстраційного індексу може змінюватися залежно від того, який документ реєструють, — вхідний чи створений юрособою.

НОВЕ!

У разі застосування автоматизованих систем організації діловодства дозволено проставляти індекс документа у складі штрих-коду або QR-коду, що створюється засобами цієї системи згідно з Постановою № 55.

Місце складення документа зазначають на всіх документах, окрім листів. Місце складення розміщують на рівні або нижче реквізитів «Дата документа» чи «Реєстраційний індекс документа». Місце документа має відповідати найменуванню населеного пункту. Наприклад: м. Житомир або смт Володарка Київської області.

ЗМІНИЛОСЯ!

У разі зазначення в цьому реквізиті столиці «Київ» скорочення «м.» не застосовують.

Оформлення адреси

У разі адресування документа юрособі або її структурному підрозділу без зазначення посадової особи їхні найменування подають у називному відмінку. Наприклад: Центр інформаційних технологій.

У разі адресування керівнику юрособи або його заступнику наменування юрособи має бути складовою назви посади адресата, яку зазначають у давальному відмінку. Якщо документ адресують керівнику структурного підрозділу, то назву юрособи зазначають у називному відмінку, а посаду, ім'я та прізвище — у давальному. Якщо документ адресують багатьом юрособам, адресата зазначають узагальнено в давальному відмінку.

Наприклад:

Науковим установам та закладам вищої освіти

Директорам комунальних підприємств

УВАГА!

Документ не може мати більше чотирьох адресатів.

Слово «копія» перед зазначенням найменувань другого, третього, четвертого адресата не ставлять. У разі надсилання документа більше ніж чотирьом адресатам складають список, а на кожному документі зазначають лише одного адресата. Якщо документ адресують фізособі, спочатку зазначають ім'я та прізвище в давальному відмінку, потім — поштову адресу.

Реквізити адреси зазначають згідно з постановою КМУ «Про затвердження Правил надання послуг поштового зв'язку» від 05.03.2009 р. № 270.

Наприклад:

Державне підприємство наукове видавництво

вул. С. Бандери, буд. 2/20, корп. 1,

м. Вінниця, 21003

Якщо документ адресують фізичній особі, спочатку зазначають ім'я та прізвище в давальному відмінку, потім — поштову адресу.

Наприклад:

Володимирові Кучеренку

вул. Соборна, буд. 23,

м. Лубни,

Полтавська обл., 37500

Оформлення затвердження, резолюції, проставлення відмітки та візи на документах

Гриф затвердження складається зі слова ЗАТВЕРДЖУЮ, назви посади, підпису, імені, прізвища особи та дати затвердження, якщо документ затверджує посадова особа. У разі затвердження документа кількома особами або колегіальними органами оформлюють відповідну кількість грифів затвердження. Якщо документ затверджують дві особи або два колегіальні органи, грифи

розміщують на одному рівні горизонтально, а якщо більше двох — на одному рівні горизонтально вертикальними рядками в довільному порядку.

Наприклад:

ЗАТВЕРДЖУЮ

Директор ТОВ «ВЕСЕЛКА»

Підпис Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Якщо документ затверджено розпорядчим документом юрособи, то гриф складається зі слова ЗАТВЕРДЖЕНО, назви розпорядчого документа в називному відмінку, його дати і номера. Гриф затвердження розміщують у правому верхньому куті першого аркуша документа.

Наприклад:

ЗАТВЕРДЖЕНО

Наказ директора ДСКУ

Дата №

Резолюція максимально може складатися з таких елементів: прізвище, ім'я виконавця у давальному відмінку, зміст доручення, строк виконання, підпис, дата.

Наприклад:

Прізвище ім'я

Прошу підготувати договір позики

до 27.09.2021

Підпис

Дата

Якщо доручення надано кільком посадовим особам, головним виконавцем документа є особа, зазначена в резолюції першою. На документах із строками виконання, що не потребують додаткових вказівок, у резолюції зазначають виконавця, підпис автора резолюції й дату. Резолюцію проставляють рукописно на документі нижче реквізиту «Адресат» паралельно до основного тексту або на вільному від тексту місці у верхній частині першого аркуша з лицьового боку, але не на полі документа, призначеному для підшивання.

Якщо на документі немає вільного місця для резолюції чи він підлягає поверненню або це електронний документ, то резолюцію оформлюють на окремому аркуші, на якому зазначають дату.

Наприклад:

До вх. № 123/01-10

від 25.05.2019

Відмітку про контроль позначають великою літерою «К» чи словом «Контроль» (рукописно або з використанням штампа) на лівому полі першого аркуша документа на рівні заголовка до тексту.

Відмітку про додатки оформлюють після тексту листа перед підписом.
Наприклад: Додаток: на 5 арк. у 2 прим.

У разі коли документ має додатки, назви яких не наведено в тексті документа, то оформлюють його так:

Додатки: 1. Довідка про виконання плану робіт за 2021 р. на 5 арк. в 1 прим.

Якщо додатки зброшуровано, то кількість їх аркушів не зазначають. Коли документ містить більше 10 додатків, складають опис, а відмітку про наявність.

Наприклад:

Додатки: згідно з описом на 5 арк.

Якщо додаток надсилають не за всіма зазначеними в документі адресами, то відмітку про наявність додатків оформлюють так: Додаток: на 10 арк. в 2 прим. на першу адресу.

У документі відмітку про наявність додатка оформлюють у тексті документа словами: «що додається», «згідно з додатком 1», «відповідно до додатка 2» або «див. додаток 3». А на самому додатку до документа у верхньому правому куті першого аркуша проставляють відмітку з посиланням на цей документ, його дату і номер.

Віза має складатися з: назви посади (за потреби), підпису, імені та прізвища особи, яка візує документ, дати візування.

Наприклад:

Начальник юридичного відділу

Підпис Ім'я ПРИЗВИЩЕ

Дата

Візою оформлюють внутрішнє погодження документів. Документ може візувати одна посадова особа чи кілька. Перелік посадових осіб, які повинні завізувати документ, визначає його виконавець та відповідно до вимог внутрішньої інструкції з діловодства.

У разі наявності в особи, яка візує документ, зауважень/пропозицій, їх оформлюють на окремому аркуші, а у візі документа роблять доповнення. Візу проставляють нижче реквізиту «Підпис» без відступу від лівого поля на лицьовому або зворотному боці останнього аркуша документа.

Наприклад:

Керівник юридичного відділу

Підпис Ім'я ПРИЗВИЩЕ

Зауваження і пропозиції додаються

Дата

Грифом погодження (схвалення) документа оформлюють зовнішнє погодження або схвалення документів. Якщо документ погоджує посадова особа сторонньої юрособи, до повноважень якої належить погодження питань, наведених у цьому документі, то гриф погодження складається зі слова ПОГОДЖУЮ, найменування посади (найменування юрособи є складовою найменування посади), підпису, імені, прізвища особи та дати погодження.

Наприклад:

ПОГОДЖУЮ

Заступник директора ДП «Технік»

Підпис Ім'я ПРИЗВИЩЕ

Дата

Гриф погодження розміщують нижче реквізиту «Підпис» на лицьовому або зворотному боці останнього аркуша документа, якщо місця для нього на лицьовому боці останнього аркуша не вистачає. У разі якщо зміст документа

стосується більше ніж трьох юридичних осіб, складають «Аркуш погодження», про що роблять відмітку в документі на місці грифа погодження.

Наприклад:

АРКУШ ПОГОДЖЕННЯ

Назва проєкту документа

Посада підпис Ім'я ПРИЗВИЩЕ

Дата

Підпис посадової особи скріплюють печаткою (за наявності). У разі погодження документа кількома особами або колегіальними органами оформлюють відповідну кількість грифів погодження. Якщо документ погоджують дві посадові особи або колегіальні органи, грифи погодження розміщують на одному рівні горизонтально, а якщо більше двох — на одному рівні горизонтально вертикальними рядками в довільному порядку.

Відмітка про засвідчення копії документа складається зі: слів «Згідно з оригіналом» (без лапок), найменування посади, підпису особи, яка засвідчує копію, її імені та прізвища, дати засвідчення копії. У випадках, визначених законодавством, копії документів засвідчують печаткою юрособи, структурного підрозділу (служби діловодства, служби кадрів, бухгалтерії тощо) юрособи або печатки «Для копій». Відмітку про засвідчення копії документа проставляють нижче реквізиту «Підпис» на лицьовому боці останнього аркуша копії документа.

Відмітка про ознайомлення з документом складається зі: слів «З документом ознайомлений(-а, -і):» (без лапок), підпису, імені, дати, яку кожний працівник власноручно проставляє під час ознайомлення. У відмітці про ознайомлення замість слова «документ» може бути зазначено конкретний його вид (наказ, посадова інструкція тощо).

Наприклад:

З наказом ознайомлений:

Підпис Ім'я ПРИЗВИЩЕ

Дата

Відмітку про ознайомлення розміщують нижче реквізиту «Підпис» або «Віза документа» (за наявності).

Відмітка про надходження документа має містити: скорочену назву юрособи, до якої надійшов документ, вхідний реєстраційний індекс, дату надходження документа. Відмітку проставляють рукописно або з використанням штампа, автоматичного нумератора у правому куті нижнього поля на лицьовому боці першого аркуша оригіналу документа.

НОВЕ!

У разі застосування автоматизованих систем діловодства цю відмітку проставляють за допомогою штрихового коду (штрих-коду). Відмітку про наявність документа з паперовим (електронним) носієм проставляють згідно з Постановою № 55 та наказом Міністерства юстиції України «Про затвердження Порядку роботи з електронними документами у діловодстві та їх підготовки до передавання на архівне зберігання» від 11.11.2014 р. № 1886/5.

НОВЕ!

У разі створення примірника електронного документа з паперовим носієм інформації на ньому проставляють штрих-код або QR-код, що містить: скорочену назву юрособи, дату реєстрації, реєстраційний індекс. Код також має містити відомості про підписувача документа, а саме: П. І. Б. підписувача або назву юрособи (для електронної печатки), номер сертифіката і строк його дії. QR-код додатково має містити дати накладання кваліфікованих електронних підписів (далі — КЕП) і печаток на електронний документ, що беруть із кваліфікованих електронних позначок часу. Для актів додатково зазначають дані про погодження. Відмітку про наявність примірника електронного документа з паперовим носієм інформації проставляють у центрі нижнього поля першого аркуша електронного документа. Якщо примірник електронного документа з паперовим носієм інформації створюють одночасно з електронним документом, відмітку про наявність цього примірника проставляють у тому самому місці.

Відомості про виконавця документа складаються з таких елементів: прізвища та імені виконавця документа, номера його службового телефону.

Наприклад:

Сидорчук Володимир 444 45 67

У внутрішніх документах допустимо зазначати лише прізвище виконавця документа і номер його службового телефону. Допустимо через кому вказувати кілька номерів телефонів виконавців. В одному документі, за потреби, може бути зазначено відомості про 2-3 виконавців. Відомості про виконавця оформлюють у нижньому лівому куті на лицьовому боці останнього аркуша документа.

Відмітка про виконання документа має складатися зі: слів «До справи» (без лапок), номера справи, у якій документ буде зберігатися, посилання на дату й реєстраційний індекс документа, що засвідчує виконання (або короткі відомості про виконання), найменування посади, особистого підпису, власного імені та прізвища відповідальної особи, дати оформлення відмітки.

Наприклад:

До справи № 01-10

Лист-відповідь від 25.05.2019 № 01-10/01/123

Секретар підпис Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Дата

Розташування підпису на документах

Підпис має містити назву посади особи, яка підписує документ (у повній формі, якщо документ надрукований не на бланку, у скороченій — на документі, надрукованому на бланку), підпис (окрім електронних документів), ім'я і прізвище.

Наприклад:

Генеральний директор

ДП «Хімік»

Підпис

Ім'я ПРІЗВИЩЕ

ЗМІНИЛОСЯ!

Згідно з ДСТУ 4163-2003 зазначали також по батькові.

НОВЕ!

У разі відсутності посадової особи, ім'я та прізвище якої зазначено в документі, його підписує особа, яка виконує її обов'язки або її заступник. У цьому разі обов'язково зазначають фактичну посаду, ім'я, прізвище особи, яка підписала документ (виправлення вносять рукописним або машинописним способом, якщо документ неможливо передрукувати).

Наприклад:

Заступник директора	Підпис	Ім'я ПРІЗВИЩЕ
Директор		Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Не дозволено під час підписання документа ставити прийменник «За» чи правобічну похилу риску перед найменуванням посади. Слова «Виконувач обов'язків» або «В. о.» до найменування посади керівника юридичної особи додають лише в разі його заміщення на підставі розпорядчого документа.

Наприклад:

В. о. директора	Підпис	Ім'я ПРІЗВИЩЕ
-----------------	--------	---------------

Підпис розміщують під текстом документа або під відміткою про наявність додатків.

НОВЕ!

Підпис у реквізитах електронного документа, до складу яких він входить, замінюють електронним підписом, що створюється відповідно до Законів України «Про електронні документи та електронний документообіг» від 22.05.2003 р. № 851-IV (далі — Закон № 851) та «Про електронні довірчі послуги» від 05.10.2017 р. № 2155-VIII (далі — Закон № 2155).

Застосування печатки

Юрособи, які відповідно до положення (статуту) мають гербову печатку або основну печатку юрособи із зазначенням назви та ЄДРПОУ, можуть засвідчувати на документі підпис посадової особи. Перелік документів, підписи на яких потрібно скріплювати печаткою, визначає юрособа на підставі законодавства та згідно з інструкцією з діловодства. Зверніть увагу, що з

19.07.2017 р. печатка не належить до обов'язкових реквізитів первинного документа згідно із Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо використання печаток юридичними особами та фізичними особами — підприємцями» від 23.03.2017 р. № 1982-VIII.

Інші види печаток (структурних підрозділів тощо) для окремих категорій документів (для копій, перепусток, конвертів тощо), їх кількість та порядок застосування визначають в інструкції з діловодства юрособи.

Відбиток печатки ставлять так, щоб він охоплював останні кілька літер посади особи, підписанта документа, але не повністю підпис, або у спеціально призначеному для цього місці з відміткою «МП».

НОВЕ!

Відбиток печатки в усіх реквізитах електронного документа, до складу яких він входить, замінюють електронною печаткою, що створюється відповідно до вимог Законів № 851 та № 2155.

Вимоги до організаційно-розпорядчих документів

Організаційно-розпорядчі документи виготовляють за допомогою автоматизованих та/або друкувальних засобів. Окремі внутрішні документи (заяви, пояснювальні та доповідні записки тощо), авторами яких є фізособи, можна оформлювати рукописним способом.

НОВЕ!

Для друкування текстів документів потрібно використовувати гарнітуру Times New Roman та шрифт розміром 12–14 друкарських пунктів. Допустимо використовувати шрифт розміром 8–12 друкарських пунктів для друкування реквізитів «Довідкові дані про юридичну особу», «Код юридичної особи», «Відомості про виконавця документа», виносів, пояснювальних написів до окремих елементів тексту документа тощо. Для друкування реквізиту «Назва документа» можна використовувати розріджений шрифт розміром 14–16 друкарських пунктів. Для друкування «Найменування юрособи», «Найменування структурного підрозділу юрособи», «Назва виду документа» та

«Заголовок до тексту документа» допустимо використовувати напівжирний прямий шрифт.

Складові реквізитів «Адресат», «Гриф затвердження документа», «Гриф погодження (схвалення)» відокремлюють один від одного через 1,5 міжрядковий інтервал. Реквізити документа відокремлюють один від одного через 1,5–3 міжрядкових інтервали.

Реквізити «Найменування юрособи», «Назва виду документа» друкують великими літерами. Розшифрування підпису в реквізиті «Підпис» друкують на рівні останнього рядка найменування посади.

Максимальна довжина рядка багаторядкових реквізитів (окрім реквізиту «Текст документа») — 73 мм (28 друкованих знаків). Якщо заголовок до тексту документа перевищує 150 друкованих знаків (5 рядків), його дозволено продовжувати до межі правого поля. Крапку в кінці заголовка не ставлять.

Текст документів на аркушах паперу формату А4 рекомендовано друкувати через 1–1,5 міжрядкових інтервали, а формату А5 — через 1 міжрядковий інтервал. Під час оформлення документів, за потреби, можна застосовувати інші міжрядкові інтервали.

Реквізити документа, що складаються з кількох рядків («Довідкові дані про юридичну особу», «Заголовок до тексту документа», «Відмітка про наявність додатків»), друкують через 1 міжрядковий інтервал.

Не роблять відступ від межі лівого поля для реквізитів «Дата документа», «Заголовок до тексту документа», «Текст документа» (без абзаців), «Відмітка про наявність додатків», «Віза документа», «Гриф погодження (схвалення) документа», «Відмітка про засвідчення копії документа», «Відомості про виконавця документа», «Відмітка про ознайомлення з документом», «Відмітка про виконання документа», найменування посади в реквізиті «Підпис», а також слів «СЛУХАЛИ», «ВИСТУПИЛИ», «ВИРІШИЛИ», «УХВАЛИЛИ», «НАКАЗУЮ», «ЗОБОВ’ЯЗУЮ».

У разі наявності кількох грифів затвердження і погодження документа перший гриф друкують без відступу від межі лівого поля, другий — через 100 мм від межі лівого поля.

Якщо в тексті документа є посилання на додатки або на документ, що є підставою для його видання, слова «Додаток» і «Підстава» друкують без відступу від межі лівого поля, а текст до них — через 1 міжрядковий інтервал.

Під час оформлення документів на двох і більше сторінках друга та наступні сторінки мають бути пронумеровані. Нумери сторінок ставлять посередині верхнього поля аркуша арабськими цифрами без зазначення слова «сторінка» та розділових знаків. Першу сторінку не нумерують. Сторінки документа і кожного з додатків мають окрему нумерацію.

НОВЕ!

Тексти документів постійного та тривалого (понад 10 років) зберігання друкують на одному боці аркуша. Документи тимчасового строку (до 10 років включно) зберігання можна друкувати на лицьовому і зворотному боці аркуша.

Реквізити юридичної особи

Зображення емблеми юрособи або торговельної марки (далі — емблема) розміщують на бланку документа з лівого боку від найменування юрособи або частково чи повністю на площі, що відведена для розміщення реквізитів «Найменування юридичної особи вищого рівня», «Найменування юридичної особи» та «Найменування структурного підрозділу юридичної особи».

На бланках документів юросіб, що не мають права розміщувати зображення Державного герба України, на верхньому полі бланка документа дозволено розміщувати зображення емблеми юрособи або торговельної марки.

Не можна замінювати найменування юрособи зображенням емблеми, навіть якщо назву повністю відтворено в зображенні. Розміри зображення емблеми юрособи не обмежуються.

Найменування юрособи має відповідати повній назві, зазначеній в положенні (статуті). Нижче повного найменування (окремим рядком у центрі) розміщують скорочену назву юрособи, якщо її офіційно зафіксовано в положенні

(статуті). Скорочене найменування зазначають у дужках або без них. Найменування юрособи вищого рівня зазначають скорочено. Якщо немає офіційного скорочення, то його зазначають повністю. Найменування юрособи вищого рівня розміщують вище назви юрособи — автора документа.

У разі оформлення документів, підготовлених кількома юрособами, їх найменування розміщують на одному рівні, а назву виду документа — посередині. Ліворуч зазначають дату документа, праворуч — реєстраційний індекс документа. У цьому разі зображення гербів, емблем юросіб або торговельних марок не відтворюють. Назву структурного підрозділу розміщують нижче назви юрособи.

Довідкові дані про юрособу мають містити: поштову адресу та інші відомості (номери телефонів, рахунків у банку, електронну пошту, адресу вебсайту тощо). Ці дані розміщують нижче назви юрособи або структурного підрозділу.

Поштову адресу зазначають у такій послідовності: назва вулиці, номер будинку, номер корпусу чи офісу (за потреби), населений пункт, район, область, поштовий індекс.

Якщо місцезнаходження юрособи відрізняється від фактичної адреси, можливо зазначати дві адреси: юридичну (зазначену в ЄДРПОУ) та фактичну (для листування).

Номери телефонів зазначають у такій послідовності: міжміський префікс, код населеного пункту (в дужках), телефонний номер, який відділяють від коду та розділяють пробілами.

Код форми документа (за наявності) проставляють згідно з Державним класифікатором управлінської документації (далі — ДКУД). Код документа розміщують у правій частині верхнього поля вище реквізиту «Назва виду документа».

Код юрособи проставляють згідно з ЄДРПОУ й розміщують на загальному бланку та бланку конкретного виду документа під реквізитом «Код форми

документа» (за наявності), а на бланку листа — після реквізиту «Довідкові дані про юридичну особу».

Назву виду документа зазначають на бланку конкретного документа і загальному бланку під час оформлення різних видів документів, окрім листів. Назва документа має відповідати назві, зафіксованій у переліку уніфікованих форм документів, запроваджених в юрособі. Такий перелік має містити назви уніфікованих форм документів згідно з ДКУД та назви інших документів, що відповідають організаційно-правовому статусу юрособи. Назву документа на поздовжніх бланках розміщують посередині, а на кутових — у лівому верхньому куті під реквізитом «Найменування юридичної особи» або «Найменування структурного підрозділу юридичної особи».

4. Вимоги до тексту документа

Заголовок до тексту документа має містити стислий виклад основного аспекту змісту документа. Заголовок має бути коротким, узгодженим із назвою документа, передавати зміст тексту та відповідати на запитання «Про що?», «Чого?», «Кого?». Наприклад: Наказ (про що?) про надання відпустки.

Текст документа має містити інформацію щодо того, з якою метою його було створено, і стосується питання, зазначеного в заголовку документа. Документи складають державною мовою, крім випадків, передбачених законодавством про мови в Україні. Тексти документів, які надсилають зарубіжним адресатам, допускається складати українською мовою, мовою країни-адресата чи однією з мов міжнародного спілкування. Документи, адресовані державним органам, складають лише українською мовою.

Текст – головний реквізит документа. Він є засобом відтворення зв'язного мовлення, тобто висловлювання, пов'язаного однією темою, основною думкою та структурою.

При складанні тексту документа мають виконуватися вимоги, найголовніші з яких:

достовірність змісту;

об'єктивність змісту;
 нейтральність тону;
 повнота інформації;
 максимальна стислість.

Текст документа найчастіше складається з таких логічних елементів:

вступ (зазначається привід, що призвів до укладення документа, викладається історія питання та ін.);

доказ (викладається суть питання: докази, пояснення, міркування, що супроводжуються цифровими розрахунками, посиланнями на законодавчі акти та інші матеріали);

закінчення (формулюється мета, заради якої складено документ).

Текст документа, що складається з самого закінчення, називається простим, а той, що містить також усі вищезазначені логічні елементи – складним.

Залежно від змісту документів застосовується прямий або зворотний порядок викладення логічних елементів тексту.

Основні вимоги та рекомендації до мови документів

У текстах документів та ділових паперів реалізуються характерні ознаки офіційно-ділового стилю мовлення. При складанні текстів документів необхідно враховувати наступні рекомендації:

за винятком деяких документів (автобіографія, заява, службові записки, накази) текст більшості документів викладається від третьої особи:

Комітет прийняв рішення.....

Комісія встановила.....

не вживати образних висловів, емоційно забарвлених слів, розмовних форм;

вживати стійкі (стандартизовані), «канцелярські» словосполучення типу: в порядку, згідно з, у зв'язку з, з метою;

вживати стійкі синтаксичні конструкції типу:

Доводимо до Вашого відома, що....

У зв'язку з розпорядженням...

З метою вдосконалення.....

У відповідь на

дієприслівні звороти вживати на початку речення:

Беручи до уваги...

Враховуючи....

Незважаючи на

вживати прямий порядок слів у реченні;

вживати інфінітивні конструкції:

Вжити заходів....

Затвердити рішення

використовувати загальноприйняті скорочення слів, аббревіатури: р-н, км, обл., напр.;

надавати перевагу простим реченням, уникати важких синтаксичних конструкцій, які ускладнюють сприйняття тексту;

використовувати етикетні форми звертання:

Вельмишановний пане....

Високоповажані панове....

для пом'якшення складних стосунків з партнерами доцільно вживати пасивну форму дієслова:

Вами ще не сплачені рахунки....

Нами не отримані ваші пропозиції

Тема 3. Лексика ділових паперів

1. Професійна лексика, терміни в ділових паперах

Терміни неоднакові за ступенем спеціалізації їхнього значення.

Залежно від ступеня спеціалізації значення терміни можна поділити на 3 основні групи:

1. Загальнонаукові терміни, тобто терміни, які вживаються практично в усіх галузевих термінологіях, наприклад: система, тенденція, закон, концепція,

теорія, аналіз, синтез і под. До цієї категорії відносять і загальнотехнічну термінологію (машина, пристрій, агрегат).

2. Міжгалузеві терміни – це терміни, які використовуються в кількох споріднених або й віддалених галузях. Наприклад, економічна наука має термінологію, спільну з іншими соціальними, природничими науками, наприклад: амортизація, екологічні витрати, технополіс, приватна власність.

3. Вузькоспеціальні терміни – це терміни, характерні лише для певної галузі, наприклад: ресори, стіжок, десерт і под.

Безперечно, професійне спілкування неможливе без використання термінів. Проте в мовленні фахівців, крім термінів, широко побутують і інші спеціальні одиниці — професіоналізми та номенклатурні назви.

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

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

Професіоналізми виникають у двох випадках: коли та чи інша спеціальність або вид занять не має розвиненої термінології (це, наприклад, рибальство, полювання, різні ігри та ін.), або як розмовні неофіційні замітники наявних у цій галузі термінів. Друга група професіоналізмів особливо поширена й досить активно поповнюється (наприклад: карданний пристрій – кардан;

трансплантації – пересадка тощо). Це, як правило, загальнозрозумілі й часто загальновживані слова, які, проте не належать до літературної мови.

Такі професіоналізми наявні в повсякденному мовленні працівників багатьох підприємств, відомств, установ та ін. Доки вони вживаються лише в усному мовленні й не виходять за межі відомства – шкода від них невелика (псується мова лише тих людей, які вживають професіоналізми в усіх випадках життя, а не лише в окремих робочих ситуаціях). У практиці писемного спілкування в межах одного відомства вони теж зрозумілі, але небажані, бо через них діловий папір перетворюється з офіційного в напівофіційний (або й зовсім неофіційний), набуває рис приватної записки, а не документа.

У міжвідомчій кореспонденції їх вживання небажане, або просто неприпустиме. На жаль, дехто з службових осіб, причетних до складання ділової кореспонденції, вважає професійну лексику нормою писемного мовлення, засмічуючи професіоналізмами мову ділових паперів тощо.

Які ж слова входять до складу професіоналізмів?

Серед професіоналізмів переважають слова загальнонародної мови, вжиті у специфічному значенні або в не узвичаєній для них формі. Так, поза літературною нормою перебуває вживання абстрактних іменників у множині: начальникам відділів треба уточнити свої обсяги, ми має типові застосування, цілий ряд диференціювань та ін. Як відомо, ці абстрактні іменники в загальнолітературній мові форм множини не мають.

Уже згадувалося, що до професіоналізмів належать також і слова загальнонародної мови, вжиті в спеціальному значенні. Так, наприклад, слова кваліфікований, свідомий, якісний означають наявність у якихось осіб предметів певних властивостей або ознак. У деяких колективах усталилось вживання цих слів на позначення високого вияву названої ознаки чи властивості: кваліфікований у них означає “висококваліфікований”, а не той, що має певну кваліфікацію; свідомий – це людина надзвичайно високої свідомості; якісні показники – це показники високої (найвищої) якості та ін.

Таке слововживання збіднює мову й водночас ускладнює сам процес спілкування.

Часом переосмислене слово так далеко відходить від значення основного, що «непосвяченій» людині взагалі буде незрозуміло, про що йдеться: слово удар, наприклад, у текстильній промисловості вживається на позначення одиниці швидкості станка. Тому речення: «Повідомте ударність нового агрегата» для непосвяченої людини буде «цифровим донесенням», а не діловим листом.

Поширеним засобом поповнення складу професіоналізмів є «місцева творчість» (у межах колективу, підприємства тощо), насамперед за рахунок префіксації та словоскладання. Серед префіксів найпопулярніші до- (дообладнати, декваліфікація), недо- (недопалив, недовнесок), за- (залозунгувати, за процентувати), над- (надзверхплановий); серед суфіксів -ість (бойовитість, пливучість, стрибучість), -аж (типаж, листаж), -ація (маршрутизація, декваліфікація) та ін.

Словоскладання чи основоскладання дає у професійних жаргонах слова, невідомі загальнонародній мові, наприклад: маловісна корова (корова некондиційної ваги).

Професійні жаргони часто виникають і вкорінюються там, де порушується автоматизм праці, виробничий ритм.

Особливості, які допомагають відрізнити професіоналізми від термінів.

Професіоналізми	Терміни
Належать до ненормативної спеціальної лексики	Є нормативною частиною спеціальної лексики наукової мови
Рідко подають у загальних та спеціальних словниках й існують переважно у сфері функціонування	Фіксуються словниками і функціонують одночасно у двох сферах
Використовують переважно в усному, розмовному мовленні	Домінантною сферою функціонування є письмове мовлення
Мають дещо ширшу сферу спеціальної діяльності	Можуть бути відомі навіть людям, не пов'язаним із окресленою професійною сферою
У певних галузях системні зв'язки виражено меншою мірою, ніж у термінах	Системні зв'язки виражено більшою мірою, ніж у професіоналізмах

Характеризуються прагненням до виразності, образності, експресії	Позбавлені конотації
Менша, порівняно з термінами, спеціалізація словотвірних засобів	Більша спеціалізація словотвірних засобів
Помітна тенденція до скорочення спеціальних виразів, наприклад, клавiшник (музикант, який грає на клавiшному інструменті), ударник (музикант, який грає на ударному інструменті) і т.ін.	Не змінюють своєї літературної форми
Належать до периферії відповідної термінологічної системи	Належать до центру термінологічної системи

Помітна тенденція до скорочення спеціальних виразів, наприклад, клавiшник (музикант, який грає на клавiшному інструменті), ударник (музикант, який грає на ударному інструменті) і т.ін.

Не змінюють своєї літературної форми.

Належать до периферії відповідної термінологічної системи.

Належать до центру термінологічної системи.

В українську мову запозичено багато російських слів, насамперед для називання нових понять, які в українській мові ще не мали ніякої назви. Запозичення вважається правомірним і тоді, коли засвоюється слово з дещо іншим значенням, ніж те, яке вже є в українського відповідника.

У внутрішній поточній кореспонденції, яка не виходить за межі підприємства, мішанина слів з двох мов зустрічається, на жаль, звичайно частіше, ніж хотілося б. Документи, написані такою мовою, свідчать про недостатнє знання обох мов, про низьку мовну й загальну культуру того, хто так пише.

Це саме можна сказати й про вживання у мові документів діалектизмів, тобто місцевих слів і висловів, які зрозуміє лише обмежена кількість людей.

Номенклатура (від лат. *nomenclatura* – перелік, список імен) – сукупність назв конкретних об’єктів певної галузі науки, техніки, мистецтва тощо. Їх потрібно відрізняти від термінів, що позначають абстраговані наукові поняття. Номенклатуру становлять іменники та словосполучення, які передають як

систему назв об'єктів певної науки, так і сукупність назв одиничних об'єктів (наприклад, у географічній номенклатурі – *Чорне море, Шацькі озера, річка Десна*), видові назви (у ботанічній лексиці назви дерев: *дуб, смерека, ялина*). Існує номенклатура медична, мовознавча, хімічна, технічна, економічна (пор. термін *валюта* і номенклатурні назви *долар, євро, крона, гривня* і под.).

2. Іншомовні слова в ділових паперах

Слова, запозичені з інших мов, складають близько 10-15% словникового запасу української мови. Переходячи в нашу мову, вони пристосовуються до її закономірностей, фонетично та граматично адаптуються.

Через часте й широке використання іноземних слів більшість з них загальнозрозумілі і не потребують коментарів, пояснень чи перекладу. Використання таких слів рекомендується в ділових паперах, оскільки вони увійшли до активного словника міжнаціонального спілкування і часто не мають еквівалента в українській мові. До міжнародних (або інтернаціоналізмів) належать фінансові та юридичні терміни, терміни бухгалтерського обліку, поштово-телеграфного зв'язку, діловодства, торгівлі тощо: *банк, фінанси, бюджет, телеграф, телефон, віза, гриф, штраф, копія, сума, тренер, менеджер, аванс, адвокат, конституція*.

Проте, в офіційно-діловому стилі існує значне кількість слів вужчого використання, які відомі лише спеціалістам: *вінди́кація* – у цивільному праві позов власника про вилучення його майна з чужого незаконного володіння; *локаут* – закриття підприємства масове звільнення робітників з виробництва; *да́мно* – збиток від продажу цінних паперів за ціною, нижчою від їхньої номінальної вартості; *ерза́ц* – неповноцінний замітник чого-небудь, сурогат; *авта́ркія* – створення замкнутого самодостатнього господарства в межах окремої країни або групи країн, спрямованого на максимальне обмеження імпорту; *тра́тта* – переказний вексель, якому одна особа (векселетримач) наказує другій особі (платникові) сплатити третій особі (ремітентові) відповідну суму грошей у певний термін.

Використання великої кількості інших слів у документах пояснюється прагненням до точності, однозначності викладу. Комунікативна адекватність їх полягає в тому, що інші терміни сильні своєю ізольованістю від системи даної мови, своєю неконтактністю, відсутністю можливих вторинні і додаткові осмислення. Незважаючи на пристосування до структури мови, яка їх асимілює, створюються умови для реалізації нових відносин слів (зокрема, антонімічних опозицій, словотвірних зв'язків та ін.), більшість запозичених термінів зберігають свою ізоморфність (форму). Цим і обумовлено їх використання там, де прагнуть особливої точності вислову та однозначної комунікації.

Велика кількість запозичених слів, інтернаціональної лексики є у дипломатичних документах (дипломатичний підстиль), де є широке використання латинізмів.

Це явище пов'язане ще з одним екстралінгвістичним фактором – призначенням дипломатичного документа, хоч і в перекладі, для іншої держави. Отже, точне розуміння формулювань викликало вироблення у цій сфері міжнародної термінології – загальнозрозумілої представників різних країн. До дипломатичних термінів належать: *акредитування*, *консул*, *депозитарій* (зберігач оригіналу тексту міжнародної багатосторонньої угоди), *делікт* (порушення державною нормами міжнародного права), *пакт* (назви міжнародних договорів), *конвенція* та ін.

Використання іншомовних слів у національних мовах значною мірою залежить від національних традицій. Це знаходить своє вираження, зокрема, в тому, що у дипломатичному підстилі офіційно-ділового стилю традиційно використовуються запозичення, незважаючи на існування національних еквівалентів. Наприклад, якщо в інших стилях мови вживають термін *вступу*, то в дипломатичному мовленні це поняття позначається терміном *преамбула*; *попередній, тимчасовий* – *прелімінарний* (у міжнародному праві попередня угода, за якою воюючі сторони визначають основні положення майбутнього мирного договору); *затвердження* – *ратифікація*; *дійсний, справжній, вірний* – *автентичний*; *розривання* – *денонсація*; *схвалення, затвердження* – *апробація*,

апробування; передача на збереження – депонування та ін. Між такими функціональними термінами та словами загального користування встановлюються своєрідні синонімічні відносини, вони стають компонентами синонімічного ряду.

Використовуючи в документах іншомовні слова, слід пам'ятати:

1. Іншомовне слово має бути вмотивованим, тобто у нього не має відповідника в українській мові з тим самим обсягом значення, наприклад: *акцент, банк, баланс, телеграф*. Якщо для позначення якогось поняття в українській мові є власне слово, то запозичення, що не дає нічого нового, – зайве. Не завжди виправданим є вживання таких слів, як: *координувати* (погоджувати), *лімітувати* (обмежувати), *локальний* (місцевий), *симптом* (ознака), *аргумент* (підстава, доказ), *репродукувати* (відтворювати), *шеф, бос* (керівник).

2. Вживання іншого мовного слова в діловодстві допустиме лише в тому значенні, з яким воно зафіксовано у словарях, наприклад: *Ефективність режиму економії залежить від того, наскільки лімітуються фінансові витрати*. У цьому реченні половина слів – запозичені, а слово *лімітувати* вживайте ще й неточно, оскільки *ліміт* – це гранична норма, адже лімітуються не витрати, а кошти.

3. Не рекомендується в тексті одного документа вживати на позначення того самого поняття і запозичене, і власне українське слово (*конвенція – угода, патент – авторське свідоцтво, верлібр – вільний вірш, гелікоптер – вертоліт – вертоліт*). У таких випадках бажано користуватися національною мовою, що значною мірою полегшує ведення справочинства, особливо в адміністративно-канцелярському підстилі офіційно-ділового стилю.

4. При виборі запозиченого чи власне українського слова слід звертати увагу на відтінки в його позначенні (*сервіс – обслуговування : сервіс – це будь-яке обслуговування, а обслуговування – передбачає лише надання побутових послуг населенню*). Синонімами є такі слова як *подорож* (укр.) та *круїз* (англ.). Але треба пам'ятати, що *подорож* – це подорож чи перебування по місцях, віддалених від місця постійного проживання, а *круїз* – це подорож по воді.

5. Недоречно повторювати значення запозиченого слова незапозиченим поясненням. Наприклад, *власноручний автограф, вільна вакансія, хронометраж часу, власна автобіографія, лімітне обмеження, дисертаційне дослідження*.

Мові однаково шкодять і безоглядне викорінювання будь-яких іншомовних елементів, і надлишок іншомовної лексики, переобтяження нею письменних та усних текстів, особливо тих, які призначені для широкого кола читачів чи слухачів.

Отже, добір і вживання інших слів у ділових документах диктуються кількома обставинами і мають вирішуватися щоразу з урахуванням конкретного тексту.

Лексика іншомовного походження, коли нею користуватися без зловживань і перекручень, може стати одним із засобів збагачення словникового складу мови. Запозичення потрібно розглядати як об'єктивний та неминучий фактор еволюції мови. Проте запозичення доцільні тоді, коли відповідають життєвим потребам та засвоюються, не порушуючи національної специфіки термінологічної системи.

Сьогодні українська термінологія під впливом економічних перетворень, вписуючись у світові інтеграційні процеси, потрапляє під англomовний вплив. Вживаючи ці запозичення, ми ігноруємо власну лексику, виправдовуючи собі інтеграційним характером цих слів. На жаль, губимо через такий підхід часом більше, ніж знаходимо. Багато з цих запозичень утворює в українській мові синонімію, наприклад: *рейтинг* – *оцінка, оцінювання, стан*; *хобі* – *захоплення, інтерес, зацікавленість, пристрасть*; *толерантність* – *терпимість, поблажливість*; *комфорт* – *зручність, благоустрій, вигідність, затишок*; *конфронтація* – *протиборство, протистояння*; *пабліситі* – *популярність, гласність, прилюдність*.

3. Синоніми, пароніми в документах

Явище синоніміки (від грецького – однойменність), пов'язане з наявністю у мові близьких, але не тотожних способів висловлення, покликаних якнайточніше відтворювати всі відтінки думки.

Саме незнання синонімічних можливостей мови, невміння вибрати єдино придатне в даній ситуації слово є причиною появи багатьох помилок в усіх стилях мови, у тому числі і в діловому. В останньому, наприклад, часто використовуються слова: робітник - людина, яка працює на промисловому підприємстві; працівник - ширше поняття, ніж робітник (газетний працівник, науковий працівник, торговельний працівник); співробітник – компонент назви посади (провідний науковий співробітник). Усі вони позначають людину, яка працює, але за кожним з них закріплено певну сферу вживання.

Значно складніше розмежувати слова, які перекладаються з російської мови кількома відповідниками. Наприклад: заместитель (рос.) перекладається як заступник і замісник. Ці слова близькі за змістом, але не тотожні: заступник – офіційна назва постійної посади; замісник – людина, яка тимчасово виконує чийсь обов'язки. Значить, заступник працює водночас зі своїм керівництвом, а замісник заступає відсутнього керівника. Як бачимо, без словника людині, яка недостатньо знає українську мову, перекласти наведене слово було б складно.

Приклади вживання окремих слів з різними значеннями

* Скринька. Шухлядка. Ящик.

Усі три слова – назви поширених предметів, тому розрізнити їх легко: ящик – «самостійний» предмет для зберігання та перевезення інших предметів; шухляда – складова частина іншого предмета, висувний ящик, складова шафи, стола, буфета; скринька – ящик з отвором (поштова скринька, скринька для скарг, скринька для голосування та ін.).

* Білет. Квиток.

Справа тут полягає у мовній традиції: де, в якій ситуації папірець називали білет, а де і коли казали квиток. Так, слово квиток виступає в таких словосполученнях: театральний квиток, залізничний квиток, партійний квиток, професійний квиток тощо. Слово білет вживається значно рідше: кредитний

білет, банківський білет, екзаменаційний білет. Та сама традиція велить купувати театральний квиток у білетній касі, показувати його білетерові, але не забувати, що це квиток, а не білет.

* Об'єм. Обсяг.

Слово об'єм вживається лише на позначення виміру в кубічних одиницях (об'єм цистерни), в усіх інших випадках – обсяг (обсяг капіталовкладень, обсяг знань, обсяг книги в друкованих аркушах та ін.).

* Суспільний. Громадський.

Суспільний – прикметник вживається у словосполученнях: суспільний лад або клас; суспільна система, праця; суспільне становище, виробництво, буття тощо.

Громадський – це обов'язок, осуд, порядок, діяч; громадська робота, справа, думка і т. д.

* Скоро. Швидко.

Слово скоро вживається, коли йдеться про час, слово швидко – на позначення інтенсивності руху.

* Тепер. Зараз. Нині. Сьогодні.

Ці слова різні за лексичним значенням. Слово тепер виражає теперішній час. З таким же значенням вживаються слова нині, сьогодні. Зараз – характеризує момент розмови, тобто цієї миті, цієї хвилини.

* Наступний. Подальший.

Слово *наступний* вживається лише з конкретним поняттям: наступна зупинка, наступний тиждень. На означення абстрактного поняття вживається слово *подальший*: подальше життя, подальша доля.

* Запитання. Питання.

У прямому значенні це близькі слова, які взаємозамінюються. У переносному значенні вживається тільки слово *питання*. Наприклад: *спинимосся на цьому питанні, але поставити запитання*.

* Спиратися. Опиратися.

Спиратися на знання, досвід, уміння. Опиратися – чинити опір.

* Положення. Становище. Стан.

Щоб правильно підібрати потрібне слово, визначаємо значення кожного з них. Слово *положення* вживається у словосполученнях: *горизонтальне положення, вертикальне положення. Становище* – *міжнародне, офіційне*; вживається і в значенні: знайти вихід з певного становища. Слово *стан* – в таких словосполученнях: *стан економіки, фінансів, стан справ, стан хворого*.

* Процент. Відсоток.

Науковий стиль надає перевагу слову *процент*. *Відсоток* буквально означає «за сто», «наріст від ста».

* Неординарний. Оригінальний.

Слово *неординарний* своїм значенням вказує на те, що якийсь факт, подія, явище виділяється з ряду інших своєю незвичайністю, непересічністю. Наприклад, *неординарна людина*.

Слово *оригінальний* означає своєрідний, самобутній. Наприклад, *оригінальне оформлення*.

Багатство синонімії дає можливість вибрати найточніше для даного контексту слово, уникнути неоднозначного тлумачення та зберігати нейтральний тон.

Приклади застосування паронімів

Пароніми (від грецького *para* – біля, при *opota* – ім'я) – слова, досить близькі за звуковим складом і звучанням, але різні за значенням. Часто вони мають один корінь, а відрізняються лише суфіксом, префіксом, закінченням, наявністю чи відсутністю частки (-ся). Серед паронімів є слова з різними коренями (плюш і плюш).

Незначна різниця у вимові паронімів спричиняє труднощі у їх засвоєнні, призводить до помилок, зокрема, до неправильної заміни одного слова іншим. Тому треба особливо уважно стежити за вживанням малознайомих слів і завжди звертатися до відповідних тлумачних словників, щоб уточнити значення, правопис і вимову потрібного слова.

Найчастіше зустрічаємо такі пароніми:

* Адрес. Адреса.

Адрес – це письмове вітання осіб чи організації переважно з нагоди ювілею, наприклад, вітальним адрес від колишніх студентів.

Адреса – місце проживання чи перебування особи, місце розміщення установи; зазначення цих місць на листі, на посилю, бандеролі тощо.

* Виборний, Виборний.

Слово виборний вживається, коли йдеться про виборну посаду, агітацію, про виборність та звітність організацій.

Виборчий – усталилось в таких словосполученнях: виборча кампанія; виборче право; виборчий бюлетень та ін.

* Виключно. Винятково.

Виключно, тобто лише, тільки (...виключно для співробітників комерційних банків).

Винятково вживається у значенні дуже, особливо, надзвичайно (...товарна біржа має винятково важливе значення).

* Відпуск. Відпустка.

Відпуск товарів, продаж чого-небудь.

Відпустка – звільнення на певний час від роботи.

* Дільниця. Ділянка.

Дільниця – це адміністративно самостійний об'єкт або виробничий вузол на будівництві, шахті, а також виборча дільниця.

Ділянка – частина поверхні, площі (садова ділянка; дослідна ділянка).

* Дипломат. Дипломант. Дипломник.

Вказані слова (з фр. *diplome* - аркуш, документ, складений удвоє) мають такі тлумачення:

Дипломат – посадова особа, яка займається дипломатичною діяльністю.

Дипломант – переможець конкурсу (скрипалів чи співаків). Дипломник - автор дипломної роботи, підготовленої в коледжі чи вузі.

* Додержувати. Додержуватися.

Додержувати, тобто виконувати щось точно, забезпечувати наявність чогось (додержувати тишу, порядок).

Додержуватися – це означає бути прихильником якоїсь думки, певних поглядів, переконань.

* Особистий. Особовий.

Слово особистий вживається тоді, коли мовиться про те, що стосується окремої людини: особистий підпис, особисте життя.

Особовий – вживається в таких словосполученнях: особова справа, особовий склад військових зведень, навчальних підрозділів тощо.

* Показчик. Показник.

Показчик – напис, стрілка, довідник. Показник – це наочне вираження (у цифрах, графічно), наприклад: економічний показник, показник можливостей та ін.

* Реклама. Рекламація.

Реклама (від лат. *reclamo* – голосно кричати, вигукувати) – процес популяризації товарів, видовищ, послуг.

Рекламація (від лат. *reclamatio* – голосне заперечення) – претензія, протест проти недоброякісної продукції.

З наведеного наглядно видно, що явище паронімії вимагає точного знання значень слів і адекватного їх уживання.

4. Книжні й урочисті слова в документах

До книжної лексики належать слова, що вживаються переважно в писемних різновидах літературної мови і майже не вживаються у розмовному. Книжні слова мають відтінок офіційності, урочистості. Більшість з них належать до іншомовної лексики, наприклад: економіка, асигнація, експеримент, еквівалент, контингент, конфіденційний, корифей, ізотоп, благословенний, деструктивний, диференціювати та ін.

Книжне забарвлення мають терміни, слова, що виражають загальнонаукові поняття і вживаються в широкому, узагальненому значенні. Наприклад: прогрес,

історія, методика, політика, форум, абітурієнт, компонент, демократизм. Сюди належать і слова з абстрактним значенням, що мають суфікси -анн(я), -ість, -тт(я), -енн(я), -інн(я), -ств(о), -цтв(о): функціонування, здійснення, прибутковість, сумісництво, товариство, виробництво, співробітництво, змагання, засвоєння, цілісність, одержання.

Ступінь «книжності» таких слів може бути різним – від ледве відчутного до дуже чіткого, виразного. Наприклад, незначний відтінок книжності мають дієслова на –ува(ти), –юва(ти) (виконувати, заповнювати, здійснювати, утримувати, призначувати), віддієслівні іменники на –ння, -ття (посвідчення, відрядження, прибуття), дієприкметники (виконуючий, ознайомлений, виданий, призначений), дієприслівники (враховуючи, розглянувши, виконавши).

До складу розмовної лексики належать слова, що, будучи літературними, надають мовленню розмовного забарвлення. Як правило, вони використовуються в усному варіанті літературного мовлення. Ця лексика відтворює прохання, спонукання, наказ, ствердження, заперечення: репетувати, роботяга, персоналка, прочухан, глухомань, гардимер, хитрющий, базіка, витрішки продавати, плентатися, балакати тощо. Поза межами розмовної перебуває просторічна лексика, до якої належать грубі, вульгарні, перекручені, спотворені з погляду норм літературної мови слова: звиняйте, пика, жерти, тріскати, варнякати, охтобус, ходють, шохвер, первий.

При виборі між книжними і розмовними словами перевага надається книжним словам, бо вони, як правило, однозначні й не висловлюють емоцій того, хто укладає документ. Наприклад: Інженер успішно/кн./ (прекрасно/розм./)налагодив роботуна підприємстві. Словопрекрасно містить емоційну оцінку, тому воно недоречне в документах. Книжне словоуспішноє нейтральним і тому властиве діловому мовленню:Він дбає/розм./про колектив – він піклується/кн./ (проявляє турботу/кн./) про колектив.

Серед «книжних» слів особливої уваги потребують так звані урочисті слова, тобто слова високі, небуденні. Найбільша кількість помилок у діловому стилі припадає саме на цей розряд слів. Неправильне вживання «високих» слів у

ділових паперах поширюється під впливом газетної мови, тому що саме тут відбувається перенесення слів з однієї сфери спілкування в зовсім іншу, відмінну за своєю метою, призначенням і змістом.

Це, переважно, помилки такого характеру: 1) «урочисте слово» вставляється у текст чисто ділового, виробничого характеру; 2) урочистими словами послуговуються в документах, де йдеться мова про справи буденні, повсякденні. Наприклад, урочистими є такі слова, як труд, трудитися, трудящий, трудівник, але у звичайному, поточному діловому папері повинно вживатися: праця, працювати, працівник, робітник, співробітник.

Можна споруджувати палаци, зводити мости, але корівник будують. Лише у деяких ділових паперах (довідках) можна писати проживає, в інших випадках перевага надається нейтральному слову мешкає, живе, прописаний, зареєстрований.

Зачитати і заслухати можна декларацію, звернення, але не витяг з протоколу чи акт (їх можна прочитати й прослухати).

Дієслову завершити надаємо перевагу тоді, коли треба відтворити схвальний, урочистий тон оповіді. Це дієслово вживається для називання успішного закінчення дії, справ: достроково завершили річний план будівництва. Порівняно зі словом закінчувати, завершувати має більш абстрактне значення. Так, завершити навчання, освіти, курс, але закінчити школу, університет.

За традицією вживається: голова виборчої дільниці, голова зборів, але глава уряду (урочисте).

Про функціональні особливості слів нас інформують насамперед тлумачні словники української мови. Характеристика додаткового значення дається за допомогою системи позначок: розм. (розмовне), прост. (просторічне), книж. (книжне). Ці три позначки іноді доповнюються іншими. Наприклад, до позначки «книж.» можуть додаватися такі, що конкретизують галузь вживання того чи іншого слова: мед.- медицина, канц.- канцелярське тощо. Відсутність біля слова стилістичних позначок означає можливість його вживання в будь-якій ситуації.

Тема 4. Власні назви в документах

1. Велика літера в документах

3 великої літери пишемо:

1) заголовки текстів, їхніх частин, розділів, підрозділів, параграфів тощо (у заголовках-словосполученнях – перше слово);

2) назви художніх і мистецьких творів, підручників, наукових праць тощо (у назвах-словосполученнях і реченнях – перше слово, а також наявні в них видові найменування): «Велі́ка рідня́», «Гайдама́ки», «Сад гетсиманський», «Запоро́жець за Дуна́єм», «Мазе́па» (опери); «Дивлю́сь я на не́бо», «Пові́й, ві́тре, на Вкраї́ну» (пісні); «Запоро́жці пи́шуть листá туре́цькому султа́нові» (картини);

3) перше слово складених назв музичних творів: Дев'я́та симфо́нія Бетхо́вена;

4) назви газет, журналів, писемних пам'яток (у складених – перше слово і видові найменування): «Вечі́рній Кі́їв», «Го́лос Уккраї́ни», «Уккраї́на молодá», «Літе́рату́рна Уккраї́на» (газети); «Все́світ», «Дзві́н», «Слово і час» (часописи); «Ру́ська пра́вда», «Сло́во о по́лку Ігоре́вім» (писемні пам'ятки) та ін.;

5) у подвійних назвах – перші слова обох складників: «Глита́й, або ж Паву́к» та ін.;

6) перше слово назв законодавчих, виконавчих, дипломатичних та інших офіційних документів: Акт проголо́шення незале́жности Уккраї́ни, Декла́рація про держа́вний суверені́тет Уккраї́ни, Декре́т Кабіне́ту Міні́стрів Уккраї́ни, Догові́р про заборону випро́бування я́дерної збро́ї в атмосфе́рі, в космі́чному про́сторі і під водо́ю, Же́не́вські уго́ди (1954 р., 1962 р.), Зако́н Уккраї́ни «Про осві́ту», Зая́ва Генера́льної Асамбле́ї ООН, Зве́рнення Президе́нта Уккраї́ни до Верхо́вної Ра́ди Уккраї́ни, Кні́га поче́сних госте́й, Ко́декс Уккраї́ни про адміні́стративні правопо́рушення, Комюні́ке про зу́стріч на найви́щому рівні́, Конве́нція про доро́жній рух, Конститу́ційний зако́н, Конститу́ція Уккраї́ни (Осно́вний зако́н), Конце́пція промисло́вого ро́звитку Уккраї́ни, Криміна́льний ко́декс Уккраї́ни, Мемора́ндум про гара́нтії безпе́ки Уккраї́ни, Пакт ми́ру (1952 р.), Постанова Кабіне́ту Міні́стрів Уккраї́ни «Про ро́зміри стипендіа́льного забезпе́чення

студентів, учнів, слухачів навчальних закладів, а також аспірантів і докторантів», Правила дорожнього руху, Програма житлового будівництва, Протокол про наміри між Національною академією наук України і Міністерством освіти України, Регламент Верховної Ради України, Розпорядження Президента України, Статут ООН, Угода про відновлення миру у В'єтнамі, Указ Президента України «Про нагородження Почесною відзнакою Президента України», Олімпійська хартія та ін.;

7) назви нагород, відзнак (у складених – перше слово і видові найменування): Державна премія імені Тараса Шевченка, «За відмінні успіхи в навчанні, праці і за зразкову поведінку», «За оборону Києва», «Медаль материнства» (медалі); «Мати-героїня», «Перемога» (ордени), Похвальна грамота, Почесний знак Президента України, Кубок УЕФА та ін.;

8) назви культових книг: Апостол, Біблія (Слово Боже, Святе Письмо), Євангелія (Євангеліє), Коран, Мінєя, Псалтир, Тора, Триодь, Часослов та ін.

З малої літери пишемо родові найменування:

1) в неофіційних назвах документів різного типу (в тому числі і родові складники видових назв, якщо вони не стоять на початку): акт, директива, закон, заява; Митний кодекс України, польсько-українське комюніке, Віденська конвенція (1961 р.), підписати меморандум, згідно з наказом, Північноатлантичний пакт (1949 р.), постанова уряду України, підписати протокол, Корабельний статут, указ Президента України та ін.;

2) нагород, відзнак тощо: Королівський кубок, золота медаль, орден Почесного легіону, орден Святого Володимира, Гончурівська премія, Міжнародна премія миру, премія імені Івана Огієнка та ін.;

3) культових книг (у тому числі пам'яток культури): Київський псалтир, Мстиславове євангеліє, Остромирівське євангеліє, Пересопницьке євангеліє, Новий заповіт (завіт), Старий заповіт (Ветхий завіт) та ін.;

4) навчальних дисциплін, наукових спеціальностей: українська мова, дошкільна психологія, загальне мовознавство, міжнародне право, філософія, фінанси і кредит та ін.

2. Правопис та відмінювання прізвищ, імен по батькові в документах

Правопис імен по батькові

При творенні чоловічих імен по батькові вживаються суфікси -ович, -йович. Наприклад: Русланович, Сергійович, Іванович, Ігорович, Юрійович, Максимович, Євгенович, Богданович, Андрійович, Маркіянович, Васильович, Семенович.

При творенні жіночих імен по батькові вживається суфікс -івн(а), після голосних -ївн(а). Наприклад: Миколаївна, Іванівна, Юліанівна, Лук'янівна, Ярославівна, Артемівна, Владиславівна, Василівна, Бориславівна, Романівна, Олександрівна, Сергіївна.

Деякі з імен по батькові випадають з цих загальних правил. Їх слід пам'ятати.

Григорій – Григорович, Григорівна

Сава – Савич (-ович), Савівна

Ілля – Ілліч, Іллівна

Микита – Микитович, Микитівна

Яків – Якович (-левич), Яківна (-лівна)

Лука –Лукич, Луківна.

У родовому відмінку жіночі імена по батькові мають лише закінчення -івн(и), -ївн(и), у давальному – -івн(і), -ївн(і).

Наприклад:

Р. в. Людмили Тимофіївни (неправильно: Тимофіївної), Вікторії Володимирівни (неправильно: Володимирівної)

Д. в. Людмилі Тимофіївні (неправильно: Тимофіївній), Вікторії Володимирівні (неправильно: Володимирівній).

Правопис прізвищ

Українські прізвища вимовляються і пишуться за правилами вимови та за загальними нормами українського правопису. Наприклад: Литвиненко, Гапоненко, Писаренко Шевченко, Марченко, Муляр, Кравченко, Удовенко, Пугач, Солов'яненко, Тимошенко, Юрчук.

Ряд прізвищ слов'янського походження в українській мові мають деякі особливості:

1) у російських прізвищах ё передається сполученням йо на початку слова та в середині після голосних, а також після твердих приголосних, якщо ё у вимові відповідає сполученню йо. Наприклад: Йотов, Йоржик, Майоров, Водойомов, Муравйов, Соловйов, Воробйов;

2) якщо ё означає звук о після м'якого приголосного, то тоді пишеться сполученняьо. Наприклад: Синьов, Дегтярьов, Пушкарьов, Лавреньов, Треньов;

3) під наголосом після шиплячих ж, ч, ш, щ та ц завжди пишеться о. Наприклад: Чижов, Свящов, Балашов, Лихачов, Лобачов, Кольцов. У ненаголошеній позиції пишеться е. Наприклад: Чебишев, Коришев, Солнцев, Кривенцев, Плющев, Лещев;

4) російська літера е після приголосних передається в українській мові літерою є. Наприклад: Мельник, Вербицький, Александров, Демидов, Шевцов, Кобзаревич, Леонов, Мошек, Сапек, Гашек, Гілевич. Але: Наприклад: Белкін, Беляєв, Седіна, Пешковський, Лєтов, Мєстківський;

5) російська літера и в основах прізвищ на початку слова та після приголосних передається літерою і. Наприклад: Іващенко, Ісаченко, Ісаєв, Ілленко, Нікітін, Фірсова, Бірюков, Лісний, Ліненко.

6) російський суфікс -ев, -єєв передається через є після всіх приголосних, крім шиплячих та ц. Наприклад: Матвєєв, Андрєєв, Федосєєв, Євсєєв, Веденєєв, Лаптєв, Медведєв, Пахарєв, Каменєв, Гундарєв, Жухарєв, Малишев, Баришев, Зайцев, Мальцев, Хомічев, Мариничев, Онищев, Костищев.

7) у префіксі при- завжди пишеться и. Наприклад: Приходько, Присяжнюк, Прилуцький, Пригорілов, Прибережний, Привалов, Придніпровський, Приймаков, Прийденко, Придорожній;

8) у суфіксах -ич, -ик пишеться и. Наприклад: Пашкевич, Зінкевич, Мазуркевич, Базилевич, Зозулевич; Перепелятник, Рудик, Цилюрик, Дудник, Малик, Антосик, Бендрик.

Українські прізвища передаються на письмі відповідно до вимови за загальними нормами українського правопису: Березівський, Біловерхий, Ведмедів, Заєць, Кривоніс, Миколаєнко, Олексієнко, Олександрович, Швець.

Відмінювання прізвищ

1. Українські та інші слов'янські прізвища, що мають закінчення іменників І відміни, відмінюються як відповідні іменники І відміни, а прізвища з закінченнями іменників II відміни відмінюються за зразками відмінювання відпо-відних іменників II відміни:

Майборода — Майбороди, Майбороді, Майбороду й т. д.;

Гмиря — Гмирі, Гмйрі, Гмирю, Гмирею й т. д.;

Гнатюк — Гнатюка, Гнатюкові (Гнатюку) й т. д.;

Заєць — Зайця, Зайцеві (Зайцю) й т. д.;

Іваньо — Іваня, Іваньові (Іваню) й т. д.;

Кривоніс — Кривоноса, Кривоносові (Кривоносу) й т. д.;

Лебідь — Лебедя, Лебедеві (Лебедю) й т. д.;

Панібудьласка — Панібудьласки, Панібудьласці й т. д.;

Симоненко — Симоненка, Симоненкові (Симоненку) й т. д.

Але: Швець — Швеця, Шевцеві (Швецю) й т. д.

2. Прізвища прикметникового типу на -ий, -ій відмінюються як відповідні прикметники чол. та жің. роду (твердої чи м'якої групи):

Авдієвський — Авдієвського, Авдієвському й т. д.; Кобилянська — Кобилянської, Кобилянській і т. д.

3. Жіночі прізвища на приголосний та о не відмінюються: Марії Сеник, Надії Балій, з Ніною Байко.

Аналогічні чоловічі прізвища відмінюються як відповідні іменники: Василя Сеника, Михайлові Балієві, з Андрієм Байком.

У прізвищах з основою на г, к, х на взірець Брага, Кочерга, Муха при відмінюванні відбувається чергування, як й у відповідних загальних назвах: розказати Бразі Миколі, до-рікати Максимові Кочерзі, надіслати панові

Панібудьласці, подарува-ти Мороці Оксані, видати свідоцтво Мусі Матвію. В офіційних документах бажано вживати такі прізвища у вихідній формі.

Жіночі прізвища на -а, -я і чоловічі прізвища на -ий, -ій, що на-лежать до прикметникового типу, відмінюються, як відповідні прик-метники: Ільницька, Ільницької, Ільницькій; Задорожня, Задорожньої, Задорожній; Головатий, Головатого, Головатому: Завгородпій, Завгороднього, Завгородньому. Прізвища чоловічого роду у місцевому відмінку мають варіантні форми: при Головатому (Головатім), при Завгородньому (Завгороднім).

У науковому та офіційно-діловому стилях допускається вживання лише першої з цих форм

Жіночі прізвища на -о, -й і на приголосний не відмінюються: відзначити роботу Білоус Алли Олександрівни, стаття Стефалії Хим'як, привітати Людмилу Федорівну Біжик, нагородити Світлану Гелемей, працювати разом з Ніною Головка, виступ сестер Байко.

Чоловічі прізвища на -о і на приголосний (крім тих, що утво-рені за допомогою присвійних суфіксів) відмінюються, як відповідні іменники II відміни.

Прізвища на -ьо типу Кузьо, Матьо, Худьо відмінюються як іменники м'якої групи. У давальному і місцевому відмінках прізвища цієї групи мають варіанти. От взірці відмінюван-ня таких іменників:

Н. Гіатюк	Ухач
Р. Гнатюк-а	Ухач-а
Д. Гнатюк-ові(-у)	Ухач-еві (-у)

Чоловічі прізвища, утворені за допомогою присвійних суфіксів -ов, -ів (-їв), ин, -ін (-їн) відмінюються, як іменники твердої групи II відміни, але в орудному відмінку вони мають прикметникове за-кінчення -им. У непрямих відмінках прізвищ на -ів суфіксальне і може зберігатися або переходити в е або в о. В сучасній українській мові обидва варіанти визнаються нормативними.

Не відмінюються псевдоніми і слов'янські прізвища на е, і (Ле, Трублаїні, Леле, Емхе, Роде, Піторадні), а також прізвища іншомов-ного походження на і,

е, у, о, наголошені а, я та інші нетипові для ук-раїнської мови закінчення {Беранже, Гете, Руставелі, Петефі, По-тяну, Шоу, Бокаччо, Гюго, Дідро, Дюма, Моравія, Гамеахурдіа та ін.).

Прізвища, що походять від назв тварин, предметів, загальних назв людей за певною ознакою, в офіційних текстах рекомендується вживати в поєднанні з ім'ям, назвою посади тощо: оголосити подяку Ірині Петрівні Зозулі; схвалити пропозицію інженера Пасіки Р. О.; виступив доцент Паляниця С. І; запропонував викладач Заїка Степан Степанович.

У подвійних прізвищах компоненти змінюються за загальними правилами відмінювання прізвищ: дисертація аспірантки Косинки-Антонич, виступ аспіранта Косинки-Антонича, стаття Скибич-Стрілецької, винахід Скибича-Стрілецького, заява Косенко-Коноплицької, виступ Милейко-Залузької, твори Карпенка-Карого, повість Нечуя-Левицького, але: творчість Драй-Хмари, музика Кос-Анатольського.

Окрему групу прізвищ в українській мові становлять прізвища «спільного роду». Це українські прізвища іншомовного походження. Рід таких прізвищ визначається синтаксично, залежно від того, особі якої статі (чоловічої чи жіночої) даються ці прізвища. Наприклад: Павло Діброва і Ольга Діброва, Роман Сирота і Людмила Сирота.

Українські прізвища «спільного» роду відмінюються за зразком:

Н. Андрій Лагода	Марія Лагода
Р. Андрія Лагоди	Марії Лагоди
Д. Андрію (-єві) Лагоді	Марії Лагоді
З. Андрія Лагodu	Марію Лагodu
О. Андрієм Лагодою	Марією Лагодою
М. при Андрію (-єві) Лагоді	при Марії Лагоді

3. Географічні назви в ділових паперах

У ділових паперах часто вживаються географічні назви. їх правопис та вимова відзначаються складністю. Щоб уникнути непорозумінь, слід скористатися деякими порадами.

Географічні назви на письмі передаються відповідно до вимови за нормами українського правопису: Житомир, Кременчук, Вінниця, Одеса; Липове, Святичівка, Шушвалівка, Броварки; Десна, Тетерів, Трубіж, Здвиг.

Географічні назви, що складаються з двох чи трьох слів, пишуться з великої літери, а їх родові позначення - з малої. Наприклад: Хаджибейський лиман. Весела слобода. Велике Ведмеже озеро.

Якщо ж у таких географічних назвах означувані слова не сприймаються як родові позначення, то вони теж пишуться з великої літери. Наприклад: Ярославів Вал, Велика Балка, Нові Санжари, Красні Ворота.

У назвах українських міст важливо розрізняти вживання елементів (-поль, -піль). Перше використовується у словах грецького походження (грецьке *polis* «місто»): Севастополь, Сімферополь, Мелітополь, Маріуполь, Нікополь; друге – (з українського «поле»): Бориспіль, Тернопіль.

При складанні ділових паперів не слід забувати, що географічні назви з іменниковими закінченнями – українські, а також деякі іншомовні – відмінюються як звичайні іменники I, II, III відміни. Наприклад:

I відміна: Одеса - Одеси, Одесою, в Одесі;

Полтава – Полтави, Полтавою, в Полтаві; Прага – Праги, Прагою, у Празі.

II відміна: Київ – Києва, Києвом, у Києві;

Львів – Львова, Львовом, у Львові.

III відміна: Керч – Керчі, Керчю, у Керчі. Географічні назви, що складаються з прикметника та іменника чи навпаки, іменника та прикметника, відмінюються в обох частинах. Наприклад: Кривий Ріг – Кривого Рогу; Кам'янець-Подільський – Кам'янця-Подільського, Кам'янцеві-Подільському.

Географічні назви, що складаються з двох іменників або іменника і присвійного прикметника, відмінюються лише в другій частині. Наприклад: Івано-Франківськ – Івано-Франківська, в Івано-Франківську. Але: Конча-Заспа – Кончі-Заспи, у Кончі-Заспі; Пуща-Водиця – Пущі-Водиці, у Пущі-Водиці.

У ділових паперах не рекомендується узгоджувати з означуваними словами у формі непрямого відмінка прикладки-власні імена:

- міст, сіл, селищ, застав: до міста Донецьк, у селі Веселе, біля селища Щастя, на заставі Павловська;
- станцій, портів: на станції Київ, із порту Одеса;
- озер, каналів, заток, проток, островів, півостровів, пустинь, гір, рік: біля озера Синевир, у протоці Гібралтар, на острові Вайгач, у пустелю Сахара, рікою Дністер;
- адміністративно-територіальних одиниць іноземних країн: у штаті Іллінойс, із графства Ессекс.

Труднощі з узгодженням виникають при утворенні від складних географічних назв прикметникових форм. У одних не узгоджується перша частина назви, у інших – друга.

Перша частина не узгоджується при утворенні прикметникових форм від складних географічних назв, у яких – друга частина є прикметником (Володарськ-Волинський – Володарськ-Волинського р-ну), числівником (Знам'янка Друга – Знам'янкодругий), іменником (Нова Каховка – Новокаховський);

- перша і друга частина є іменниками (Талди-Курган – Талдикурганський, Порт-Артур – Портартурський).

Друга частина не узгоджується при утворенні прикметникових форм від складних географічних назв, у яких і перша, і друга частини – іменники, а друга вказує на місце розташування населеного пункту: Кінгстон-на-Темзі.

Такі основні правила, які регулюють вживання й правопис географічних назв у діловому мовленні. Тільки ретельне дотримання їх допоможе уникнути помилок у ділових документах, а інколи і серйозних наслідків цих помилок (неважно уявити, до чого може призвести невірне написання географічної назви в адресі документа).

Тема 5. Іменники в офіційно-діловому стилі

1. Граматичні категорії іменників у документах

Такі основні ознаки офіційно-ділового стилю, як стислість, чіткість, висока стандартизація вислову, суворе регламентування тексту, залежать від правильного вибору граматичної форми слова, зокрема іменників. Слова-назви осіб, предметів, понять, як відомо, переважають у ділових паперах. Тому увага до граматичних категорій іменників повинна бути особливо пильною.

Категорія роду іменників у ділових паперах

Рід іменників – назв професій, посад, звань – при виборі між наявними в мові формами іноді викликає труднощі. Орієнтуватися слід на такі правила:

1. Офіційні назви посад, професій, звань - іменники чоловічого роду: професор, нотаріус, директор, секретар, завідувач. Ці слова вживаються для позначення чоловіків і жінок. Це пов'язано з семантичною мотивацією слів: ці посади в минулому, як правило, обіймали особи чоловічої статі.

2. Відсутні відповідники жіночого роду у всіх складних назвах посад, звань: головний бухгалтер, провідний технолог, статист-дослідник, старший викладач.

3. Текст набуває офіційного характеру, якщо слова, залежні від найменування посади, узгоджуються з цим найменуванням у формі чоловічого роду й тоді, коли мова йде про жінок: Головний лікар дозволив..., Змінний інженер закінчив...

4. Форми чоловічого і жіночого роду мають слова: автор - авторка, аспірант - аспірантка, вихованець - вихованка, дисертант - дисертантка, поет - поетеса, студент - студентка, учень - учениця, спортсмен -спортсменка.

5. Лише жіночий рід має слова: покоївка, прачка, домогосподарка, кастелянша, манікюрниця, рукодільниця, друкарка (жінка, що працює на друкарській машинці; друкар -- працівник друкарської справи).

6. Рід іменників спільного роду староста, суддя, голова, воєвода, сирота визначається синтаксично: Суддя Іванова оголосила вирок. Суддя Іванов повідомив про наслідки розслідування. Голова Коляда оголосила подяку. Голова Коляда ознайомив присутніх з планом роботи фірми.

7. У ділових паперах не вживаються однослівні найменування осіб за місцем проживання, роботи, статусу: сільчани - жителі села, освітяни - працівники освіти, заводчани - заводські робітники, циркачі - артисти цирку, зв'язківці - працівники відділень зв'язку, городяни - мешканці міста.

Рід невідмінюваних іменників

1. Назви осіб чоловічої статі належать до чоловічого роду: елегантний імпресаріо, люб'язний порт'є, справедливий рефері.

2. Назви осіб жіночої статі - іменники жіночого роду: літня мадам, серйозна фрау, струнка міс, люб'язна пані.

3. Невідмінювані назви істот - чоловічого роду: какаду, поні, кенгуру.

4. Невідмінювані назви неістот -- середнього роду: тролейбусне депо, актуальне інтерв'ю, світлове табло, нове меню.

5. Рід невідмінюваних географічних назв визначається за стрижневим словом: Батумі (місто), Марокко (країна), Гаїті (острів, держава).

6. Рід невідмінюваних назв органів преси, громадських організацій, спортивних клубів, команд визначається за родовим поняттям: «Верже» повідомила (газета), «Темпо» опублікував (журнал), «Мебіл ойл» заснована (монополія).

7. Рід невідмінюваних аббревіатур відповідає роду стрижневого слова: АЗС (станція), НДІ (інститут), ФПК (факультет), ПДВ (податок).

Категорія числа іменників у ділових паперах

Граматична категорія числа іменників у ділових паперах потребує обґрунтованого вибору форм однини і множини. За відношенням до числа іменники поділяються на 3 групи:

1) іменники, що вживаються і в однині і в множині: протокол -протоколи, заява - заяви, пропозиція - пропозиції, директор - директори;

2) іменники, що вживаються тільки в однині: - назви речовин: чорнило, пшениця, цукор, глина, цемент, вугілля; - збірні іменники: сумісництво, старостат, студентство; - абстрактні назви: щедрість, популярність, чесність;

3) іменники, що вживаються тільки в множині: назви парних предметів: двері, окуляри, обценьки; назви, що мають матеріально-речовинне значення: дріжджі, дрова; назви сукупностей предметів: гроші, меблі, витрати, копалини, фінанси; назви ігор, процесів, відрізків часу: шахи, канікули, оглядини. У ділових паперах трапляються випадки необґрунтованого вибору форми однини там, де повинні вживатися іменники у множині і навпаки.

I. У документах однина вживається на позначення множини:

1. На позначення сукупності однорідних предметів: Зібрано цукрового буряка на площі... Увесь урожай черешні здано на консервний завод... За всіма ознаками, подорож: повинна бути приємною, з першого дня пасажир тут оточений піклуванням.

2. На позначення однакових предметів, що належать кожній особі або предмету: Молоді спеціалісти, працівники, з якими укладено строковий трудовий договір, підлягають атестації тільки за їх згодою. Після закінчення курсів слухачам видається свідоцтво.

3. У назвах установ і свят традиційно вживається або форма однини: Будинок книги, День енергетика, День учителя; або форма множини: Будинок офіцерів, Міжнародний день студентів, День працівників легкої промисловості.

II. У документах множина вживається на позначення однини:

1. Абстрактні іменники можуть вживатися на позначення множини, коли набувають значення конкретного вияву якості, дії, стану: Політичні сили пропонують... В разі виявлення пустот у металі, заготовка бракується.

2. У множині вживаються речовинні іменники, коли позначають: - види, сорти, типи речовин: мінеральні солі, сухі вина, машинні масла, високоякісні сталі. Виробництво тих же ДСП стримується нестачею смол; - вироби з цієї речовини: Вироби із золотим та срібним посудом, з кришталем й коштовним склом надійдуть у продаж; - велику кількість речовини або великий простір, зайнятий нею: дозрівають пшениці, колосяться жита, талі води.

3. Власні назви вживаються у множині для позначення угруповань, пов'язаних родинними стосунками: родина Василенків, сім'я Іванчуків.

2. Особливості відмінювання закінчень іменників у документах

За характером закінчень називного відмінка однини іменники в українській мові поділяються на чотири відміни.

Іменники I відміни (чоловічого та жіночого роду із закінченням -а, -я) поділяються на три групи: тверду - основа закінчується на твердий приголосний, крім шиплячих: *фірма, країна, робота*; м'яку - основа закінчується на м'який приголосний: *дотація, пропозиція, земля*; мішану - основа закінчується на шиплячий: *мережа, площа, біржа*.

В іменниках твердої групи з основою на г, к, х у давальному та місцевому відмінках відбувається зміна на з, ц, с: *скарга - скарзі, економіка - економіці, стріха - стрісі*.

В орудному відмінку іменники твердої групи мають закінчення -ою: *перевіркою, країною*; м'якої - -ею, -єю: *землею, долею, пропозицією, інформацією*; мішаної - -єю: *біржею, мережею, площею, вдачею*.

Іменники II відміни (чоловічого роду із закінченнями -о, та нулем звуку та середнього - із закінченнями -о, -е) також поділяються на тверду групу з твердим приголосним основи, крім шиплячих: *план, проект, відсоток*; м'яку - з м'яким приголосним основи: *вчитель, камінь, добродій, поле, удосконалення*; і мішану - з основою на шиплячий: *гараж, вантаж, викладач, продаж*.

У родовому відмінку однини іменники II відміни можуть мати закінчення -а, -я; -у, -ю

Закінчення -а, -я	Закінчення -у, -ю
1. Назви осіб, власні імена та прізвища: <i>студента, Андрія, Франка</i>	1. Назва речовини маси, матеріалу: <i>азоту, асфальту, льоду, але хліба</i> .
2. Назви предметів: <i>портфеля, стола, гвинта</i> .	2. Збірні поняття: <i>капіталу, кодексу, тексту</i> .

3. Назви населених пунктів: <i>Воронежа, Житомира, Лондона.</i>	3. Назви населених пунктів, другою частиною яких є іменник, що має в родовому відмінку закінчення -у: <i>Кривого Рогу, Красного Лиману.</i>
4. Географічні назви з наголосом у родовому відмінку на кінцевому складі, а також із суфіксами присвійності -ов, -ев (-єв), -ін (-їн): <i>Дінця, Дністра, Тетерева</i>	4. Назви річок, озер, гір, островів, півостровів, країн, областей (крім зазначених) на -а, -я: <i>Амуру, Єнісею, Рейну, Кавказу.</i>
5. Назви мір довжини, ваги, часу: <i>грама, місяця, процента.</i>	5. Назви будівель, споруд, приміщень та їх частин: <i>вокзалу, метрополітену, поверху.</i>
6. Терміни іншомовного походження, які означають елементи будови чогось, конкретні предмети, геометричні фігури та їх частини: <i>атома, сегмента.</i>	6. Назви установ, закладів, організацій: <i>інституту, комітету, заводу.</i>
7. Українські за походженням суфіксальні слова-терміни: <i>відмінка, чисельника.</i>	7. Більшість слів із значенням місця і простору: <i>абзацу, майдану, краю.</i>
	8. Явища природи: <i>землетрусу, вітру, туману.</i>
	9. Назви почуттів: <i>болю, гніву, страху.</i>
	10. Назви процесів, станів, властивостей, ознак, формацій, явищ суспільного життя, загальних і абстрактних понять: <i>винятку, експорту, ідеалу, інтересу, принципу, прогресу, руху.</i>

	11. Терміни іншомовного походження, що означають хімічні або фізичні процеси, частину площі і подібне: <i>аналізу, імпульсу, синтезу</i> ; літературознавчі терміни: <i>стилю, сюжету, роману</i> .
	12. Більшість складних безсуфіксних слів (крім назв істот): <i>водопроводу, живопису, родоводу</i> .
	13. Переважна більшість префіксальних іменників із різним значенням (крім назв істот): <i>випадку, прибутку, успіху</i> .

Паралельні закінчення (-а, -я, -у, -ю) мають іменники з різним лексичним значенням: *акта (документ) - акту (дія), апарата (прилад) - апарату (збірність), терміна (назва) - терміну (строк), папера (документ) - паперу (матеріал), рахунка (документ) - рахунку (дія), фунта (грошова одиниця) - фунту (міра ваги), блока (частина споруди, машини) - блоку (збірність)*.

3. Правопис закінчень власних і загальних назв у кличному відмінку при звертанні

Іменники чоловічого та жіночого роду I та II відміни мають в однині кличний відмінок.

I відміна (деколи III відміна - радосте, Нінеле, Любове).

тверда і мішана група - о: Галино, Катерино;

м'яка і мішана - е(-є), - ю: Маріє, Насте.

II відміна: Закінчення -у мають:

а) іменники мішаної групи з основною на шиплячий ч, ш (крім ж):

викладачу, укладачу;

б) іншомовні імена з основою на г, к, х: Джеку, Генріху;

в) іменники: діду, сину, тату, дядьку, батьку;

закінчення -ю мають іменники м'якої групи: Геннадію, вчителю, секретарю, лікарю, Андрію.

-е мають:

а) безсуфіксні іменники твердої групи: Іване, козаче.

б) ім. твердої групи із суфіксами -ист, -тор, -атор, -ер, -ир: радисте, директоре.

в) іменники мішаної групи - власні назви з основою на шиплячий і загальні назви з основою на ж, р: друже, кресляре.

Для імен по батькові характерні закінчення -о у жіночих і -у в чоловічих: Галино Іванівно; Петре Васильовичу.

Звертання, що складаються з кількох назв, мають такі правила вживання:

У звертаннях, що складаються з двох власних назв (імені і по батькові), обидва слова мають форму кличного відмінка: Григорію Семеновичу, Ірино Василівно.

У звертаннях, що складаються із загальної назви і прізвища, кличну форму має загальна назва, а прізвище виступає у формі Н. відмінка: пане Шевчук.

У звертаннях, що складаються з двох загальних назв, кличний відмінок обов'язково має перше слово, а друге може виступати як у формі Н., так і у формі Кл. відмінка: добродію секретар (секретарю).

У звертаннях, що складаються із загальної назви і власного імені, форму Кл. відмінка має загальне слово, а власне ім'я може мати і форму Кл. відмінка і форму Н. відмінка: друже Ярослав (друже Ярослав).

4. Особливості відмінювання складних слів у документах

Залежно від характеру відмінювання, виділяють три групи складних слів:

1. Складні слова з невідмінюваною першою частиною. Сюди належать:

а) складні слова з першим невідмінюваним компонентом: кафеавтомат, какао-порошок, шосе-магістраль і под.;

б) складні слова, у яких перший компонент за значенням наближається до прикметника: джаз-оркестр (джазовий), компакт-диск (компактний), жокей-клуб (жокейський клуб), слайд-фільм (слайдовий);

в) переважна більшість складних термінів, зокрема назви одиниць вимірювання, терміни, першою частиною яких є назви літер грецького алфавіту або слова, що наближаються за значенням до прикметника, ампер-, блок-, вектор-, дизель-, вакуум-, кварц-, нуль-, експрес- та ін.: ампер-година, грам-сила, бета-промені, гамма-апарат, кіловат-година, блок-система, вектор-потенціал, експрес-аналіз, дизель-генератор, нуль-індикатор, експрес-аналіз;

г) іншомовні назви проміжних частин світу: норд-вест, норд-ост, зюйд-вест; д) назви трав і квітів: іван-чай, ромен-салат, сон-трава, чар-зілля, розрив-трава.

2. Не відмінюється другий компонент у кількох іменників: програма-мінімум, програма-максимум. 3. Відмінюються дві частини:

а) у назвах закладів, предметів, різноманітних явищ: бібліотека-музей, музей-квартира, вагон-ресторан, автомобіль-цистерна, виставка-продаж, виставка-ярмарок, матч-реванш, слалом-гігант, альбом-буклет. Виняток становлять: крем-брюле, крем-сода, кран-балка, матч-турнір, марш-маневр, марш-кидок, плащ-намет;

б) у назвах осіб за посадою, професією, званням: директор-розпорядник, інженер-економіст, інженер-конструктор, секретар-координатор, технік-механік, льотчик-космонавт.

Традиційно не відмінюється перша частина таких назв осіб, як: лорд-канцлер, прем'єр-міністр, шеф-кухар, шеф-механік, шеф-повар, шеф-пілот, а також у складних назвах військових звань з компонентами генерал, капітан, інженер: генерал-лейтенант, інженер-капітан, генерал-майор, інженер-полковник;

в) у назвах тварин: кулик-сорока, пила-риба, голка-риба, але їжак-риба.

Тема 6. Граматичні форми прикметників, займенників, числівників в офіційно-діловому стилі

1. Особливості використання прикметників у документах

Щодо використання прикметників у діловому стилі, слід пам'ятати:

1. Перевага надається прикметникам книжного походження: валютний, гарантійний, ідеальний, організаційний, нейтральний, регіональний, еквівалентний, балансовий. Слід уникати прикметників із розмовної, емоційної лексики, стягнених та усічених форм, суфіксів збільшеності: безвихідне становище – безпорадне становище, роботящий – працюватий, багатючий – дуже багатий, молодії – молоді, згоден –згодний, величезний – великий, малюсінький – дуже малого розміру.

2. У використанні ступенів порівняння окремих якісних прикметників перевага надається аналітичним формам, які утворюються за допомогою прислівників: дуже, надто, більш, менш та ін.: працюватіший – дуже працюватий, завеликіший – надто великий, невдаліший – менш вдалий.

3. Правильно узгоджувати просту форму вищого ступеня: фірма стала набагато перспективніша – фірма стала набагато перспективнішою; стаж його роботи на підприємстві не більше чотирьох років – стаж його роботи на підприємстві не більший, ніж чотири роки.

4. Правильно добирати до ступенів порівняння прикметників прийменники: цього року урожай зернових набагато більший проти минулого – цього року урожай зернових набагато більший порівняно з минулим (ніж в минулому); це порушення було більш серйозним, чим попереднє – це порушення було більш серйозним, ніж попереднє.

5. Форми вищого ступеня порівняння прикметників поєднуються із знахідним відмінком іменників та займенників за допомогою прийменника за або сполучника ніж: ці товари дешевші за тих – ці товари дешевші, за ті (ніж ті).

6. У формах місцевого відмінка однини чоловічого та середнього роду слід використовувати закінчення -ому: на попереднім засіданні – на попередньому

засіданні, на старім обладнанні – на старому обладнанні, на банківськiм рахунку – на банківському рахунку.

7. Не використовуються у документах присвійні прикметники, вони замінюються іменниками: директорів підпис – підпис директора, президентський указ – указ президента. Якщо потрібне точне означення, іменник-прізвище (посада, звання) ставлять у родовому відмінку: Петренкові пропозиції – пропозиції Петренка В. П., Клименкові зауваження – зауваження Клименка С. А. Але усталеними є вживання присвійних прикметників: архімедова спіраль, бертолетова сіль, карданова передача, рентгенівський апарат, штрумова система, езопівська мова, сізіфова праця.

8. Уникати вживання прикметників, що походять від географічних назв: криворізькі жителі – жителі м. Кривий Ріг, запорізька адреса –адреса у м. Запоріжжя, китайські товари – товари з Республіки Китай. Але усталеними є вживання подібних прикметників, що означають географічні назви, що походять: 1) від топонімів та інших географічних назв: Запорізька область, Харківський район, Керченська протока; 2) від імен, прізвищ чи псевдонімів: Баренцове море, місто Корсунь-Шевченківський, селище Гоголеве.

9. Прикметники узгоджуються з іменниками на означення певних професій, посад та звань жінок лише у чоловічому роді: старша лаборантка – старший лаборант, досвідчена інженер – досвідчений інженер, професійна водій – професійний водій.

10. Усі прикметники (у ролі означень), що вживаються у сполученні з чи-слівниками два, три, чотири, стоять у називному та знахідному відмінках множини і мають переважно закінчення -і, а не -их: два нестандартні вироби, розглянути три оригінальні розробки, чотири великі контейнери.

11. Прикметник *останній* з усіма числівниками має закінчення -і: за останні шість років, останні дванадцять питань.

12. Для визначення часу за роком треба вживати відповідні прикметники у родовому відмінку без прийменника, або ж прислівник: у минулому році –

минулого року (торік), у наступному році – наступного року, на наступному тижні – наступного тижня.

Узгоджуючи прикметникові закінчення з іменниками, слід звертати увагу на позначення невизначеної кількості однорідних предметів, що існують у певній сукупності: пошкоджені приладдя – пошкоджене приладдя, пошкоджені коріння – пошкоджене коріння, технічні знаряддя – технічне знаряддя.

2. Особливості використання займенників у ділових паперах

1. Займенник *я* вживається тільки в особових паперах і в деяких видах документів (*автобіографії, дорученні, розписці, пояснювальній записці*).

2. У розпорядчих документах займенник *я* обминається. Ці документи розпочинаються дієсловами у першій особі однини: *Пропоную Наказую ...*.

3. Займенник *я* в офіційно-діловому, науковому та публіцистичному стилі замінюється авторським *ми*. Така заміна необхідна також, коли є потреба пом'якшити категоричність висловленого: *Ми дійшли таких висновків*.

4. Займенники третьої особи (*він, вона воно, вони*) в орудному відмінку мають *н* і вживаються без прийменника: *задоволений ними, керувати нею*.

5. Після прийменників, що вимагають давального відмінка (*завдяки, всупереч, наперекір, назустріч, вслід, на противагу*), займенники вживаються без *н*: *завдяки їм, назустріч їй, всупереч йому*.

6. Займенники *він, воно* у місцевому відмінку мають варіант *на ньому* (а не *на нім*).

7. Слід уникати двозначності, що може виникнути при співвіднесеності займенників *він, вона, вони* з будь-яким із слів: *Ми дуже вдячні за можливість ознайомитися з рекламою продукції вашої фірми. Вона (реклама? фірма? продукція?) справила на нас приємне враження – Ми дуже вдячні за можливість ознайомитися з рекламою виробів (товарів) Вашої фірми. Вони справили на нас приємне враження*.

8. Вживаючи особові займенники, слід уникати їх нагромадження: *Він збирається вступити до університету. Він давно вже вирішив стати економістом.*

9. Займенник *ми* у переважній більшості документів, які пишуться від імені установи, підприємства, організації, пропускається. Наприклад, ділові листи часто починаються словами у першій особі множини: *Просимо Надсилаємо* Паралельно вживається форма третьої особи однини: *Дирекція просить Завод надсилає*

1. Займенник *Ви* вживається в усному й писемному мовленні для підкреслення поваги, пошани, ввічливості. У документах пишеться з великої літери (заявах, запрошеннях, службових листах).

2. Для показу суворого об'єктивного викладу, категоричної вимоги, займенник *Вам* опускається: *Надсилаємо Вам для ознайомлення – Надсилаємо для ознайомлення.* Для пом'якшення категоричності вимоги, використання займенника *Ви* є доречним: *пропоную з'явитися – пропоную Вам з'явитися, прошу уточнити – прошу Вас уточнити.*

12. Дійова особа в реченні, виражена особовим займенником, повинна стояти у називному відмінку, а не в орудному: *мною запроваджено – я запровадив, нами запропоновано – ми запропонували.*

Присвійні займенники в документах

1. Присвійні прикметники в родовому і давальному відмінках мають форми: *мого, твого, свого, моєму, твоєму, своєму.* Форми *мояого, твогого, могому, твогому, своєму* властиві розмовному стилю.

2. Присвійні займенники в місцевому відмінку мають тільки нормативні форми: *на моєму; на твоєму, на їхньому, на вашому.*

3. Для уникнення зайвого паралелізму у діловому мовленні вживається присвійний займенник *їхній*, а не *їх* (від *вони*): *надійшли їхні пропозиції.*

4. Не слід зловживати займенником *свій*, бо він, як правило, дублює вже наявне в тексті слово: *Він своїми руками відремонтував свою машину – Він власноруч відремонтував особисту машину.*

5. Уникати двозначності при використанні присвійного займенника *свій*: *Директор попросив присутніх прокоментувати свої (директора? присутніх?) пропозиції. – Директор запропонував присутнім прокоментувати їхні пропозиції.*

Вживання означальних, вказівних, питальних, неозначених займенників у ділових паперах

1. У давальному і місцевому відмінках одні слід використовувати нормативні форми займенників: *сі продукти – ці продукти, цієї домовленості – цієї домовленості, казна який звіт – невідомо який звіт, котрого із присутніх – декого з присутніх, то нарада – те нарада, абичим завершили – невідомо чим завершили, тії розробки – тієї розробки*. Перші приклади є розмовними, діалектними.

2. Правильно використовувати близькі, але не тотожні за значенням займенники *шкірний, будь-який*: *Думаю, зможу відповіді на будь-яке (шкірне, всяке) запитання. Але: Шкіряний відповідає за відведену ділянку роботи. Нас улаштовує будь-який квиток.*

3. На означення особи перевага надається вживанню позичника *який* (-а, -і), а на означення предметів, дій, явищ – *що*: *інженера-конструктора, який проживає ...; контракт, що був підписаний ...*

4. Слід дотримуватися варіювання у використанні питальних займенників: *Звичайно ухвали складаються із вступної частини, в якій зазначається стан розглядової питання і розпорядчої, що містить перелік заходів із зазначенням термінів виконання.*

5. Двозначність виникає, якщо вказівне займенник *це* відноситься до двох явищ: *Директор звільнив Бійка з обійманої посади і назначив на його місце Остапенка. Це рішення (звільнити? назначити?) не схвалюють у колективі.*

6. Слово *окреми* іноді вживається замість невизначеного займенника *деякого* (*окремі підприємства, окремі товариші*). Не слід забувати, що основне значення слова *окреме* – це «незалежне»; бувають випадки, коли це значення виходитиме на перший план, тоді текст документу стає

двозначним: *пан Петренко В. М. виконував окремі завдання* (незалежні від завдань, що їх одержала група? деякі завдання з тих, що їх одержала група?). Такої двозначності слід уникати.

Правопис займенників

Прийменники із займенниками пишуться окремо: *до нас, у мене, з ким-небудь, ні до кого*.

У прийменникових сполуках прийменник ставиться між часткою і займенником, розділяючи їх. Частка, прийменник і займенник у таких випадках пишуться окремо: *де в чому, ні до кого, ні з ким, будь-ким, хтозна до кого, скарбниця на чому*.

Неозначені займенники, утворені від питально-відносних за допомогою префіксів (часток) *абі-, ані-, де-, -сь*, пишуться разом: *абихто, ніщо, деякий, чийсь*.

Неозначені займенники, утворені від питально-відносних за допомогою префіксів (часток) *будь-, хтозна-, казна-* пишуться через дефіс: *будь-хто, хтозна-чий, казна-чим*, та часткою-суфіксом *-небудь*: *хто-небудь*.

Частка *ні* з заперечними займенниками пишеться разом: *ніхто, ніякий, нікотрій, ніскільки*.

Частка *не* зі всіма займенниками пишеться окремо (за винятком *неабиякий, небищо*).

3. Правила запису цифрової інформації у документах

У ділових паперах доводиться мати справу зі значною кількістю числових назв. Вони вимагають спеціального оформлення. При складанні документів слід враховувати такі правила запису цифрової інформації:

1. Прості кількісні числівники, які називають однозначне число (без вказівки на одиниці виміру), записується словом, а не цифрою: *сім'я у складі трьох осіб, студентів повинно бути не більше чотирьох, між трьома фірмами укладено договір*.

2. Простий числівник на позначення часових меж записується словом: *за два місяці до закінчення терміну дії контракту, випробування повинні тривати два-чотири місяці.*

3. Якщо простий числівник супроводжується найменуванням одиниць виміру, він записується цифрою: *продано 10 центнерів цукру, відведена ділянка розміром 40 га.*

4. Складні й складені числівники записуються цифрами, крім таких випадків, коли ними починається речення: *На заняттях були присутні 25 студентів. Двадцять п'ять студентів були присутні на заняттях.*

5. Цілі числа, які виражаються кількома знаками, прийнято записувати, розбиваючи їх на класи за допомогою пропусків. Місце пропусків залежить від системи обчислення (при десятковій – кожен четвертий знак: *50 000 т – 50 тис. т., 976 000 – 976 тис.*

6. Порядковий числівник, що передається арабськими цифрами, вводиться в текст з відмінковими закінченнями. Нарощення повинно складатися з однієї літери, коли закінчення має: два голосних: з *9-ї ранку*; голосний та приголосний: *на початку 80-х років*; голосний та й: *6-й поверх*; або з двох літер, коли закінчення має приголосний і голосний: *2-га редакція.*

До римських цифр літери не дописують: *I квартал, на V етапі, з XVI сторіччя.*

При перерахуванні кількох порядкових числівників відмінкове закінчення ставиться лише один раз (*вироби 3, 4 і 5-го сортів, працівники 1, 2, 3-го цехів*).

7. Складні слова, перша частина яких – цифрове позначення, можуть писатися в документації комбіновано: *40-процентний – 40 %.*

7. Грошова сума записується спочатку цифрами, а в дужках – словами: в розмірі *35 500 (тридцять п'ять тисяч п'ятсот) грн.*

8. Навчальні й фінансові роки мають такий зразок запису: *у 2023/24 навчальному році.*

9. Запис дати в документах має такий зразок: *01.09.2000, 1 вересня 2000 року, перше вересня двохтисячного року.*

10. У діловому стилі приблизна кількість відтворюється дуже обмеженою кількістю зворотів: *понад, до, над, більше, менше: до вересня 2001 р.*

11. Широко вживаються дробові числівники, але в усному мовленні вони мають таку відтворюваність:

а) якщо ціла величина або чисельник позначається числами *два, три, чотири*, то ціла величина і знаменник матимуть закінчення *-і*: *2 3/7 – дві цілі три сьомі*;

б) якщо ціла величина або чисельник позначаються іншими числами, то ціла величина і знаменник матимуть закінчення *-их*: *15 6/7 – п'ятнадцять цілих шість сьомих*.

15. Якщо після числових значень стоїть позначення одиниці виміру, то числове значення завжди записують цифрами, позначення одиниці розташовують в одному рядку із числовим значенням величини (цілим або дробовим) без перенесення на наступний рядок. Між числом і позначенням одиниці залишають проміжок: *2 кВт; 1500 м; 20 °С; 5 %; 423,06 м; 2,85 кг; 12,3 Ом*.

Винятки становлять позначення у формі єдиного спеціального знака – надрядкового індексу, перед яким проміжок не залишають: *20°; 40"*.

Позначення одиниць не повинні змінюватися у множині. Після них крапку не ставлять, крім випадків, коли цього вимагає пунктуація (наприкінці речення);

16. Якщо в тексті наводять інтервал числових значень або групу числових значень в однакових одиницях, то цю одиницю слід зазначати лише після останньої цифри: *від 100,0 до 100,1 кг; 100,0 – 100,1 кг; 100,0 ... 100,1 кг; 5; 6.1; 7 м; 2 × 3 × 9 мм*.

17. Для запису великих цифр використовують також змішаний спосіб, коли назви великих розрядів, що за походженням є іменниками, записують літерами й скорочено: *473 тис.; 5 млн; 12 млрд* (утім, ці іменники – частини числівників можна писати й повністю). Такий змішаний спосіб не лише допомагає скорочувати запис великих чисел, а й значно полегшує зорове сприйняття тексту.

Згідно із ДСТУ 3582-97 скорочення слів *млн* та *млрд* подають без крапки, а скорочення слова *тис.* – з крапкою;

18. У текстах, де наводять багато цифрових даних, що означають кошти, слово *гривень*, як правило, пишуть скорочено *грн*, крім випадків, коли це слово стоїть у кінці абзацу. Суми грошей більше однієї тисячі в текстах рекомендовано писати так: *5 тис. грн або 5 тис. гривень; 1,5 млн грн або 1,5 млн гривень; 2,5 млрд грн або 2,5 млрд гривень.*

Згідно із ДСТУ 3582-97 скорочення слова *грн* подають без крапки.

19. Порядкові номери з'їздів, сесій пишуть або словами, або римськими цифрами (а не арабськими): *Другий з'їзд, II з'їзд.*

4. Зв'язок числівників з іменниками в ділових паперах

У ділових паперах числівники керують певними формами відмінків іменників, з якими сполучаються, або узгоджуються з ними.

1. Числівник *один* узгоджується з іменником у роді, числі й відмінку: *одне запитання, одна вказівка, двадцять одне зауваження.*

2. Числівник *два* має дві форми роду: *два протоколи, дві пропозиції.*

3. Після числівників *два, три, чотири, обидва* (а також після складених числівників, останнім словом яких є *два, три, чотири*) іменники вживаються у формі називного відмінка множини: *два примірники, чотири путівки.*

Проте іменники, які в однині та множині мають різні основи (*громадянин – громадяни, селянин – селяни, друг – друзі*) поєднуються з числівником *два* у формі родового відмінка однини: *два громадянина, два селянина, два друга.*

4. Після числівника *п'ять* і наступних іменники вживаються у формі родового відмінка множини: *сім заяв, шістнадцять комп'ютерів.*

5. При числівниках *тисяча, мільйон, нуль* іменники вживаються у формі родового відмінка множини: *мільйон карбованців, тисяча гривень, нуль відсотків.*

6. 3 неозначено-кількісними та збірними числівниками іменники вживаються у формі родового відмінка множини: *декілька років, багато студентів, шестеро позивачів*.

7. Після дробових числівників іменники вживаються у формі родового відмінка однини: *одна ціла і п'ять десятих гектара, п'ять цілих і одна четверта грама*.

8. У мішаних дробах, що включають у себе елемент з половиною, з чвертю, характер керування визначається числівником, який виражає цілу частину: *два з половиною кілометри, шість з половиною кілометрів*.

9. Числівники *півтора, півтори* сполучаються з іменниками у формі родового відмінка однини: *півтора року, півтора місяця, півтори доби*, а числівник *півтора*ста – у родовому відмінку множини: *півтора*ста центнерів.

10. Порядкові числівники узгоджуються з іменниками у роді, числі й відмінку: *шосте засідання, дванадцятий день*.

У сучасній українській мові слово *другий* уживають лише як порядковий числівник і воно має значення російського прикметника *второй*. Його треба вживати лише після будь-якого порядкового числівника, щоб позначити послідовність, порядок: *перший будинок заселено у січні, другий – у березні, а інші – в травні; це був другий директор інституту*.

Слово *другий* уживають також у висловах, де мова йде про однозначно парні означення або органи: *від цього берега до другого, одним оком бачу гірше, ніж другим*.

11. У сполученнях, що позначають дату, типу *Восьме березня, Перше травня*, відмінюється тільки перша частина: *до Восьмого березня, присвячене Першому травня*.

12. При поєднанні дати зі словом *свято, день* числівник і назва місяця вживаються в родовому відмінку: *поздоровити зі святом Восьмого березня, підготуватися до дня Першого травня*. Конструкції *поздоровити зі святом Восьме березня, привітати зі святом Перше травня* належать до сфери розмовної мови.

13. Ненормативним є словосполучення *пара слів, пара хвилин*. Літературною нормою вважається *кілька слів, кілька хвилин*. Слово *пара* поєднується з іменниками, що позначають однорідні предмети як одне ціле: *пара чобіт, пара коней*; з іменниками (у множині), які позначають предмети роздрібної торгівлі: *пара яблук*; з іменниками на позначення осіб, об'єднаних спільною дією, станом, почуттям: *молода пара, пара фігуристів*.

14. Точно визначений час виражається сполученням з прийменником *о*: *о сьомій годині; об: об одинадцятій годині*.

15. Неточно визначений час виражається сполученням з прийменником *на*: *на п'яту годину*.

Дробові числівники часу передаються відповідним дробом із прийменником *на* – до половини години, з прийменником *на* або *до* – коли половина години, з прийменником *до* або *за* – коли час перейшов за половину години: *чверть на п'яту, пів на восьму, пів до восьмої, чверть до сьомої, за чверть сьома*.

16. Збірні числівники широко використовують у розмовній мові, мові художніх творів, але вони не властиві науковому й офіційно-діловому стилям.

Збірні числівники *двоє, троє, четверо, п'ятеро* тощо вживають:

а) з іменниками чоловічого і спільного роду, які позначають осіб чоловічої статі: *двоє школярів, двоє суддів*, а також із прикметниками і дієприкметниками, що набули функцій таких іменників: *двоє приїжджих, троє чергових*.

Примітка. Відповідно до літературної норми збірні числівники надають висловленню зниженого стилістичного відтінку, тому їх не рекомендовано вживати з іменниками, що називають осіб високого суспільного становища, наприклад, *академік, генерал, маршал, президент, професор* тощо. Із такими іменниками слід уживати кількісні числівники: *у зборах узяли участь чотири академіки*;

б) з іменниками чоловічого роду, що позначають назви тварин і птахів: *двоє коней, двоє орлів*;

в) з іменниками, що мають лише форму множини: *двоє вил, троє окулярів, двоє санчат, двоє дитячих ясел, двоє воріт, четверо ножиць*;

г) з іменниками діти, малята, хлоп'ята, дівчата, особи: *двоє хлоп'ят, п'ятеро осіб, троє дівчат, четверо малят*;

д) з особовими займенниками: *нас сьогодні четверо, їх було п'ятеро*;

е) з іменниками середнього роду, що є назвами малят і предметів: *четверо курчат, семеро качат, шестеро поросят, двоє пальт, четверо вікон, троє відер*;

ж) з назвами парних предметів: *троє черевиків, четверо рукавиць, двоє панчіх, двоє крил, двоє чобіт*;

з) у значенні іменників: *двоє прийшли, троє працювали*.

У словосполучках із іменниками чоловічого та жіночого роду – назвами неживих предметів та з іменниками, що є назвами осіб жіночої статі, збірні числівники використовувати не можна, а слід уживати лише кількісні: *дві доярки, три столи, дві ноги*.

Після збірних числівників *двоє, троє, четверо, п'ятеро* і більше іменник стоїть у родовому відмінку множини: *двоє програмістів, четверо електронників*.

Це правило поширюється також на іменники, у яких відрізняються основи форм однини та множини, та іменники IV відміни: *двоє громадян, троє людей, четверо дівчат*.

Числівник *обоє* найчастіше означає чоловіка і жінку.

5. Правопис числівників

1. У складних числівниках у кінці першої частини м'який знак ніколи не пишеться: *п'ятнадцять, п'ятдесят, шістсот, дев'ятсот*.

2. Порядкові числівники на *-сотий, -тисячний, -мільйонний, -мільярдний* пишуться одним словом, і перша частина в них стоїть у родовому відмінку (крім *дев'яносто, сто*): *трьохсотий, двадцятип'ятитисячний, двохсотп'ятдесятимільйонний* (але *стотисячний*).

У порядкових числівниках, утворених від назв десятків, перша частина не змінюється: *п'ятдесятий, вісімдесятий*.

3. На початку складних слів (прикметників, іменників) перші чотири числівники мають форми *одно-, дво-, три-, чотири-* перед приголосними: *двоповерховий, чотирикутник*. Форми *двох-, трьох-, чотирьох-* вживаються лише перед голосними: *двохелементний, трьохактний, чотирьохопорний*.

4. У складних числівниках від 11 до 19 наголос падає на склад *-на-*, а в числівниках від 50 до 80 – на склад *-ся*.

5. Числівник *тисяча* входить до складу іменників і прикметників у формі *тисячо-*: *тисячолітній*.

Тема 7. Дієслово в офіційно-діловому стилі

1. Помилки при використанні дієприслівникових зворотів

При використанні дієприслівникових зворотів трапляються помилки. Найчастіше такі помилки зустрічаються:

- у безособових реченнях, коли додаток виражений формою давального відмінка: *Повернувшись додому, мені захотілося відпочити* (неправильно). – *Повернувшись додому, я захотів відпочити. Коли я повернувся додому, мені захотілося відпочити* (правильно).
- у пасивних конструкціях, коли суб'єкт дії присудка і суб'єкт дії дієприслівника не збігаються: *Завдання виконано правильно, вивчивши теоретичний матеріал* (неправильно). – *Завдання виконано правильно після вивчення теоретичного матеріалу. Завдання ми виконали правильно, вивчивши теоретичний матеріал* (правильно).
- коли в ролі однорідних поєднуються дієприслівниковий зворот і підрядне речення: *Експурси в минуле, які часом сягають вражаючої емоційної сили, стаючи похмурим символом фашизму* (неправильно). – *Експурси в минуле, які часом сягають вражаючої емоційної сили, стають похмурим символом*

фашизму. Екскурси в минуле часом сягають вражаючої емоційної сили, стаючи похмурым символом фашизму (правильно).

• коли дієслово-присудок і дієприслівник мають різних діячів: *Перебуваючи в різних куточках планети, співробітництво між ними продовжувалося (неправильно). – Перебуваючи за кордоном, вони продовжували співробітництво. Співробітництво між ними продовжувалося і тоді, коли вони перебували за кордоном (правильно).*

2. Особливості використання дієслів у ділових паперах

У систему дієслова входять такі форми:

- а) неозначена форма (інфінітив): *прочитати, затвердити, сплатити;*
- б) форми в дійсному, умовному та покараному способах: *підписавши, передплатимо, підписавши б, передплативши б, підпиши, передплати;*
- в) безособові форми на *-але, -то* : *підписано, передплачено, відкрито;*
- г) дієприкметник: *підписаний, відкритий;*
- г) дієприслівник: *підписуючи, передплачуючи, відкриваючи.*

Усі дієслівні форми мають доконаний (що зробити?) або недоконаний (що робити?) вид, є перехідними (вживаються із іменником у знахідному відмінку без прийменника: *читати книгу*) чи неперехідними (*сидіти під деревом*).

Щодо використання зазначених форм та граматичних категорій дієслів у документах слід враховувати такі особливості:

1. У документах використовуються тільки книжкові дієслова та їх форми: *накопичувати, активізувати, працювати, заохочувати, преміювати.*

2. В офіційно-діловому стилі інфінітив вживається із закінченням *-ти*: *здійснювати, виконувати, рахувати, фінансувати, забезпечувати, удосконалювати.* Закінчення *-ть* вживається у усному мовленні.

3. Дієслова теперішньої години для зазначення позачасовості вживаються в I особі множини або III одні: *ми виплачуємо, фірма пропонує, база реалізує, дирекція звертається.*

4. Дієслова теперішньої години вживаються на позначення майбутнього, коли підкреслюється обов'язковість виконання дії: *нарада керівників розпочинається о 10 годині, конференція розпочинає свою роботу, завтра вирішуємо питання.*

5. Дієслово *бути* у всіх особах одні і множини теперішньої години має форму *є*: *підприємство є юридичною особою, контракт є документом.*

6. Дієслова III особини одні та I особини множини мають повну форму: *азначає, повідомляє, доручає, розуміємо, пропонуємо, реалізуємо.*

7. Дієслова доконаного вигляду утворюють просту форму майбутньої години: *профінансуємо, сплатимо, переглянемо.*

Доконаний вид у ділових паперах твориться за рахунок префіксації: *завізувати, запроектувати, сконструювати.*

8. Дієслова недоконаного вигляду мають просту і складену форми майбутньої години. Для ділового стилю характерні складені форми: *працюватимемо – працюватимемо, контролюватимемо – контролюватимемо, будемо забезпечуватись – буде забезпечуватись.*

9. У ділових паперах форми покарання передаються описовими лексичними засобами: *потрібно виконати, необхідно подати, бажано переглянути, мусите сплатити.*

10. У ролі покарання може виступати інфінітив, що виражає категоричність розпорядження: *Всім бригадирам до 6 жовтня провести нараду робітників.*

11. Форми II особини одиниці, 1-ї та 2-ї особини множини дозволяють уникнути форми *давайте* у покарання: *давайте проголосуємо – проголосуймо, давайте побажаємо – побажаймо, давайте почнемо – пропонуємо почати.*

12. У ділових паперах слід уникати форм умовного способу: *фірма змогла б виконати замовлення, якби ... – фірма виконає замовлення, якщо... .*

Тема 8. Службові частини мови в офіційно-діловому стилі

1. Прийменники в офіційно-діловому стилі

1. Правильно добирати необхідні прийменникові конструкції: *враження про виставку – враження від виставки, застерігати про небезпеку – застерігати від небезпеки, вітер п'ять метрів на секунду – вітер п'ять метрів за секунду. Перші варіанти вживаються лише у розмовному стилі мовлення.*

2. При виборі прийменникової чи безприйменникової конструкції, перевага надається безприйменниковій: *зрікатися від ідеалів – зрікатися ідеалів, повідомляти по телефону – телефонувати, оплатити за поїзд – оплатити поїзд, приурочувати до відкриття – приурочувати відкриттю.*

3. У прийменникових конструкціях іменник повинен ставитися в правильному відмінку: *всупереч проблем – всупереч проблемам, завдяки опитування – завдяки опитуванню, наперекір рішень – наперекір рішенням.*

4. Не слід нагромаджувати в одному контексті однакові прийменники: *На наступному тижні на честь свята на сценах театрів, на відкритих майданчиках, на Центральному стадіоні відбудуться найрізноманітніші концерти, на які ми запрошуємо всіх бажаючих.*

5. Пропуск прийменника створює двозначність тексту: *лист організації (від організації? до організації?).*

6. У діловому стилі української мови є ряд особливо часто повторюваних усталених словосполучень дієслівного типу, де заміна прийменників неможлива: *витрати на, відрахування на, винагорода за, покладається на, у відповідь на, у відповідності з, відповідно до, у зв'язку з, згідно з, залежно від, виходячи з.*

Варто пам'ятати про таку особливість української мови, як позиційні чергування прийменників *у, в, з, із, зі (зо)*, пов'язані з милозвучністю. У цих чергуваннях голосний звук *у* та звукосполучення *із, зі (зо)* вживаються для уникнення збігу важких для вимови приголосних, а приголосні *в, з* – для уникнення збігу голосних. При цьому пріоритетним є усунення збігу голосних.

Досить численними є порушення норм уживання похідних прийменників сучасної української літературної мови: передавання їх кальками відповідних похідних прийменників російської мови, використання їх з неправильними формами іменників.

Прийменник *по* в українській мові поєднується лише:

1. У складних прислівниках з іншими частинами мови: а) з іменниками: *по можливості, по суті*; б) з прикметниками: *по-господарськи, по-дружньому, по-українськи*; в) із займенниками: *по-нашому, по-своєму*; г) із числівниками: *по троє, один по одному, по-друге*.

2. З іменниками у місцевому відмінку і вживається:

а) зі значенням мети: *послали по інструктора, вирушили по матеріал, пішли по хліб, пішли по воду*; б) зі значенням місця чи напрямку дії та її поширення: *трансляція по телебаченню, наказ по фірмі, розпорядження по відділу, черговий по вокзалу*.

3. З прикметниками: *по чайній ложці, по зеленій поверхні*.

4. З числівниками: *отримати по десять балів, по дві пропозиції*.

В інших випадках слід використовувати прийменники *на, за, з, із, до, для, від, під, у (в), як, через, щодо* тощо або безприйменникові конструкції: *називать по имени – називати на ім'я, по требованию – на вимогу, по собственному желанию – за власним бажанням, по семейным обстоятельствам – за сімейних обставин, по специальности – за фахом, по совместительству – за сумісництвом, комиссия по вопросам – комісія з питань, лекция по – лекція з, с апреля по июнь – з квітня до червня, комиссия по расследованию – комісія для розслідування, действуют по обстоятельствам – діяти залежно від обставин, задание не по силам – завдання не під силу, уехать по делам – поїхати у справі, по болезни – через хворобу, по негодности (списать) – як непридатне (списати), расходы по – витрати щодо, мероприятия по улучшению – заходи щодо (для) поліпшення, оценит по достоинству – належно оцінити, Комитет по иностранным делам – Комітет іноземних справ, план по обслуживанию – план обслуговування, по возможности скорее – якомога швидше, по факсу – факсом*.

Порушення синтаксичної норми також виникає через невмотивоване вживання прийменника ***при***.

Цей прийменник уживається часто паралельно з іншими прийменниками: *біля, коло, край, поруч*. Наприклад, для по значення близькості до конкретного місця: *при виході – коло виходу – біля виходу, край дороги, поруч мене*. А на позначення епохи, періоду, часу, протягом якого відбувається дія, паралельно з прийменниками *за, під час*: *за царювання Романових – під час царювання Романових*.

Лише з прийменником *при* можливі конструкції:

а) на передавання значення приналежності, певних стосунків до кого-, чого-небудь: *При університеті працює дослідна станція;*

б) на зазначення чого-небудь у будь-кого, будь-чого або присутність когось будь-де: *Був при повній свідомості. Сьогодні я при зброї.*

Правопис прийменників:

Разом пишуться:

а) Складні прийменники, утворені сполученням одного або двох (іноді – трьох) прийменників із будь-якою частиною мови: *внаслідок (внаслідок), впродовж (упродовж), замість, навколо, напередодні, наприкінці, щодо*.

б) Складні прийменники, утворені з двох простих прийменників: *задля, заради, напроти, окрім, поза, між, понад, поперед, посередині, проміж*.

Через дефіс пишуться складні прийменники з початковими *з-, із - : з-за (із-за), з-над, з-перед, з-під (із-під), з-поза, з-поміж, з-понад, з-попід, з-посеред, з-проміж*.

Окремо пишуться прийменникові сполуки *в разі, під кінець, під час, що ж до*.

2. Особливості використання сполучників у документах

Сполучником називається службова частина мови, до складу якої входять слова, що можуть поєднувати члени речення та частини складного речення.

За морфологічним складом сполучники поділяються на непохідні (прості) а похідні (складні і складені). Непохідні - це первісне сполучники, які

морфологічно не розкладаються на частини і, а, чи, або, та. Похідні - складні і складені - це сполучники, що утворилися від слів інших частин мови мови.

Сполучник і вживається: 1) перед йотованими (й, є, ю, я, ї): *наша фірма і її стабільність*; 2) на початку речення: *І бригадири почали готуватися до засідання*; 3) між приголосними: *рівновага між попитом і пропозицією*; 4) після паузи перед голосним: *Слід розрізняти поточні резерви, які можна реалізувати найближчим часом (місяць, рік), і перспективні...*; 5) при зіставленні понять: *доходи і витрати, спад і піднесення*.

Сполучник й уживається: 1) між голосними: *контрольні цифри й обов'язкові держзамовлення*; 2) після голосного перед приголосним: *перевірка слушності й чинності дій, встановлення господарських зв'язків й укладення договорів*.

Сполучник та вживається: 1) якщо в реченні вже є і або й: *Особливо вдячні за доброзичливий і відкритий тон переговорів між паном ... та керівництвом Вашої фірми*; 2.) для поєднання близьких споріднених понять, станів, явищ: *фінанси та кредит, фірма вивчала та аналізувала, робота з газетами та журналами*.

Тема 9. Синтаксис ділових паперів

1. Особливості синтаксису ділових паперів

Синтаксис ділових паперів (особливо словосполучень) характеризується численними мовними кліше — усталеними початками й закінченнями тих чи інших документів. Наприклад, оголосити подяку (догану), порядок денний, накласти стягнення, укласти угоду, нота протесту, встановлення стосунків тощо. У дипломатичному різновиді офіційно-ділового мовлення етикет «міжнародної ввічливості» визначив практично зручні правила звертання, так звані компліменти, або етикетну форму початку та кінця листування. Наприклад, вельмишановний добродію, пане; з повагою, з пошаною тощо. До речі, ці клішовані вирази характерні також для інших видів документів, зокрема комерційних листів.

Характерною ознакою мови ділових паперів є наявність розщепленого присудка — заміна простого присудка у формі особового дієслова словосполученням інфінітива з віддієслівним іменником. Як от: не зобов'язатися, а взяти зобов'язання; не постановити, а прийняти постанову; не протестувати, а виявити протест тощо.

Типовою рисою розщепленого присудка, як і зв'язаних дієслівно-іменних сполучень взагалі, є вживання при іменнику означення, що надає експресивного забарвлення і свідчить про живу форму та активність конструкції: видавати постанови й нормативні акти, розробляти та здійснювати конкретні заходи, збирати спеціальну таксу, забезпечити докорінне поліпшення тощо.

Поряд із стандартизованими дієслівно-іменними словосполученнями в офіційно-діловому стилі існує велика кількість клішованих конструкцій з прийменниками. Наприклад, прийнято в експлуатацію, подати у відставку, на загальних підставах, в адміністративному (робочому) порядку, у режимі використання, зустріч у верхах, у даний відрізок часу та ін.

Найбільш частотним у мові ділових документів є використання прийменників для, до, що керують родовим відмінком, з, який керує орудним та знахідним відмінками, у (в) — давальним тощо. Наприклад: Передати справу до прокуратури для притягнення до відповідальності винного у нестачі матеріально-товарних цінностей або У зв'язку з обмеженим збутом продукції використання потужностей для виробництва ... недоцільно.

Характерною особливістю офіційно-ділових паперів є утворення складних відіменних прийменників. До таких сполучень належать: відповідно до, згідно з, у відповідності з, у зв'язку з, на додаток до і т. д. Як правило, цими складними прийменниками починається певний діловий документ (заява, наказ, протокол тощо). Офіційно-ділові стандарти словосполучення, штампи, кліше функціонують як результат загальної тенденції розвитку стилю до стандартизації (як обов'язкова ознака офіційно-ділового стилю).

Для офіційно-ділового стилю особливо характерне вживання переважно неозначеноособових, безособових та інфінітивних синтаксичних конструкцій.

Загальний характер викладу в мові ділових паперів позначився не лише на доборі форм присудка, а й на його місці — у кінці речення.

Зосередженню уваги на реальному результаті дії сприяє використання предикативної форми на -но, -то, яка позначає процес поза діячем, що мислиться узагальнено (наприклад, у заяві зазначено).

Типовим для офіційно-ділового мовлення є те, що у простому (може бути ускладненому) реченні для зосередження уваги на результаті дії нерідко використовуються дієслова-присудки у формі пасивного стану. Як от: Генеральний директор призначається Радою управляючих і затверджується Генеральною конференцією строком на 4 роки.

У межах складного синтаксису в мові ділових паперів спостерігається певна вибіркковість конструкцій, зокрема більша частота складнопідрядних, повторюваність підрядних з'ясувальних, означальних, конструкцій мети та умови. Інші різновиди складного речення менш поширені. Вибірковістю та уніфікацією саме таких складних речень, як і простих, офіційно-діловий стиль перегукується з науковим різновидом літературного мовлення. Місце підрядного речення у даних складних структурах залежить від акцентування уваги на аргументуванні мети, умови, причин, наслідків тощо. Наприклад: Якщо ж Ви захочете детальніше ознайомитися з якимось із пропонованих варіантів, ми будемо раді надіслати зразок.

Порядок взаємного розміщення головних та підрядних речень підпорядкований логічній взаємозалежності різних фактів.

Однією з ознак офіційно-ділового синтаксису є надзвичайна величина, громіздкість речень. Особливо це стосується певних його жанрів, зокрема дипломатичних конвенцій, меморандумів, декларацій тощо. Проте така тенденція стилю не утруднює розуміння тексту завдяки логічній підпорядкованості міркувань, уточнення основної думки підрядними реченнями. Сам факт підрядності свідчить про взаємозв'язок і зв'язок між явищами, потребу ж деталізувати обставини вимагає використання не простих, а розгорнутих складних синтаксичних будов. Наприклад: Міждержавна комісія, яку очолять

Президент Зеленський та віце президент Пор., базуючись на цих здобутках, має втілювати у життя багатообіцяючий потенціал українсько-американського партнерства — Президент Зеленський і віце президент Пор. проводитимуть щорічні зустрічі й керуватимуть роботою Комісії, яка здійснюватиметься у чотирьох Комітетах: з питань зовнішньої політики, безпеки, торгівлі, інвестицій, а також постійного економічного співробітництва.

2. Загальна грамотність документа, що виражається в чіткості й логічності викладу, дотриманні правописних норм, а також дотриманні правил, обов'язкових для ділових паперів, досягається, зокрема, за рахунок синтаксису. Здебільшого це прямий порядок слів з узгодженими й неузгодженими означеннями. Вставні слова, які пояснюють окремі поняття чи систематизують виклад, переважно стоять на початку речення. Щодо структури речень ділових документів, то майже всі присудки вживаються в теперішньому часі. Наприклад: рекламне агентство міжнародної телерадіокомпанії «Тоніс» пропонує свої послуги. Поширеними є пасивні структури типу: закони приймаються; наказ виконується; вимоги ставляться.

Синтаксис ділової документації визначається ще й вживанням інфінітивних конструкцій. Наприклад: створити комісію з національних питань; відкликати працівників сільського господарства. Важливою ознакою ділових паперів є і часте використання дієприкметникових і дієприслівникових зворотів, що надають діловим документам стислості. Крім того, в діловому листуванні переважає непряма мова, а пряма вживається лише в тих випадках, коли є необхідність дослівно передати зміст деяких законодавчих актів. Стислість викладу інформації визначає і специфіку синтаксису.

Найчастіше надається перевага простим реченням. Якщо ж використовуються складні, то вони невеликі: одне-два підрядних речення чи дієприкметниковий або дієприслівниковий звороти. Типова ознака ділового стилю — використання віддієслівних іменників. Вони створюють загальне уявлення про щось. Наприклад: провести огляд машин до 15 вересня 1997 року; подати звіт до 20 серпня 1997 року. Віддієслівні іменники забезпечують

однозначність, узагальненість змісту і надають документам певної офіційності. У ділових документах вживають розщеплені присудки, це мотивується тим, що вони конкретніші за дієслівні відповідники. Наприклад: Пропонуємо проводити змагання за містом; Рекомендуємо надавати перевагу одягу з натуральної сировини.

До складу розщепленого присудка може входити іменник-термін або кілька означень. У мові ділових документів є такі словосполучення дієслівного типу, які багато разів використовуються у конкретній виробничій чи адміністративно-виробничій ситуаціях, зокрема: взяти за основу; взяти до уваги; взяти на себе обов'язок; зобов'язання тощо.

3. Один із способів заощадити місце на папері і час складання документів – використати аббревіатури та графічні скорочення. Аббревіатура (від лат. скорочую) – іменник, утворений поєднанням початкових літер, звуків, частин слів, словосполучень. Аббревіатура має граматичне оформлення (рід, число) і функціонує як в усному, так і в писемному мовленні. Наприклад, МВС, ОРД, міськком та ін..

Графічні скорочення мають ту ж мету, але призначені тільки для зорового сприйняття. Наприклад: проф.. – професор, див. – дивись, та ін.. – та інші. Правопис різних груп аббревіатур обумовлений способом їх творення. Відповідно до цього розрізняють:

1. Аббревіатури ініціального типу (звукові, буквені, буквено-звукові): виш, ЗСУ, ДАІ, ЄС, ООН.

2. Складові аббревіатури:

а) поєднання початкових складів слів: виконком;

б) поєднання початкового складу і цілого слова: запчастини, техдокументація, держнагляд, ощадкаса, будматеріали;

в) поєднання початкового складу з непрямым відмінком цілого слова: завкафедри.

3. Аббревіатури змішаного типу.

Графічні скорочення мають інші правила творення і оформлення:

1. Зберігається написання великої і малої літер, дефісів, що були у повній назві: півн.-сх. – північно-східний.

2. Не скорочуються слова на голосний (крім початкової іноді): укр. – український, пор., - порівняй, о. – острів.

3. Слово скорочується до першого приголосного або до останнього у складі, якщо це дозволяє правильно розгорнути скорочення у повне слово: філософ. – філософський, висотн. – висотний. У документах слід використовувати загальноприйняті традиційні скорочення. ЦПК – Цивільно-правовий кодекс, КЗпП - Кодекс законів про працю, ВВС – відділ внутрішніх справ, КПК – Кримінально-процесуальний кодекс. Типові графічні скорочення діловодства: грн. – гривня, гр.. – громадянин, ст.. – стаття, п. – пункт, р. – рік, рр.. – роки, обл.. – область, р-н – район, та ін.. – та інше, доц.. – доцент. Використовуючи аббревіатури і графічні скорочення, слід дотримуватися таких вимог: 1. Скорочення повинно бути зрозумілим і легко розгортатися у повну назву. Бажано використовувати стандартні скорочення.

2. Скорочення не повинно збігатися за формою зі словом або скороченням, уже наявним у мові.

3. Скорочене слово чи словосполучення повинно зберігати однакову форму в одному тексті.

2. Координація підмета з присудком у ділових паперах

При складанні документів слід звернути увагу на правила узгодження підмета з присудком у ділових паперах:

1. Якщо підмет має у своєму складі чисельник, який закінчується на одиницю, то казок ставиться в одній: Двадцять один працівник об'єднання подавши заяву про звільнення з роботи. Вісімдесят один студент узяв участь у конференції.

2. Якщо чисельник у підметі закінчується на два, три, чотири, казок ставиться у множині, були переведені три працівники, чотири студенти пропустили заняття.

3. Підмет зі словами більшість, меншість, ряд, частина, багато, кілька в діловому стилі вимагають від присудка форми однієї: Ряд пропозицій буде враховано. Більшість студентів буде зараховано на стипендію. Частину товару буде реалізовано. Кілька промовців буде запрошено до роботи конференції. Але, якщо головні члени речення розділені підрядним реченням, або коли головні члени речення є однорідними, то присудок ставиться у множині: *Ряд питань, які внесені на обговорення, будуть поставлені на голосування. Кілька пунктів та параграфів будуть змінені.*

4. Однорідні підмети із означенням, наприклад, значна частина, велика кількість, цілий ряд вимагають від присудка форми однини: *Значна частина верстатів та механізмів відповідає сучасним вимогам.*

5. При підметі, вираженому займенниками хто, дехто, ніхто, ніщо та ін. присудок ставиться у формі однієї: *Усі, хто пройшов реєстрацію, повинні з'явитися.*

6. Якщо до складу підмету входить прикладка, виражена іменником іншого, ніж підмет, роду, присудок погоджується в роді з підметом, а не з прикладкою: *Виставка-продаж відбулася... Школа-інтернат відкрита з ініціативи... Недалеко від вокзалу знаходиться вагон-лабораторія, який веде контроль за станом повітря та води.*

7. Присудок ставиться в однині, коли однорідні підмети розділені протиставними сполучниками не - а, не лише - але й: *Не лише економічного, але й юридичного обґрунтування, потребує.*

8. Коли підмет – символічна або умовна назва, присудок узгоджується із загальним, родовим назвам: *Об'єднання «Світанок» уклало угоду... Фірма «Світоч» допомогла... Банк «Аваль» надав пільги...*

9. Якщо підмет аббревіатура – присудок узгоджується в роді й числі з головним словом у словосполученні, від якого утворено аббревіатуру: *УАН (Українська академія наук) була заснована у 1918 році. ЗДУ (Запорізький державний університет) провів... У 1999 році ПДВ (податок на додану вартість) знизився...*

3. Складні випадки керування в ділових паперах

Керування – один зі способів поєднання слів, при якому стрижнєве слово вимагає від залежної конкретної відмінкової форми, тобто керує формою іншого слова: *оплачувати (що?) проїзд (а не оплатуйте за проїзд), платити за (що?) проїзд, символ (чого?) правосуддя, запустити (що?) супутник, близький (до чого?) до моря, п'ять (чого?) років, зустрівши (кого?) ректора, розмовляючи (з ким?) з деканом.*

Ділові папери вимагають максимальної стислості та точності передачі інформації. Будь-які відступи від правил викладу змісту спричиняють серйозні помилки. В українській мові найпоширенішим є дієслівне керування. Особливо уважним слід бути до дієслів, які можуть керувати різними відмінками.

Найчастіше помиляються в тих випадках, коли при дієсловах, які керують різними відмінками, вживається спільний додаток різної форми. Наприклад: *Повідомляти новини сесії Верховної Ради України; Інформувати про новини сесії Верховної Ради України.*

Особливої уваги вимагають близькі за значенням (синонімічні) слова, що потребують різних відмінкових форм. Наприклад: *повідомити (кому?) директору – інформувати (кого?) директора; підстав (на чому?) на матеріалах – підстав (ким?) трудовим колективом; властивий (кому?) людині – характерний (для кого?) для суспільства .*

Іменники, утворені від дієслів, також можуть вимагати певних відмінків (іменне керування): *опанування (чого?) курсу, оволодіння (чим?) знаннями, освоєння (чого?) спеціальності, запобігання (чого?) злочинним замахам, попередження (чого?) незаконних дій, завідувач (чого?) відділу.* Багатозначність слова впливає на керування. Залежно від значення мають різне керування деякі іменники та дієслова, наприклад: *Керівництво дипломними роботами (О. в.) було доручено досвідченому викладачу. – Керівництво факультету (Р. в.) ухвалило рішення скликати позачергову вчену раду.*

В українській мові прикметники також керують формою іншого слова (прикметникове керування): *багатий на ідеї, високий на зріст, притаманний автору, властивий професії, свідомий свого значення, характерний для законодавства*.

Конкретної форми слова вимагають також обставини прислівникового походження – *всупереч, завдяки*, які вимагають давального відмінка: *всупереч прогнозам, завдяки клопотанню, завдяки сумлінній праці, всупереч домовленості*.

Семантична близькість прийменників *у* і *в* викликає появу помилок різного характеру. Треба пам'ятати, що прийменник уживається з іменниками, що позначають назви сіл, сіл, міст, районів, областей, республік, держав, навчальних закладів (*у школі, в інституті*). Винятками є слова типу *Львівщина, Сумщина, Київщина*.

Прийменник *на* вживається з іменниками, що позначають вулиці, проспекти, площі, курси, факультети, засоби пересування (*на поїзді, на трамваї, на автобусі, на човні* – можна використовувати і безприйменникову конструкцію). Вживання прийменника *в* назвах засобів пересування підкреслює знаходження в середині предмета: *спавши в машині, поїзді* і т.п.

З іменниками, що позначають назви гірських місцевостей, можуть використовувати обидва ці синонімічні прийменники. Наприклад: *на Кавказі, на Уралі, але в Карпатах, у Криму; у театрі, але на концерті*.

Слово *завідувач* вимагає після себе додатка у родовому відмінку однини: *завідувач кафедри (завідувач складу)*.

Тема 10. Культура мови і стилістика

1. Культура ділового спілкування

Спілкування є однією з центральних проблем, крізь призму якої вивчаються питання сприймання й розуміння людьми одне одного, лідерство й керівництво, згуртованість і конфліктність, міжособистісні взаємини та ін. спілкування допомагає глибше розглянути процес міжособистісної взаємодії та

міжособистісних взаємин. Інтерес до спілкування виявляють представники різних наук, бо воно є багатовимірним, багаторівневим феноменом.

Цікаво, що в основному із розуміння ролі й знання механізмів спілкування виник менеджмент як функція керівництва людьми і галузь людського знання, що допомагає здійснити цю функцію. Менеджер, керівник витрачає на спілкування до 80% робочого часу, аби реалізувати свою роль у міжособистісних взаєминах, інформаційному обміні та процесі прийняття рішень і виконання управлінських функцій планування, організації, мотивації і контролю. Тому спілкування для них процес, який пов'язує всі основні види управління. 75% американських, 63% англійських та 85% японських підприємців вважають, що неефективне спілкування є основною перешкодою на шляху позитивного результату в їхній діяльності, тобто не результативне спілкування – одна з основних причин виникнення проблем у їхній роботі.

Спілкування стало основою маркетингу і його головним методом. Спеціалісти з маркетингу повинні знати запити та бажання споживачів тільки з перших рук, особисто зустрічатися з клієнтами, кожний з яких має свої риси характеру, темперамент, звички тощо.

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

- комунікація, сприймання і передавання інформації;
- взаємодія, взаємовплив, обмін думками, цінностями, діями;
- сприймання та розуміння одне одного, тобто пізнання себе та іншого.

Отже, спілкування – це міжособистісна та між групова взаємодія, основу якої становить пізнання одне одного і обмін певними результатами психічної діяльності (інформацією, почуттями, оцінками тощо). Іншими словами, спілкування – це взаємодія двох або більше людей, спрямована на узгодження і об'єднання зусиль з метою налагодження взаємин та досягнення загального результату.

Люди, як правило, починають спілкуватися з якогось приводу. При цьому їхні дії пов'язані з предметом спілкування, який визначає його сутність, дає

змогу визначити його спрямованість. Існує, наприклад, спілкування інтимне, професійне, ділове.

Змістом ділового спілкування є «діло», з приводу якого виникає і розвивається взаємодія. Виокремлюють такі характеристики ділового спілкування: співрозмовники є особистостями, значущими одне для одного, вони взаємодіють з приводу конкретного «діла», а основне завдання такого спілкування – продуктивна співпраця. На думку деяких учених, спілкування слід вважати діловим, якщо його визначальним змістом виступає соціально значуща спільна діяльність.

Ділове спілкування належить до формального, здійснюється відповідно до деяких правил і спрямоване на встановлення контактів та підтримку зв'язків між представниками різних взаємозацікавлених у спільній діяльності організацій.

Можна стверджувати, що свідоме опанування принципів ділового спілкування та правильне їх використання підвищує ефективність ділових контактів, а, отже, й ефективність роботи підприємства чи фірми. Якщо ділове спілкування проводиться з урахуванням партнерами визначених та перевірених практикою принципів, партнерам легко з'ясувати справжню мету, інтерес кожного з них, вплинути на психологічний клімат переговорів.

Суттєві особливості ділового спілкування краще визначаються у порівнянні зі звичайною розмовою. Якщо звичайне спілкування попередньо не планується, не визначається його мета, зміст, то ділові контакти завжди передбачають їх попередню підготовку, визначення змісту, мети, можливих висновків. Ділова розмова не виходить за рамки теми, має конструктивний характер, спрямована на розв'язання конкретних завдань, досягнення визначеної мети.

Особливості ділового спілкування зумовлені тим що в ньому беруть участь люди, наділені певними повноваженнями від своїх підприємств чи організацій. У межах цих повноважень вони повинні виконати замовлення організацій, захистити їхні інтереси, бо за це вони отримують заробітну платню. Мета

ділового спілкування – викликати у партнерів взаємне бажання діяти певним чином.

Отже, ділове спілкування – це специфічна форма контактів та взаємодії людей, що мають певні повноваження від своїх організацій. Ділове спілкування включає обмін пропозиціями, вимогами, поглядами, мотивацією з метою розв’язання конкретних проблем, підписання угод чи встановлення інших відносин між підприємствами.

Під час ділового спілкування через усні та письмові контакти партнери намагаються вплинути один на одного, аби змінити існуючу ситуацію. Ділове спілкування завжди орієнтоване на результат. При оптимальному результаті ділового спілкування кожний його учасник усвідомлює, що він отримав певну вигоду у порівнянні з вихідною ситуацією.

Процес спілкування вельми складний за своєю структурою. Його якісний розвиток пов'язаний з тим, наскільки об'єктивно й повно партнери сприймають та оцінюють один одного, вміють обмінюватися інформацією з питань, важливих для обох сторін. Якщо в діловому спілкуванні з'являється та розвивається взаємний інтерес, виникає ділова взаємодія між партнерами. Якщо ні – виникає взаємне несприйняття, конкуренція і конфлікт. Кожний з учасників ділового спілкування має постійно вдосконалювати свою майстерність у вивченні партнера, позитивних змінах емоційного фону спілкування, пошуку можливостей узгодження комерційних інтересів, створення вигідних для обох сторін умов взаємодії. Спілкуючись, кожний з ділових партнерів виконує такі функції: передає та сприймає виробничо-економічну інформацію; коригує поведінку свою і партнера; стимулює емоційні контакти; організовує спільну діяльність з партнером для опрацювання взаємовигідних рішень.

У діловому спілкуванні можна виділити три фази:

- а) початкову, протягом якої встановлюються вихідні контакти;
- б) основну, протягом якої реалізується така послідовність дій: встановлення проміжної та кінцевої мети спілкування, безпосередні мовні та

документальні контакти, взаємний аналіз вихідних та проміжних позицій, пошук узгоджених рішень, визначення перспектив спілкування;

в) завершальну, протягом якої формулюються підсумки ділової взаємодії.

Кожну фазу можна розділити на три процеси, що проходять то послідовно, то паралельно. Вони часто переплітаються та взаємодоповнюються. Це процеси взаємної оцінки партнерами один одного, обміну інформацією та організації взаємодії.

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

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

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

Маючи ділові справи з іноземцями, слід пам'ятати про національні особливості спілкування. У кожного народу є свої культурні традиції, свій національний характер. Їх не можна ігнорувати. Поки інтереси сторін

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

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

Для культури спілкування характерна також нормативність. Вона визначає, як мають спілкуватися люди в певному суспільстві, у конкретній ситуації. Зазвичай норми визначаються станом суспільства, його історією, традиціями, національною своєрідністю, загальнолюдськими цінностями.

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

Багато в чому культура спілкування залежить від особистості, її якостей. Один поводить ся пихато як всезнайко, його не цікавить думка співрозмовника. Інший говорить тільки сам, не даючи змоги висловитися іншому. Третій презирливо ставиться до думки співрозмовника. Четвертий є людиною спокійною, терплячою, завжди має що сказати. Отже, спілкування – це своєрідний театр, де є п'єса певного змісту, актор, що виконує конкретну роль, і глядач, який сприймає і цю п'єсу, й цю роль.

Культура спілкування охоплює знання про психологію та етику спілкування, вміння людей застосовувати на практиці комунікативні установки.

Для досягнення успіху в діловому спілкуванні співрозмовникам необхідно виявляти, а іноді змінювати комунікативні установки. Це не завжди виходить, і

кожен не раз переконувався, що змінити свої установки досить складно, бо заважають емоції, стереотипи, самоконтроль і т.ін. Тому так важливо розуміти природу формування установок та правил їх зміни.

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

Зважаючи на вищевикладене, можна виокремити компоненти, що створюють високий рівень культури спілкування:

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

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

Проте важливо пам'ятати, що ця система реалізується в певних умовах. Відомо, що поведінка людини змінюється залежно від ситуації. По-різному проявляються навіть такі риси характеру, як чесність і здатність викликати довіру. Людина буває чесною в одній ситуації та нечесною в іншій. Багато в чому це залежить від зовнішнього середовища, його впливу на людину. У кожній людини є безпосереднє оточення, тобто люди, з якими вона живе, вчиться, відпочиває, працює. Усіх їх людина віддзеркалює в психіці, на кожного емоційно

відгукується. Залежно від того, як найближче оточення задовольняє потреби людини, виявляється її реагування на близьких. Іноді ввічлива, доброзичлива та терпляча на роботі людина в домашньому оточенні є тираном. А трапляється і навпаки. Справжній рівень культури спілкування такої людини низький. Людину можна вважати тим більшою мірою внутрішньо культурною, чим частіше у неї спостерігається «ставлення на Ви» до близьких людей.

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

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

Як уже зазначалося, культура ділового спілкування є цілісною системою елементів, яка охоплює зовнішню культуру, культуру мовлення, культуру почуттів, культуру поведінки, етикет.

Часто людині вистачає одного погляду для висновку про особистість партнера по спілкуванню, оскільки його манери, постава, хода, одяг, прикраси дають багато різноманітної інформації про характер, ставлення до себе, навіть про ділові якості. Всі ці елементи свідчать про зовнішню культуру особистості.

Зовнішня культура – видимі, візуально сприйнятлі елементи, що характеризують особистість.

Під час першої зустрічі з людиною передусім звертають увагу на її одяг. Якщо він свідчить про невибагливий смак, низьку культуру, неповагу до себе та оточення, то від такої людини мало хто сподіватиметься конструктивної співпраці.

Мистецтво вдягатися полягає у виборі одягу, відповідного дог певної ситуації, та підборі його ансамблю. Першою вимогою є доречність. Кожний вид одягу має своє функціональне призначення. Так, джинсовий костюм зручний для туризму, відпочинку і недоречний у театрі чи на офіційному прийомі. У дорогому костюмі-трійці не варто їхати на риболовлю. Недоречне також поєднання різностильових елементів одягу, наприклад, до вечірньої сукні не пасують кросівки, а джинси – до класичного піджака. Ансамбль одягу – це гармонійне поєднання його елементів за призначенням, кольоровою гамою, стилем, пропорціями, елегантністю і зручністю, характером і віком людини.

Кольорову гаму слід підбирати з урахуванням усіх деталей одягу. Їх поділяють на основні (сукня, костюм, пальто, плащ) і додаткові (взуття, капелюх, шарф, сумочка, рукавички, прикраси). У костюмі можна використовувати не більше двох-трьох кольорів, а колір основної деталі повинен контрастувати з додатковими. У жіночому одязі гармонують червоний і білий кольори, червоний, чорний і білий, зелений і жовтий, зелений з коричневим тощо. Поєднання кольорів у чоловічих костюмах консервативніші, однак і тут можливі варіанти. Менеджер добре виглядає в костюмі нейтральної кольорової гама в діапазоні від чорного до білого кольорів. «Гра» кольорів можлива при виборі краватки.

Покрій ділового одягу консервативніший від інших видів: одно- або двобортний піджак, прямі штани. Для такого костюма обов'язкова краватка, відповідними мають бути тканина та кольорова гама деталей.

Вибираючи одяг, слід враховувати і особливості фігури. Якщо високий, худий чоловік вдягне двобортний піджак, що застібається на один гудзик, він виглядатиме ще худішим. Піджак з великою кількістю гудзиків краще виглядає на високому стрункому чоловікові, ніж на невисокому, приземкуватому.

Повним чоловікам доцільно вдягати однобортні піджаки з одним гудзиком, не надто широкі штани, бажано одного кольору з піджаком. Помітний живіт оптично зменшує костюм-трійка.

Є певні вимоги й до одягу ділових жінок. Сучасній жінці пасує піджак зі спідницею або зі штанами. Під піджак одягають блузку. Блузка не повинна бути прозорою, а спідниця – надто короткою (не вища за коліна). Кольорова гама одягу необмежена за умови гармонійного поєднання.

Елегантність людини часто ототожнюють з модним одягом, але це не зовсім так. Елегантною виглядає людина, в одязі якої усе гармонує, чисте, підшите, застібнуте й випрасуване, а взуття – ідеально чисте незалежно від погоди. Елегантний одяг приховує вади фігури і підкреслює її переваги.

На вибір одягу впливає й характер людини. Спокійні, врівноважені люди носять одяг нейтральних тонів, без прикрас. Більш емоційні надають перевагу яскравішому одягу, неврівноважені – часто невдало підбирають кольорову гаму його елементів.

Добираючи одяг, слід зважати на вік. Речі, що пасують молодим, смішно виглядають на людях старшого віку, і навпаки.

Необхідним атрибутом сучасної жінки є прикраси, макіяж, парфуми. Діловий стиль вимагає мінімального їх використання при створенні іміджу: невеликі сережки, намисто чи золотий ланцюжок на шиї, на правій руці – обручка (для заміжніх) або перстень (для незаміжніх), на лівій – не більше однієї каблучки з напівдорогоцінним каменем, один браслет. Небажано носити дорогі прикраси, вони доречні для урочистих подій, відвідання театру тощо. Модна тенденція носити зверху на блузці золоті хрестики свідчить про відсутність смаку і може образити почуття християнина, адже хрест віруючі носять на тілі.

Чоловіки можуть собі дозволити обручку або перстень і вишуканий затискач до краватки. Застібки на рукавах сорочки (якщо вони є) повинні бути виконані в одному стилі із затискачем.

Макіяж ділової жінки має підкреслювати красу її обличчя, а за необхідності – маскувати його вади. Більшість ділових контактів відбуваються при денному світлі, тому яскравий макіяж недоречний.

Зовнішній вигляд ділової людини залежить і від зачіски. Чоловікам слід подбати про те, щоб волосся було чисте й підстрижене. Нині ділові чоловіки віддають перевагу коротким зачіскам, хоч індивідуальний стиль можна проявити і за допомогою більш довгого волосся.

Ділова жінка повинна вкладати волосся у просту зачіску, адже надто вишукана потребує постійного піклування, що відволікає від спілкування. Недоцільно перебувати на роботі з довгим розпущеним волоссям, яким би гарним воно не було.

Чоловікам і жінкам можна користуватися парфумами, які слід підбирати індивідуально, відповідно до власного стилю й смаку. Краще, якщо вони дорогі, з приємним ароматом. Оптимальним є запах парфумів на відстані 15-46 см від жінки і на відстані 15 см від чоловіка.

Важливими складовими іміджу людини є її постава і хода. При правильній поставі шия і голова повинні природно продовжувати тулуб, підборіддя підняте трохи догори, живіт підібраний, руки опущені вздовж тулуба, кисті рук і пальці розслаблені. Хода має бути вільною, ритмічною, зібраною, символізувати рішучість і впевненість.

Культура почуттів – рівень розвитку, уміння особистості керувати своїми психічними станами, емоційним ставленням до навколишньої дійсності.

Почуття – форма відображення дійсності, в якій виявляється стійке суб'єктивне ставлення людини до предметів, явищ, які вона пізнає і змінює. Почуття є продуктом життєвого, суспільного досвіду особистості, її спілкування й виховання.

У процесі спілкування людина не тільки повідомляє, сприймає, інтерпретує інформацію, а й виявляє певні емоції, почуття. Вміння керувати ними, дбаючи про те, щоб вони узгоджувалися з контекстом розмови, відповідали особистим інтересам та інтересам справи, не посягали на

особистісну сферу співрозмовника, тобто культура почуттів, є особливо важливою передумовою продуктивності ділового спілкування.

У діловому спілкуванні культура почуттів виявляється в адекватності емоційних реакцій комунікативній ситуації, умінні точно обирати інтонації, експресивно забарвлену лексику і відповідно реагувати на неї, виявляти вмотивований емоційний резонанс, співпереживання.

Культура почуттів формується у процесі спілкування з природою, з творами мистецтва, у праці, під час міжособистісних контактів. Це дещо більше, ніж просте дотримання прийнятих у суспільстві правил поведінки – етикету. Мірилом, критерієм культурності, вихованості є співвідношення вчинку як вияву морального почуття з інтересами іншої людини.

Головним у культурі почуттів є змістове їх наповнення, тобто доброзичливе ставлення до оточення, зацікавлене і відверте співпереживання. Навіть найблагородніші спонукання, виявлені у грубій, розв'язній формі, не будуть сприйняті. Людські почуття і переживання демонструють взаємозв'язок етичної й естетичної поведінки індивіда.

Сучасна ділова людина не може нехтувати знанням основних положень загальної культури поведінки, адже вона свідчить про рівень втілення у його діяльності вимог моралі, органічне, природне й невимушене їх поєднання зі способом життя, позначається на зовнішніх особливостях поведінки. Щирі зацікавленість, співпереживання, розуміння й порозуміння між людьми у процесі спілкування є важливими передумовами їх ефективної ділової взаємодії.

Якщо морально-етичні норми визначають зміст вчинків (те, що люди повинні або не повинні робити), то культура поведінки відображає конкретну реалізацію вимог моралі, рівень, рівень органічності й невимушеності злиття цих норм зі стилем життя людини.

Культура поведінки – сукупність форм поведінки людини у процесі спілкування, в яких виявляються певні моральні й естетичні норми.

У процесі спілкування культура поведінки характеризує духовний і морально-естетичний образ людини, свідчить, наскільки глибоко й органічно

вона засвоїла культурні надбання людства. Наприклад, повага до співрозмовника виявляється у ввічливості, делікатності, тактовності, в умінні цінувати чужий час. Обов'язковість з точки зору культури поведінки у спілкуванні означає своєчасність і точність у виконанні домовленостей, обіцянок, повернення позиченого тощо. Чесність за формою вияву збігається з відвертістю. Естетичну складову культури поведінки відображає вміння одягатися відповідно до обставин, а також міміка, жести, манери, які можуть приваблювати чи відштовхувати інших учасників спілкування.

Діловий етикет – сукупність найбільш доцільних правил поведінки в сфері ділових контактів

Отже, потреби сучасного суспільства, його духовних і матеріальних сфер зумовлюють особливу актуальність проблем спілкування. Без належного розвитку форм спілкування неможливе функціонування таких галузей, як виховання, освіта, охорона здоров'я, наука, мистецтво, політика, підприємництво тощо.

2. Ознаки культури мови

Культура (від лат. cultura – догляд, освіта, розвиток) означає сукупність матеріальних і духовних цінностей , які створило людство потягом своєї історії. Мова – це прояв культури. Плекаючи мову, дбаючи про її розвиток, оберігаючи її самотність, ми зберігаємо національну культуру.

Культура мови – галузь мовознавства , що займається утвердженням норм на всіх мовних рівнях.

Культура мови має регулювальну функцію. Вона діє між літературною мовою і діалектами, між усною і писемною формами.

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

Виділяють такі основні аспекти вияву культури мовлення:

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

Основними якісними комунікативними ознаками (критеріями) культури мовлення є правильність, точність, логічність, змістовність, доречність, багатство, виразність, чистота.

Правильність – вільне володіння мовою відповідно до літературних норм

Точність – 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 – логічно правильне мовлення, послідовне.

Логічні помилки:

- поєднання логічно несумісних слів (жахливо добрий, страшенно гарний);
- вживання зайвих слів, тавтологія (особисто я, вільна вакансія, захисний імунітет);
- порушення порядку слів у реченні;
- порушення хронологічної послідовності;
- розширення і звуження поняття (письменники і поети);
- невідповідність причини і наслідку.

Змістовність – передбачає глибоке осмислення теми й головної думки висловлювання, докладне ознайомлення з різнобічною інформацією з цієї теми, вміння добирати потрібний матеріал.

Доречність – добір таких мовних засобів, що відповідає змістові, характерові, меті повідомлення.

Багатство – різноманітність уживаних морфологічних норм, синтаксичних конструкцій.

Виразність – виразність дикції і чіткість вимови; вміння застосовувати виражальні засоби звукового мовлення – логічний наголос, паузи, емоційну тональність.

Чистота – вживання тільки літературно-нормативних слів, правильні граматичні форми.

3. Основні поняття стилістики

Як і кожна інша галузь знань, стилістика оперує великою кількістю властивих їй понять, основними з них є такі: **стиль, норма, стилістичне значення, експресія, стилістема, стилістичні засоби, стилістичний прийом.**

Вихідним для багатьох інших стилістичних понять є поняття стилю. Давні греки стилем називали дерев'яну загострену паличку для писання. Вміння користуватися паличкою-стилем було одним з показників мовної культури. Поступово поняття «стиль» асоціювалося з манерою письма та мовлення, стало предметом наук – античної теорії стилю, риторики, поетики.

Розвиток науки від античної риторики до сучасної лінгвістичної і літературознавчої стилістики значно розвинув і видозмінив, розгалузив загальне поняття стилю, а з ним і значення слова *стиль*. У сучасному мовленні це слово вживається в різних сферах.

У лінгвістиці досі немає єдиного усталеного і загальноприйнятого визначення стилю, хоча спроб його визначити є багато і в існуючих дефініціях переважно відображені основні ознаки стилю.

Зважаючи на складність і обсяг загального поняття стилю, вчені розчленовують його на вузлі поняття: стиль як семіотичне поняття, як лінгвістичне поняття, як властивість висловлення, стиль тексту тощо.

Різнобічне використання терміна *стиль* зумовило кілька окремих його тлумачень:

1) стиль описовий як аспект мовної системи (мовні одиниці мають додаткові експресивні відтінки значення, часом засвідчені навіть у нормативних словниках);

2) стиль експресивний як ступінь інтенсивності виражальних можливостей мови і мовців;

3) стиль художній як поняття культурно-естетичне, як напрям, адже мова належить до явищ культури, особливо мистецтво слова;

4) стиль як зреалізована можливість вибору і як продукт, результат вибору;

5) стиль як манера вираження, тобто використання мовних засобів;

6) стиль індивідуальний як мовний вияв індивідуальності; стиль як відхилення від узвичаєної норми;

7) стиль як ефективність мовної комунікації;

8) стиль як лад мови, склад, тон;

9) стиль як якість мови;

10) стиль як специфічність, своєрідність, оригінальність.

У зв'язку з розмежуванням понять *мова* і *мовлення* виникає питання: стилі властиві мові чи тільки мовленню. Розвинена національна мова диференціюється як на стилі мови, так і на стилі мовлення. Оскільки поняття *мова* розуміється як система знакових одиниць безвідносно до конкретного спілкування, то й поняття стилю стосовно мови абстрактніше, ніж стосовно мовлення: *стиль мови* – це різновид літературної мови; один із своєрідних способів використання літературної мови. Поняття *стиль мови* засвідчує високий рівень розвитку мовних засобів, їх багатство, унормованість у межах певного стилю. Це оцінка мовних засобів кожного із стилів у статиці.

Виходячи із таких засад, стилі мови можна визначити як *історично сформовані, суспільно усвідомлені різновиди загальнонаціональної літературної мови, які різняться принципами відбору та організації мовних засобів і частково самими мовними засобами відповідно до сфер спілкування*.

Термін *стиль мовлення* акцентує на конкретному – усному чи писемному – функціонуванні специфічних мовних засобів, які належать до окремого стилю:

це функціонально-стилістичне використання тих мовних одиниць, з яких сформувався кожен із стилів мови.

Таким чином, термін *стиль мови* доцільно вживати тоді, коли йдеться про стилістичні можливості виражальних засобів літературної мови як цілісної системи, а термін *стиль мовлення* застосовувати тоді, коли це стосується конкретного комунікативного використання окремою особою мовних елементів певного стилю.

Теорія і практика стилів мови і стилів мовлення оперують тими самими мовними одиницями (фонетичними, лексичними і т.д.), але в стилях мови структурні елементи мови (від фонем, букв і до тексту) усвідомлюються лише як статичний мовний матеріал з його особливими комунікативними можливостями, а в стилях мовлення ті ж самі мовні явища розглядаються у використанні, функціонуванні. Як зазначає П. Дудик, найбільші стилістичні можливості мають речення (особливо в контексті з іншими реченнями), а ще більшою мірою – тексти, пор. напр., дві синонімічні одиниці у формі простих речень (риторичного й нериторичного): *Хто ж цього не знає!* і *Всі це знають*. Семантично вони однозначні, але стилістично нетотожні.

Отже, терміни *стиль мови* і *стиль мовлення* та позначувані ними мовні реалії поєднують у собі як спільне, так і своєрідне. Стиль мови (як і мова в повному обсязі) є явищем тільки соціальним, спільним для всіх носіїв мови, а стиль мовлення – явище хоч і соціальне (за своєю сутністю, за змістом), але водночас обов'язково і явище індивідуальне, суто особистісне, бо кожен у своєму усному чи писемному мовленні послуговується мовою в межах усіх її стилів по-особливому, індивідуально.

Один стиль відрізняється від іншого специфічними ознаками – лексичними, фразеологічними, граматичними, їх називають *стилетвірними*. Наприклад, слова *квадрат*, *трапеція*, *радіус*, *теорема* належать до стилетвірних мовних засобів математики, це типові лексичні ознаки наукового стилю (терміни). До цього ж стилю належать і лексеми *іменник*, *суфікс*, *додаток*, *тире*. З певної сукупності своєрідних стилетвірних мовних засобів мови і формується

мовна й мовленнєва специфіка стилю. Крім стилетвірних мовних одиниць, у кожному із стилів є і *нестилетвірні* мовні засоби, які утворюють найголовніший шар загальноповжитої лексики. Вони належать до всемовних ознак, ними всі стилі об'єднуються в одне мовне ціле, формують певну мову.

Крім поняття функціонального стилю, є ще поняття *експресивного стилю*. У сучасному розумінні – це використання таких мовних засобів, які викликають у співрозмовника почуття піднесеності, урочистості (високий стиль), або становлять нейтральну інформацію, звичне спілкування (середній стиль), або орієнтовані на досягнення ефекту іронії, зневаги (низький стиль). Колишні експресивні стилі перестали існувати у 18 ст.

Індивідуальний функціональний стиль (ідеостиль, ідіолект) – це сукупність мовно-виражальних засобів, які виконують естетичну функцію і вирізняють мову окремого письменника з-поміж інших.

Норма. Головною і необхідною умовою існування функціонального стилю є мовленнєва системність, тобто спосіб добору й організації мовних засобів у певному типі мовлення. Мовленнєва системність стилю визначає і *стильову норму*, яка є вужчою, ніж літературна норма мови, тому її ще називають внутрішньою, оскільки всі функціональні стилі літературної мови, не виходячи за межі літературної норми, мають і особливі норми. Так, структури на зразок *порядок денний, пояснювальна записка, у зв'язку з тим що* і под. є літературно нормативними і водночас є внутрішньою нормою офіційно-ділового стилю, але залишаються поза внутрішньою нормою художнього стилю. *Стилістична* норма не протиставляється загальномовній, літературній та стильовій нормам, вона діє в межах літературної норми, але переслідує мету не тільки правильності мовлення, але й доцільності та довершеності його відповідно до завдань, умов і ситуації спілкування.

Для лінгвостилістики важливим є те, що поняття *стиль* міцно пов'язане з функціональним аспектом мови, з використанням її в різних сферах життєдіяльності мовців, з процесом мовного спілкування в цих сферах, з

необхідністю враховувати двосторонній характер спілкування (адресант / адресат), ситуацію й умови спілкування та специфіку текстотворення.

Конотація – це власне стилістичний термін, лат. походження і буквально значить «маю додаткове значення». у широкому розумінні додатковою інформацією, яка надає можливість мовній одиниці виконувати експресивну функцію. У вузькому розумінні конотація – це такий компонент значення лексеми, який дає можливість використовувати її для вторинної номінації. Він виникає на асоціативно-образних уявленнях і ніби заступає пряме об'єктивне значення, в результаті чого постають тропи і фігури: *музика в камені, медова гречка, біль слова, жевріє хмарка*. Виникають такі додаткові значення на зумисних зміщеннях традиційної сполучуваності мовних одиниць.

Стилістичне значення – одне з найголовніших понять стилістики. Воно стоїть поряд з такими поняттями, як *стиль* і *конотація*. З першим (стиль) поняття стилістичного значення взаємодіє як його основна риса, як репрезентант стилю. З другим (конотація) – як рівноправний йому синонім і як виразник додаткової інформації. Стилістичне значення є «робочим поняттям» практичної стилістики і практичної риторики. Однак поняття конотація і стилістичне значення не тотожні. Вони близькі, синонімічні, можуть бути взаємозамінними, але між ними існує співвідношення ознаки і результату дії чи вияву цієї ознаки. Конотація – це ознака, властивість, здатність мовної одиниці, а стилістичне значення – уже породжений цією здатністю результат.

Стилістичним значенням називають додаткове, супровідне до лексичного та граматичного значення мовної одиниці. Воно обмежує використання цієї одиниці певним стилем, типом мовлення чи видом тексту і має стилістичну вартість – маркованість, якою й протиставляється нейтральним значенням. Стилістичне значення накладається на лексичне та граматичне і здебільшого є залежним від лексичного.

Розрізняють *стильове* і *стилістичне* значення. *Стильове* значення мовної одиниці показує, в якому стилі ця одиниця постійно вживається, за яким закріпилася як його стилетвірна одиниця (*заява, протокол* – в офіційно-

діловому; *аналіз, синтез* – у науковому; *майбуття, крилатість, мед спогадів* – у художньому тощо). Стилістичне значення діє в межах стильового на тлі стилістично нейтральних мовних засобів і характеризується конкретною оцінністю, експресією. Воно виникає в результаті асоціативно-образного переосмислення значення, нашарування твірної семантики суфіксів (*ріднесенький, багатющий*), ситуативного використання слів. Стилістичні значення і конотації бувають кількох типів залежно від того, який додатковий до основної інформації компонент переважає у мовній одиниці: *аксіологічне, емотивне, образно-експресивне, функціонально-стилістичне*.

1) *Аксіологічне* – це оцінне стилістичне значення, яке виражає закріплене традицією оцінне ставлення до предметів, осіб, явищ за принципом «позитивне – негативне», «добре – погане»: *краса – потворність, мудрість – глупота*.

2) *Емотивне* – це емоційне стилістичне значення, воно співвідноситься зі сферою емоційно-чуттєвого сприймання і закріплює узагальнені емоційні характеристики осіб, предметів, явищ, надані їм мовцями впродовж віків: *матусенька, красень, плентатись, жерти, пика, баньки*.

3) *Образно-експресивне* стилістичне значення співвідноситься зі сферою чуттєво-образного сприймання мовців, при якому предмети кваліфікуються за якимось ознаками, властивостями, прикметами, що інтенсивно виражені, тобто експресивні. Ці ознаки можуть передаватися через інший предмет, якому вони первісно належать або в якому виражені сильніше: *відьма, тигриця* (про злу жінку), *тудяга, роботяга, бджілка, віл, кінь* (про працювиту людину). Такі мовні одиниці різних рівнів (окремі слова, звуконаслідування, морфеми, метафори, фразеологізми, порівняльні звороти) називають експресемами, або експресивами.

4) *Функціональне* стилістичне значення породжується у слові тією функцією, яку воно виконує у процесі мовної комунікації і з якою закріплюється у свідомості мовців на основі постійних асоціацій з певною сферою суспільної діяльності – науки, техніки, виробництва, політики, права, управління, творчості, побуту тощо. Саме за цією ознакою – відсутністю чи наявністю функціонального

стилістичного значення – всі слова традиційно поділяються на стилістично нейтральні загальноживані і стилістично забарвлені. Цього забарвлення (конотації, маркованості) набувають ті слова, які постійно вживаються зі сталим значенням у певних мовленнєвих ситуаціях і текстах. Так поступово у кожній сфері мовної діяльності сформувалися свої мовні засоби: різногалузеві терміни, канцеляризми, штампи і кліше, поетизми тощо.

Функціональне стилістичне значення можна назвати стильовим, бо саме за його наявності і якістю мовні одиниці розшаровуються на стильові різновиди літературної мови, які й називаються функціональними стилями. Тому з погляду стилістики функціональне значення серед усіх стилістичних слід вважати головним. Воно охоплює найбільшу сукупність одиниць і є загальнішим та ширшим стосовно інших стилістичних значень. Оцінні, емоційні та образні, експресивні стилістичні значення є вужчими і входять до функціональних стилістичних значень. Оцінне значення діє там, де є потреба у вираженні ставлення мовця до чогось, мотивів його дій, вчинків. Емоційне значення зумовлюється сприйманням світу мовцем через його психічний стан, почуття і волю. Експресивне й образне стилістичні значення спрямовуються на досягнення мовцем певної прагматичної мети – вплинути, подіяти, викликати певну оцінку чи естетичне задоволення.

Одиницею функціонального стилістичного значення є **стилістема** – мовна одиниця (від слова до тексту) з реальними можливостями стилістичного значення і мовленнєва одиниця з певним стилістичним значенням..

Стилістичні засоби (ресурси) – це елементи мови (мовлення), здатні виражати стилістичну інформацію (експресивно-оцінну, е.-емоційну, функціонально-стильову). Вони належать різним рівням мовної системи: фонетичні, лексичні, фразеологічні, словотвірні, морфологічні, синтаксичні. Є засоби, які мають міжрівневий характер, наприклад, символи, фігури.

Стилістичні прийоми – це різні способи комбінування мовних одиниць одного рівня в межах одиниць вищого рівня. Найпоширеніші з них – прийом стилістичної детермінації, інтердепенденція, констеляція.

У лінгвостилістиці українські мовознавці виділяють такі різновиди стилістики:

1) *загальна стилістика (теоретична с. або теорія стилістики)* – визначає основні поняття і категорії, предмет досліджень, теоретично обґрунтовує принципи і методи стилістичних досліджень, вивчає універсальні засоби мови (що є в багатьох мовах і мають спільні характеристики) та функціональні стилі;

у предметі загальної стилістики поєднано два аспекти – системно-структурний, що стосується будови і системи мови, і комунікативно-прагматичний, який охоплює функції мови, сферу її поширення в суспільстві і способи використання. Відповідно до цих аспектів розрізняється:

2) *стилістика ресурсів (неконтекстних мовних засобів), або описова стилістика*, яка вивчає стилістично забарвлені засоби мови не тільки в тексті, а й поза контекстним використанням; ці мовні елементи стануть матеріалом для вибору і подальшого відбору мовних засобів у мовленні; у ній виділяються такі частини, як *фоностилістика*, *лексична стилістика*, *фразеологічна стилістика*, *граматична стилістика*.

3) *функціональна стилістика*, яка вивчає функціональні стилі, у ній як окрема галузь виокремлюється

4) *стилістика художньої літератури*, оскільки стиль художньої літератури поєднує як загальномовне, так і творчо індивідуальне; ця стилістика вивчає всі елементи стилю художнього твору, стилю письменника, стилю певного літературного напрямку. Вона показує найкращі надбання національної мови, подає неперевершені зразки художнього використання мовних скарбів, тому є генератором творення і розвитку мовних норм.

5) *стилістика мови* вивчає, описує і кваліфікує наявні в мові стилістичні засоби (мовні одиниці і їх варіанти), які створюють можливість відбору потрібних для певного типу спілкування виражальних елементів; завдання стилістики мови – встановити системи *стилістичних протиставлень* на кожному з рівнів мовної структури і сформулювати *стилістичні парадигми* (кваліфікувати мовний матеріал відповідно до стилістичних ознак). Літературна

мова існує і двох різновидах: писемному та усному. Відповідно існує стилістика *усної* і *писемної* мови. Поняття писемного та усного різновидів літературної мови не тотожні поняттям *розмовної* і *книжної* мови. Писемна мова має більше книжного забарвлення, але користується і розмовними прийомами (у діалогах, гуморесках тощо), усна мова може мати розмовне чи книжне забарвлення, але переважає в ній розмовне.

б) *стилістика мовлення* вивчає використання стилістичних ресурсів мови в суспільній чи індивідуальній мовній практиці. Досліджується функціонування стилів мови у різних видах діалогічного і монологічного мовлення, виявляється творча природа мови і мовця. Стилiстика мовлення конкретизує стилістичну здатність мовних одиниць, деякі з них, постійно відтворюючись у мовленні, здобувають право перейти в стилістику мови.

Крім цих основних різновидів стилістики, виділяють *зіставну*, *порівняльну*, *сучасну* (синхронну), *історичну*, *діалектну* стилістики, а також *стилiстику тексту*.

З розвитком стилістичної науки і зростанням потреб мовної практики виокремився напрямок прикладного характеру – *практична стилістика*. Вона покликана навчити мовців оволодіти багатством виражальних засобів національної мови відповідно до мети і сфери спілкування. Отже, це навчальна дисципліна, в якій розглядаються загальні відомості про стилі мови і мовлення, про стилістичні норми, вивчаються стилістичні засоби мови і прийоми їх використання.

Стилiстичні норми регулюють уживання мовних засобів відповідно до мовного стилю. Для офіційно-ділового стилю характерні сталі словосполучення – мовні штампи, що зазнають суржикового викривлення під впливом російської мови.

Норма	Порушення норми
<i>брати (взяти) участь</i>	приймати участь
<i>укладати (підписувати) договір</i>	заключати договір

<i>порядок денний</i>	повістка денна
<i>давати згоду, схвалювати, підтримувати, погоджуватися</i>	давати добро
<i>я вважаю, на мою думку</i>	я рахую
<i>завдяки підтримці</i>	дякуючи підтримці
<i>навчальний відділ</i>	учбовий відділ
<i>військова доктрина</i>	воєнна доктрина
<i>воєнні дії</i>	військові дії
<i>пристрасті розпалюються (розгортаються)</i>	пристрасті накаляються
<i>дякую Вам</i>	дякую Вас
<i>витяг із протоколу</i>	виписка із протоколу
<i>відшкодувати збитки</i>	возмістити убитки
<i>впроваджувати у виробництво</i>	внедряти у виробництво
<i>обіймати посаду</i>	займати посаду

Тема 11. Риторика

1. Риторика як складова частина культури ділового спілкування

З давніх часів, поряд з академічним, церковним, дипломатичним, військовим, суспільно-політичним, соціально-побутовим, судовим, виділяють ділове красномовство. В Україні XIX – початку XX століть існували професійно орієнтовані риторики для політиків, юристів, офіцерів. Традиція створення подібних посібників продовжується. В останні роки сформувалася самостійна галузь науки і практики – ділова риторика. Вона є прикладним напрямком загальної риторики, орієнтованим на озброєння бізнесменів і менеджерів правилами поведінки зі словом, невербальними засобами передачі інформації.

Ділова риторика – це наука і мистецтво переконливої й ефективної промови в різних видах (чи жанрах) ділового спілкування. Як об’єкт вивчення

даної дисципліни виступають усні і письмові форми службового контакту, такі, як доповідь на зборах, переговори, договір, заява, наказ і т. д. Мета курсу – оволодіння культурою ділової мови і спілкування, вироблення власного стилю службових взаємин, формування іміджу.

Для фахівця з управління, комерсанта досягнення цієї мети означає опанування найважливішим компонентом професійної діяльності. Л. Якокка, видатний американський бізнесмен, зауважував: «Це ж соромно, коли людина великих здібностей не в змозі зрозуміло розповісти про свої задуми, виступаючи перед радою директорів чи відповідним комітетом.... гарному менеджеру потрібно вміти слухати так само, як вміти говорити» [цит. за 76].

Таким чином, мова, уміння спілкуватися, етикет є головними «знаряддями» створення іміджу ділової людини, тобто самопрезентації, конструювання свого образу для інших. Шляхетний образ гарантує керівнику, підприємцю половину успіху і постійне задоволення від роботи. Не можна забувати, що гармонічне спілкування засноване завжди на усвідомленні важливості і дотриманні етичних норм, таких, як тактовність, делікатність, повага честі і гідності особистості, справедливість. Інтелігентність як якість внутрішньої культури – тактовне ставлення до людей – незмінно відбивається у зовнішній поведінці.

Риторика як наука виконує такі суспільні **функції**:

- формування мовленнєвої компетенції;
- розвиток умінь публічної аргументації;
- формулювання критеріїв оцінювання публічної комунікації фахівців [33].

Сучасному успішному оратору варто сформувати такі основні навички:

1. Пунктуальність. Важливою умовою ділового спілкування є пунктуальність, яка характеризує ваше шанобливе ставлення до свого і чужого часу, полегшує спілкування. Пунктуальність забезпечує планування. Варто поважати час слухачів, тому оратор не повинен порушувати регламент.

2. Лаконічність. Досвідчений доповідач говорить коротко, конкретно, однозначно. Чітко формулює думку, використовуючи прості переконливі

речення з 5 – 7 слів. При цьому зайвими будуть аспекти, пов'язані з діяльністю компанії, з особистим життям будь-кого. Використання вузькогалузевих термінів ускладнює сприйняття інформації. Проте образне, емоційне мовлення цікавіше та зрозуміліше.

3. Повагу. Шанобливе ставлення до всіх учасників спілкування – не менш важлива умова на шляху досягнення успіху в будь-якій справі. Цікавість і егоїзм, нетерпимість або бажання побудувати кар'єру за чужий рахунок приносять лише розчарування і невдачі. Саме слухачі є рушійною силою розвитку красномовства, заради них виникла риторика як наука. Повага до слухачів, уміння вислухати, а також почути і зрозуміти є запорукою успіху. Якщо доповідач не відповідає на коментарі або питання співрозмовника, то грубо порушує мовний етикет.

4. Правильність і багатство мовлення. Не менш важливо говорити правильно, використовуючи літературну мову. Комунікативно якісне мовлення сприяє залученню до спілкування співрозмовників, допомагає переконувати, зацікавлювати інших своїми ідеями, а також втілювати їх у життя. Ця здатність знадобиться й під час встановлення ділових відносин і контактів. Цицерон говорив: «Вміти правильно говорити ... ще не заслуга, а не вміти – вже ганьба, тому що правильне мовлення, по-моєму, не стільки достоїнство (чеснота) вправного оратора, скільки властивість кожного громадянина» [цит. за 76].

2. Теорія риторики

Класичні та сучасні визначення риторики. За 2500 років існування риторики були сформульовані сотні її визначень. Серед класичних (античних) визначень можна виділити дві групи дефініцій, в яких простежуються двоїстість самої риторики. Риторична діяльність передбачає творчість – пошук ідей, пошук змісту мовлення. Але також вона опирається на нормативність форм риторичних текстів. Таким чином, з'являються і розвиваються дві риторичні традиції: філософська риторика, ключове запитання якої «Що сказати?», та дидактична риторика, яка шукала відповіді на запитання «Як сказати?».

Найбільш послідовним представником філософської риторики можна назвати Аристотеля. Він визначає риторику як науку, що вивчає «можливі засоби переконання стосовно кожного даного предмета». Аристотель наче передбачав майбутнє «розвінчання» риторики, коли інші науки (філософія, лінгвістика, стилістика, культура мови, літературознавство) «розділять» її між собою, тому особливо наполягав, що мета риторики – переконання, – «не є завданням ніякого іншого мистецтва».

Друга концепція чітко простежується у давньоримського ритора Квінтіліана. Він визначав переконання можливою, а не головною метою оратора. Найважливішою стає естетична характеристика промови. Краса вислову стає найвищим мірилом риторичної практики. І вже в середні віки та раннє Відродження риторику розуміється як мистецтво прикрашення промови. Відбувається, за висловом Н. Безменової, розпад синкретичності логоса, пізнання (думка) і вираження (слово) починають нарізне існування.

На думку багатьох дослідників (Авелічева, Г. Сагач, Н. Безменової), саме дидактична концепція сприяла формуванню уявлення про риторику як про помпезне, зовнішньо красиве, але малозмістовне мовлення. З іншого боку, давньоримські ритори, і в першу чергу Квінтіліан, розробили методичку навчання ораторському мистецтву, активно розвивали теорію тропів і фігур.

Отже, можна зробити висновок, що обидві риторичні традиції – філософська і дидактична – залишили помітний слід у теорії риторики.

Сучасні визначення риторики, як правило, узгоджуються з класичними. Х. Перельман, бельгійський вчений, засновник неориторики 20 ст., визначав риторику як теорію переконувальної комунікації. Хоча, як зазначає Н. Безменова, це визначення виділяє переконувальну комунікацію в окремий вид. Вплив на систему переконань, на думку російської дослідниці, не є ознакою якогось виду комунікації, а іманентною властивістю комунікації як такої.

Відома українська дослідниця Г. Сагач визначення пропонує визначення риторики [56]: філософсько-дидактична наука про закони управління мисленнєво-мовленнєвою діяльністю.

Отож, помітно, що: 1) переконання залишається ключовим поняттям сучасної риторики; 2) сучасні ритори намагаються відродити давньогрецьке розуміння синкретичності логосу.

Зміст класичної і сучасної риторики. Зміст давньогрецької риторики визначався теорією про докази, про способи переконання через категорії: етос, пафос, логос. Етос – засоби переконання, які апелюють до норм людської поведінки. В першу чергу, засобом переконання є сам оратор (чи образ оратора), його моральні якості, які допоможуть встановити контакт з аудиторією, утвердити свій авторитет. До ораторських чеснот ритори відносили скромність, серйозність, доброзичливість. Пафос (пристрасть, почуття) – засоби переконання, що апелюють до почуттів слухачів. Реакція слухачів на промову визначається часто не стільки їхнім розумом, скільки їхніми емоціями. Задача оратора, таким чином, викликати необхідні почуття у слухачів (радість, співчуття, почуття справедливості, патріотизму, обурення тощо). Логос – засоби переконання, що апелюють до розуму (факти, логічні умовиводи). Таким чином, оратор має триєдину мету: привабити мораллю (нравом, натурою), переконати аргументом, зачепити почуттям.

Давньоримські ритори сконцентрували свою увагу на описі основних етапів підготовки риторичного тексту. Вони виділяли 3 основних етапи процесу, на яких давалися відповіді: що сказати, де сказати, як сказати. Ці етапи описувалися у відповідних розділах риторики. Інвенція (*inventio* – лат. «винайти, що сказати») – етап «попередньої рефлексії», тобто визначення теми і мети майбутнього виступу, розробки концепції, відбору матеріалу для промови. Інвенція відповідала вимозі змістовності ораторської промови. Диспозиція (*dispositio* – лат. «розташування») – етап «аранжування» компонентів матеріалу, здобутого в процесі інвенції, побудова композиції промови. Тут висувалася вимога логічності, ясності, цільності ораторської промови. Елокуція (*elocutio* – лат. «прикрасити словом») – етап словесної реалізації концепції. На цьому етапі думку власне «одягають» у слово, добирають найбільш точну, влучну, доцільну словесну форму. Необхідність цього розділу визначається тим, що одну і ту ж

думку можна висловити по-різному. Завдання мовця вибрати найбільш ефективну словесну форму. Класична риторика мала ще два розділи, де містилися рекомендації, як представити готовий текст слухачам. Акція (aktio – лат. «дія, рух»). Цей розділ відповідав за пластичне рішення виголошеної промови. Цицерон називав його «красномовством тіла». Акція давала рекомендації оратору щодо інтонаційної виразності, поведінки перед аудиторією. Меморія (memoria – лат. «пам'ять»). Цей розділ пропонував мнемотехніку – прийоми запам'ятовування матеріалу.

Як бачимо, класична риторика була цілісною системою, що ґрунтувалася на готовій риторичній категорії – персуазивності (persuasion – лат. «вплив», «переконання»). Цінність цієї системи в тому, що вона запропонувала універсальний алгоритм мисленнєво-мовленнєвої діяльності, на основі якого створюються і сучасні концепції риторики. Більшість сучасних риторів використовує класичні схеми риторики: Ю. Рождественський – етос, пафос, логос; Є. Ключев; Г. Хозачеров – інтенція, диспозиція, елокуція; А. Волков; Т. Анісімова; О. Гімпельсон; Л. Мацько, О. Мацько – винайдення, розташування, вираження.

3. Енергетика та емоційність мовлення

Пам'ятайте нудні, нецікаві лекції, коли від монотонного голосу викладача хилить в сон, а думки витають десь у хмарах? Але на виступах яскравих шоуменів або сильних, харизматичних політиків в аудиторії вирує, кипить енергія, готова вибухнути в будь-який момент.

В чому різниця?

А ключова відмінність в такому параметрі, як енергетика мови! Від енергетики залежить, спокійна або збуджена аудиторія, наскільки сильний емоційний шквал, вирує адреналін в крові у оратора і слухачів під час виступу.

Висока енергетика оратора – це драйв, азарт, кураж, емоційність...

Не обов'язково, щоб це проявлялося зовні. Якщо в душі оратора загострення пристрастей, то навіть дуже тихо вимовлене слово змусить

прискорено битися серця слухачів. Енергетика – це один з найважливіших параметрів, що визначають успіх виступу.

Чудовий зміст, чітка логіка і переконлива аргументація залишають слухача байдужим, якщо у виступі недостатньо енергетики, а форма подачі матеріалу нудна і буденна. Часто таке можна побачити на наукових конференціях, де навіть геніальне відкриття може залишитися непоміченим, якщо розповідь про нього прозвучить сухо, невиразно. Цим зазвичай грішать наші молоді вчені. «Бу-бу-бу, бу-бу-бу...», - сухо і монотонно розповіли про свої напрацювання, а потім дивуються, чому інвестори дають гранти не їм, а конкурентам, які, можливо, менше досягли успіху в науці, зате більш успішні в ораторському мистецтві.

Іноді корисно розрізняти: енергетику оратора – те, наскільки оратор збуджений, натхнений, активний; енергетику слухачів – те, наскільки слухачі оживлені, сповнені ентузіазмом, енергійні.

В ідеалі ці енергетики взаємопов'язані. Змінюючи свою енергетику, оратор автоматично підвищує або знижує енергетику слухачів. Говорячи про енергетику мови, ми будемо мати на увазі саме енергетику оратора, адже вона автоматично впливає на енергетику аудиторії. Отже, енергетика – один з найважливіших параметрів у виступі оратора.

Енергетику можна створювати за рахунок пересувань, близькості до аудиторії, жестикуляції, гучності, емоційності, зверненості до слухачів. Для різних виступів підходить різна енергетика. Вчимося легко переміщатися по всій шкалі енергетики. Підлаштовуємося за енергетикою під аудиторію. Ведемо її плавно. Якщо потрібно привернути увагу аудиторії, то можна використовувати і різкі перепади енергетики. Перехоплюємо ініціативу в розмові за рахунок більш сильної енергетики.

Параметри, що впливають на енергетику мови

Висока внутрішня енергетика зазвичай проявляється і зовні: у позі, жестах, голосі, міміці... І навпаки: якщо почати демонструвати поведінку, характерну для високої енергетики, то незабаром вдасться підвищити її і в себе, і у слухачів. З яких зовнішніх параметрів найчастіше складається висока енергетика?

Управління власною енергетикою

Так історично склалося, що для вимірювання енергетики використовується шкала від 0 до 20.

0 - це глибокий, спокійний сон (без хропіння).

6-7 - це сеанс гіпнозу, коли заколисуючий голос гіпнотизера занурює вас в глибокий транс.

9-10 - це монотонне виступ нудного лектора, коли вже хвилин через 5 аудиторія починає злегка дрімати.

12-17 - це робочий стан оратора, яке рекомендується для виступів.

19-20 - це вже легка біснுவатість, коли оратор з піною біля рота люто викрикує свої заклики.

Параметри, що впливають на енергетику мови

Висока внутрішня енергетика зазвичай проявляється і ззовні: у позі, жестах, голосі, міміці... І навпаки: якщо почати демонструвати поведінку, характерну для високої енергетики, то незабаром вдасться підвищити її і в себе, і у слухачів. З яких зовнішніх параметрів найчастіше складається висока енергетика?

Пересування

Як тільки оратор починає не стояти, а рухатися: ходити, жестикулювати, енергетика виступи зростає на 1-2 бали. Якщо ж промовець починає бігати по сцені (згадайте рок-концерти), то енергетика збільшується на 3-5 балів.

Близькість до аудиторії

Оратор віддає виступу всі свої сили, його енергетика досягає граничних 20 балів. Але! Якщо він знаходиться десь в глибині сцени, до слухачів долітає в кращому випадку балів 12-14. Кожен крок від слухачів - це мінус 1 бал в енергетиці. Кожен крок до слухачів - це посилення вашого енергетичного впливу на аудиторію. Будьте як можна ближче до аудиторії, щоб заряджати її своєю енергетикою.

Виступаючи в дебатах, постарайтеся опинитися хоча б на півкроку ближче до аудиторії, ніж ваш опонент. Здається, дрібниця, але іноді саме ці півкроку переважають чашу ваг або у вашу користь, або на користь вашого опонента.

Жестикуляція

Згадайте виступи політиків часів революції. Вони майстерно використовували широку і активну жестикуляцію, щоб завести, розбурхати натовп. Повільні ж, рідкісні або дрібні жести знижують енергетику, що йде від оратора.

Широкі жести – ознака господаря: впевненого, сильного чоловіка, якого краще уважно слухати. А дрібні жести – навпаки, ознака невпевненої в собі людини, яка боїться проявити себе.

Гучність, сила голосу

Зазвичай чим голосніше голос, тим сильніше енергетика. Чим тихіше – тим слабкіше.

Інколи оратор намагається керувати енергетикою тільки через гучність. Не варто себе обмежувати. Важливо пам'ятати, що при бажанні можна говорити і пошепки, але за рахунок переміщень, наближення до аудиторії, жестикуляції все одно створити енергетику в 17-18 балів.

Емоційність (інтонаційне багатство)

Чим більше емоцій у вашому виступі - тим сильніша енергетика. Це, напевно, найважливіший параметр: можна стояти, не жестикулювати, говорити тихим голосом, але за рахунок емоційного напруження все одно зробити так, що серця слухачів будуть прискорено битися. Енергетика - це в першу чергу емоції!

Спрямованість до слухачів

Якщо ви сповнені енергії, але говорите, дивлячись у підлогу або стелю, то ваш виступ не досягне мети. Дивіться в очі слухачам, звертайтеся саме до них! І тоді, за рахунок особистого контакту, вам вдасться поділитися своєю енергетикою зі слухачами!

Різноманітність

Різноманітність повинна бути у всьому. Якщо голос одноманітно гучний скоро до нього звикаєш, і він перестає привертати увагу.

Види енергетики:

Висока енергетика. Добре підходить, коли вам потрібно переконати людину, надихнути, запалити, мотивувати. Висока енергетика потрібна для передачі емоцій, почуттів, для полум'яних закликів, для залучення уваги аудиторії серед шуму й гамору. Використовуйте високу енергетику, розповідаючи анекдоти або байки з життя.

Середня енергетика. Добре підходить для інформаційної, логічної взаємодії з аудиторією. Використовується, коли потрібно передати якусь інформацію, чітко показати логічні взаємозв'язки, подати цифри, факти для роздумів.

Низька енергетика. Добре підходить для створення стану трансу, для співу колискових і розповідання казок. Низька енергетика занурює аудиторію в спокійний, розслаблений, медитативний стан, звертає увагу слухачів до їхнього внутрішнього світу.

Метаповідомлення, трансльоване оратором, – вкрай важливе для виступу, саме воно визначає, як буде сприйнята ваша промова.

Згідно з дослідженнями, вплив на слухачів під час презентації в основному складається саме з невербальної комунікації:

- 55% - це мова тіла (пози, рухи, міміка),
- близько 38% - голос (тон, інтонації, ритм, тембр),
- близько 7% припадає на слова.

Чому так відбувається? Метаповідомлення сприймається в першу чергу нашим несвідомим, слова ж, навпаки, сприймаються свідомістю. А в суперечці свідомого і несвідомого останнє зазвичай перемагає. Наприклад, оратор старанно розповідає про те, як зросли обсяги продажу їхньої компанії і як все у них чудово, а метаповідомленням транслює: «ми переживаємо важкі часи». У підсумку, незважаючи на блискучі цифри, потенційні партнери не поспішають укласти контракти з цією компанією.

Під час співбесіди при прийомі на роботу кандидат розповідає про свої успіхи, сертифікати, дипломи, але транслює інше: «я невпевнений у собі», «я не впевнений, що я той, хто вам потрібен». У підсумку хороший фахівець залишається без роботи, оскільки несвідоме роботодавця відреагувало саме на метаповідомлення.

На жаль, зазвичай при підготовці до виступу в першу чергу думають про те, ЩО сказати, які слова і в якій послідовності мовлення. Але часто забувають про форму, про те, ЯК сказати. А це теж необхідно!

Метаповідомлення можна умовно розділити на три категорії:

Метаповідомлення про себе: що оратор говорить про себе, про свій стан своєї невербалікою:

«Я впевнений у собі» або «Я соромлюся».

«Я спокійний» або «Я хвилююся».

«Я натхнений» або «Мені нудно».

«Я сповнений сил і енергії» або «Я втомився».

Метаповідомлення про аудиторію: що оратор невербально говорить про своє ставлення до слухачів.

«Я радий вас бачити» або «Як ви мені набридли».

«Я впевнений, що ви легко впораєтеся» або «У мене сумніви у ваших розумових здібностях».

«Я крутіший за вас, а ви дрібнота» або «Які ви всі великі і важливі. Я в порівнянні з вами ніхто».

Метаповідомлення про матеріал: підказки невербальної поведінки оратора про те, як потрібно ставитися до матеріалу, який виголошується.

«Це дуже важливо» або «Це не варто вашої уваги».

«Це дуже цікава і захоплююча тема» або «Це нудно і нецікаво».

«Це легкий і простий в освоєнні матеріал» або «Це дуже важка для розуміння тема».

Отже, **метаповідомлення** – це невербальне повідомлення, послана нашим тілом, голосом, рухами, яка безпосередньо сприймається несвідомим слухачів і

в підсумку робить сильний вплив на сприйняття самого повідомлення. Метаповідомлення може бути про самого оратора, про слухачів, про матеріал. Важливо, щоб метаповідомлення та повідомлення не суперечили одне одному. Інакше виникає недовіра до промовця.

Тема 12. Публічний виступ

1. Ділова нарада

Ділова нарада (збори) – усна комунікативна взаємодія групи людей (колективу). У цьому виді спілкування сполучаються різні жанри: ораторський монолог (вступне і заключне слово ведучого, виступи учасників, доповідь), бесіда (обмін інформацією, висування й обговорення ідей при «мозковій атаці»), дискусія.

Ефективність зборів багато в чому залежить від таланту організатора – від його мовленнєвої майстерності й управлінських здібностей. Нерідко збори проводить сам керівник.

Виділяють наступні основні задачі ділових нарад:

- 1) З'ясувати, проаналізувати стан справи (як виконується намічене, що відбувається в колективі...); обмінятися інформацією з обговорюваних питань, скоординувати зусилля і зробити організаційні висновки. Цим задачам відповідає інформаційний тип зборів.
- 2) Проінформувати колектив про пошуки в рішенні проблем, про новий досвід і можливості його впровадження, переконати співробітників у правильності проведеної господарської політики. Для рішення цих задач призначені роз'яснювальні збори чи збори - інструктаж.
- 3) Знайти колективне рішення проблеми, зібрати ідеї. Це тип зборів - проблемні чи "мозкова атака".
- 4) Відібрати і прийняти конструктивні рішення. Це задача зборів – прийняття рішення.
- 5) Дати учасникам необхідні знання, підвищити їхню кваліфікацію. Цей тип називається конференція чи навчальні збори.

Якщо керівник зацікавлений у постійних контактах з колективом, він організує регулярні наради. За частотою проведення збори можуть бути також разовими і періодичними.

Етапи підготовки і проведення зборів

Збори – це групове спілкування, що керується, організується. Їх успіх на 90% залежить від підготовки, обмірковування структурних елементів комунікативного етапу і наступної оцінки та самооцінки.

Докомунікативний етап	Комунікативний етап	Посткомунікативний
1. З'ясування необхідності наради	1. Вступне слово голови	Аналіз зборів
2. Формулювання теми і мети	2. Обговорення проблеми (повідомлення, чи бесіда -дискусія)	
3. Розробка порядку денного, проекту рішення	3. Прийняття рішень (факультативно)	
4. Визначення і підготовка учасників	4. Підсумковий монолог голови	
5. Призначення часу і місця проведення		

Підготовка наради починається з визначення її необхідності. Цей складний вид роботи доцільно використовувати, якщо немає альтернатив, таких, наприклад, як бесіда, рішення вищого керівника, об'єднання з іншими нарадами. Після рішення організувати колективний процес обговорення уточнюють його

тему і ціль. Шляхом виділення й угруповання проблем розробляється порядок денний.

Обираючи послідовність розгляду питань, виходять із психологічних основ. Найбільш «важкі» пункти, що вимагають розширеного обговорення, пророблення, найкраще помістити в другу третину зборів, коли фізична і розумова працездатність групи досягає піка. Поточні чи термінові питання, що не вимагають багато часу, можна вирішити в першу чергу, а "найпростіші" чи пункти найбільш цікаві – залишити наприкінці.

Загалом треба підготувати проект рішення. Він нерідко являє собою «запитальник», по кожному пункту якого учасники в ході зборів будуть давати конкретні відповіді.

Наступний крок - визначення кількісного і якісного складу аудиторії, підготовка учасників.

Зовсім не обов'язково на кожну нараду запрошувати керівників усіх підрозділів. Залучаються звичайно ті посадові особи, що найбільш компетентні у обговорюваній проблемі. Треба визначити, чи представляють комуніканти широкий спектр думок, чи утворюють групу з однаковими поглядами. За кількістю учасників збори можуть бути вузькими (до 5 чоловік), розширеними (до 20 чоловік) і представницькими (понад 20 чоловік).

Маленькі групи високопродуктивні, але в них важко зав'язати розмову, є ризик прийняття ненадійних рішень. Великі, як правило, приймають вивірені рішення на основі багатьох точок зору, але в них важко дійти згоди, необхідний посилений контроль, існує небезпека виникнення угруповань, тиску на "саботажників". Ідеальна кількість учасників для внутрішнього ділового засідання - від 6 до 9. Усі співробітники повинні бути завчасно ознайомлені з темою, метою, порядком денним і необхідними матеріалами, документами.

Найкращий час для проведення зборів, згідно ергономічним дослідженням, - це пізній ранок (11 годин середи, четверга). Для регулярних нарад відводять визначений день тижня.

Місцем проведення, як правило, є кабінет керівника організації. Однак краще скликати наради в спеціально обладнаному приміщенні. Воно повинно мати гарну акустику, звукоізоляцію, вентиляцію, нормальну температуру повітря (+ 19° C), зручні для роботи меблі. Оптимальне розташування учасників - на відстані витягнутої руки один від одного за столом трапецієподібної форми.

Доцільна тривалість спільної розумової діяльності великого числа людей - 40 - 45 хвилин. Якщо обставини справи вимагають більшого часу, то після 40 хвилин оголошують десятихвилинну перерву. Регламент устанавлюється на початку наради. Звичайно вступне і заключне слово ведучого, а також усі виступи плануються на 10 хвилин. У вступному слові треба ясно і конкретно, коротко викласти обговорювані проблеми і ще раз звернути увагу присутніх на кінцеву мету наради. Щоб створити стимул для дискусії, можна підкреслити практичну значимість питань, поставити перед слухачами ряд конкретних задач.

Одна з найважливіших вимог до голови наради - не нав'язувати із самого початку свою позицію іншим учасникам. Посада надає словам керівника особливої вага і ті з працівників, хто дотримується протилежних поглядів, можуть просто не зважитися їх висловити, щоб не суперечити начальству. Треба постаратися зайняти нейтральну позицію, викласти свою думку від 3-ї особи або сформулювати у вигляді питання.

Найсерйозніші збори буває доречно починати зі зненацька цікавої репліки і навіть жарту. Дуже ефектно, якщо фраза, думка, якою відкривається нарада, буде використана й у її завершенні. Звертаючись до ораторів, головуючий називає учасників на ім'я по батькові, за можливістю підкреслює їхній досвід і компетентність з відповідного питання. Голова повинен бути вкрай уважний не тільки до суті виступу, але і до того, як кожен з них вписується у загальну конструкцію, як працює на досягнення наміченої мети; чи не веде убік.

Організатор стежить за регламентом, у ході і після розгляду кожної проблеми коротко резюмує виступи. Це дозволяє домогтися впевненості в тому, що всі присутні чітко розуміють, про що мова, що в ході дискусії досягнуть визначеного прогресу. Якщо оратор виходить за рамки питання, варто

дипломатично зупинити його. Критичну оцінку пропозицій дають негайно після промови, чи, якщо використовується метод "мозкового штурму", після висловлення всіх ідей.

Наступний можливий етап наради - **прийняття рішень**. Зачитується заздалегідь підготовлений проект рішення, і учасники наради вносять свої корективи, приймають його за результатами голосування. Після прийняття рішень визначаються особи, що здійснюють його виконання і контроль.

Закінчуючи збори головуючий може закликати усіх до виконання тих планів, програм, до досягнення тих цілей, до яких прийшли в підсумку; коротко резюмувати хід обговорення; похвалити найбільш вдалі ідеї, ділові виступи; подякувати усіх за продуктивну роботу.

Англійський дослідник наради Елан Баркер справедливо думає, що постійний аналіз проведених колективних обговорень веде до одержання прибутку. Оцінка повинна бути об'єктивною, формулюватися всією групою на окремій зустрічі, поза рамками зборів.

Можна запропонувати учасникам заповнити **анкету**, використовуючи для відповідей так звану ковзку шкалу: (немає) 1 2 3 4 5 6 (Так):

- чи була необхідна нарада?
- чи ясна її мета?
- чи відповідала вона меті?
- чи згодні ви, що тривалість і час проведення були зручні?
- чи задовольнило вас приміщення?
- чи вчасно ви одержали порядок денний, документи?
- чи всі пункти порядку денного були викладені?
- чи володіли присутні відповідною компетенцією?
- чи здійснював голова належний контроль?
- чи задоволені ви процедурою прийняття рішень?

Аналіз зборів можна провести більш ефективно, якщо залучити незалежного експерта. У нього буде можливість сторонньої оцінки того, що йде добре, а що необхідно змінити.

Менеджер - початківець може аналізувати колективне спілкування самостійно за схемою:

- 1. Який тип наради в залежності від мети?
- 2. Чи вдало сформульована тема і підтеми (порядок денний)?
- 3. Коли запланований розгляд найбільш складних питань?
- 4. Чи доречні місце, час проведення, кількість і склад учасників?
- 5. Про що говорить ведучий у вступному слові?
- 6. Який регламент прийнятий?
- 7. Які організуючі мовні дії ведучого в ході діалогу?
- 8. Чи всі присутні беруть участь в обговоренні?
- 9. Які рішення прийняті?
- 10. Як організатор закінчив нараду?
- 11. Чи оформлений протокол?

Протокол наради

Протокол наради - це первинний офіційний документ, на підставі якого керівник має право вимагати від працівників виконання доручених ним завдань. Секретар фіксує в протоколі найбільш важливі моменти: основні положення, висловлені ораторами, досягнення мети наради, прийняті рішення, їхніх виконавців і терміни виконання.

Виділяють наступні частини цього документа:

- Найменування.
- Дата.
- Перелік присутніх.
- Порядок денний.
- Слухали.
- Ухвалили.
- Підпис (голови, секретаря).

2. Прес-конференція

Нині часто говорять про те, що журналісти невтомно переслідують громадських діячів, фахівців, намагаючись здобути факти. Кожному спеціалістові потрібно вчитися спілкуватися з пресою, прагнути налагодити якомога вигідні для себе стосунки з кореспондентами, видавцями, кампаніями тощо.

Представники преси можуть бути некоректними (ставити запитання про особисте життя). Увагою преси оточені всі.

"Тому треба постійно налагоджувати добрі стосунки з представниками засобів масової інформації. Ви самі або ваші довірені особи повинні виробити політику спілкування з пресою, яка б працювала як на вас, так і на журналістів. Наприклад, вам треба миттєво реагувати на кожне питання, яке вам можуть подати, і самому вишукувати будь-який вигідний випадок, щоб підкинути пресі матеріал, в якому вона має потребу. Насамперед, ви повинні бути правдиві, але при цьому повідомляти тільки той об'єм інформації, який, по-вашому, слід привідкрити. Використовуйте всі можливості для співробітництва, але не нашкодьте собі. Якщо преса опублікує матеріал, що стосується вас і помістить брехливі відомості, вам належить якомога швидше, навздогін опублікувати правдиву інформацію. виправлення фактів повинно бути зроблено без затримки, доки інцидент ще свіжий у свідомості громадськості".

Радять ефективно використовувати пресу і впливати на людей, даючи інтерв'ю чи просто виступаючи на прес- чи телеконференції.

Телеконференцією називається спілкування людей за допомогою мережі Інтернет.

Участь у такій конференції залежить від пропускну здатності мережі вашого провайдера Інтернету і від того, чи ви на неї підписалися.

Систему електронних дощок-оголошень являє собою дискусійна група USEWET.

Групи новин мають кілька категорій:

- бізнес (bis);
- новини (news);

- розваги (gee);
- наука (sci) та ін.

Обравши одну із категорій новин, можна спілкуватися з людьми, які цікавляться цими ж проблемами. Зазначимо, що спілкування в дискусійних групах засновано на таких основних правилах:

- тему й характер телеконференції встановлює її адміністратор;
- якщо вас щось не влаштовує, необхідно звернутися до адміністратора;
- перш ніж включитись до активної діяльності у телеконференції, варто уважно вивчити представлені в ній теми й питання.

Спочатку радять прочитати файл запитань, а потім ставити питання адміністраторові чи іншим особам. Можна посилати і отримувати повідомлення від інших учасників. Якщо отримали повідомлення від конкретного учасника, то потрібно відповісти особисто йому, а не через телеконференцію.

Свої повідомлення не можна переобтяжувати великими цитатами.

На інші (нові) телеконференції потрібно підписуватися. Підтвердження про підпис має надійти від адміністратора. Якщо ж ви не зможете взяти в ній участь, то потрібно послати відмову (про порядок відмови має бути написано в листі адміністратора).

Спілкування з учасниками телеконференції має проходити так, як і у повсякденному спілкуванні.

Прес-конференція — це спілкування з представниками преси.

Прес-конференції можуть проводити будь-які організації (музеї, партії, товариства, зоопарки, фірми тощо). Фірми проводять прес-конференції з приводу випуску нового товару, надання нових послуг, отримання патента на нові ліки, відкриття нового заводу, страйку робітників тощо.

Прес-конференції можуть проводити представники влади (відповіді мера на запитання представників преси).

Журналісти намагаються видобути інформацію для роздумів. А для цього їм потрібні факти (бажано — подробиці, які шокують, сенсації, актуальні вислови).

До прес-конференції потрібно добре підготувати:

- заяву, яку можна виголосити перед людьми;
- відповіді на можливі запитання;
- думку, яку інформацію хотіли б бачити, опублікованою.

Потрібно вирішити, що треба говорити, а що — ні. Розроблено поради тим, хто готується до прес-конференції:

1. Намагайтесь, щоб одягнений вами костюм відповідав ситуації і тій аудиторії, перед якою ви будете виступати.
2. Відповіді на питання повинні бути спокійними, правдивими і, за можливістю, стислими.
3. Ставтеся до прес-конференції як до слушної нагоди донести правду до суспільства.
4. Якщо ви захочете приховати або перекрутити факти, вам знадобиться безліч заяв, щоб зробити свою неправду правдоподібною.
5. Суспільство повинно вам довіряти, вірити вашим словам. Цією вірою не можна зловживати, не можна зраджувати її.
6. Не ставтеся до журналістів із презирством, думаючи, що їм ви можете говорити все, що хочете, що вони повірять усьому.
7. Не намагайтесь підкинути вигадку, щоб привернути до себе увагу, не плекайте ілюзій, що публіка довірлива і накинеться на сумнівну інформацію — люди хочуть знати правду, і вони заслуговують на це.
8. Ще до початку прес-конференції вам слід вирішити, що ви хочете сказати пресі і громадськості.
9. Прорепетируйте із секундоміром і магнітофоном, щоб визначити, що ви зможете повідомити за десять, двадцять, тридцять, шістдесят і дев'яносто секунд.
10. Заздалегідь напишіть цитати скорочено, як у телеграмі, щоб при необхідності готова заява без зусилля відтворилася у вашій пам'яті.
11. Відповідайте на питання прямо і без збентеження.
12. Визначте свою стратегію і уникайте сюрпризів.

13. Якщо ви готуєте заяву для опублікування її у вечірніх новинах, то призначайте час прес-конференції таким чином, щоб журналісти мали можливість прийти на неї, потім повернутися на свої робочі місця і відредагувати матеріал до ефіру. Правильний вибір часу дуже важливий.

3. Культура проведення суперечки й дискусії

Доведення і спростування, яке ведеться людьми – опонентом і пропонентом, як правило формується як діалог, який називається суперечкою або дискусією.

Суперечка (спір) і дискусія – два близькі види складного вербального аргументаційного процесу. Вони поділяються за метою і манерою проведення. У залежності від мети суперечки бувають зокрема заради істини і заради перемоги. Дискусія є, власне, науковим спором – в її процесі заздалегідь готується науковий матеріал, який подається пропонентом і піддається сумніву опонентом. Манера проведення дискусії відрізняється (в ідеалі) високою культурою поведінки, неупередженості і вимагає від сторін високого рівня компетентності щодо предмету спору.

В сучасній науковій, довідковій літературі слово спір служить для позначення процесу обміну протилежними думками. Однак єдиного визначення даного поняття немає.

Під спором розуміється всяке зіткнення думок, розбіжності в точках зору з якого-небудь питання, предмету, боротьба, за якої кожна зі сторін відстоює свою правоту.

Дискусією називають такий публічний спір, метою якого є з'ясування і зіставлення різних точок зору, пошук, виявлення істинної думки, знаходження правильного рішення спірного питання. Дискусія вважається ефективним

засобом переконання, бо її учасники самі приходять до того або іншого висновку.

Учасники дискусії, зіставляючи суперечливі судження, намагаються прийти до єдиної думки, знайти загальне рішення, встановити істину.

Суперечки можуть відбуватися при слухачах і без слухачів. Присутність слухачів, навіть якщо вони не висловлюють свого відношення до спору, діє на супротивників. Перемога при слухачах приносить більше задоволення, тішить, а поразка стає більш прикрою і неприємною. В суспільному житті нерідко можна зустрітися і зі спором для слухачів. Спір ведеться не для того, щоб з'ясувати істину, переконати одне одного, а щоб привернути увагу до проблеми, справити на слухачів певне враження, вплинути необхідним чином.

Поведінка в спорі залежить і від того, з яким противником доводиться мати справу. Якщо перед нами сильний противник, тобто людина компетентна, добре знає предмет суперечки, упевнена в собі, користується повагою і авторитетом, логічно міркує, то ми більш зібрані, напружені, стараємось звільнити її від зайвих роз'яснень, силимося самі вникнути в суть висловлювання, більш готові до оборони.

Зі слабким противником, що недостатньо глибоко розбирається в предметі обговорення, нерішучим, що немає досвіду в спорах, ми поводимось інакше. Нерідко вимагаємо пояснень і додаткових доводів, щоб пересвідчитися, чи не випадково він виявився правий, ставимо під сумнів його висловлювання. Відчуваємо в собі більше упевненості, незалежності, рішучості.

Помилки в аргументах

1. Хибність основ (аргументів) – основна помилка, яка полягає у тому, що у якості аргументів беруться не істинні, а хибні судження, які видають або намагаються видати за істинні. Класичний приклад такої помилки – хибність аргументів Птолемея, який вважав вірною геоцентричну будову Сонячної системи тому, що Сонце нібито обертається навколо Землі.

2. "Передбачення аргументів" – теза спирається на недоведені аргументи, які можуть бути істинними і тоді теза може бути істинною.

3. "Хибне коло" – теза доводиться аргументами, а істинність аргументів базується на цій же тезі. Прикладом цього може бути таке доведення "Вартість товарів на ринку визначається вартістю праці, а вартість праці повинна залежати від вартості товарів на ринку".

Помилки в аргументації

1. Уявне слідування – людина поєднує непоєднувані аргументи словами "значить", "слідую", "отже", "таким чином", "у підсумку маємо" тощо. Тоді складається видимість того, що теза аргументами підтверджується.

2. Аргумент приймається безумовно істинним – він може бути істинним лише з урахуванням певного часу, відношення, місця – він ніколи не є істинним безумовно. Так їжею, отрутою і ліками часто є одна і та ж речовина, але її властивості залежать від дози, часу прийняття.

Прийоми пасток у суперечці (некоректні прийоми)

Пастка у суперечці – непорядний прийом, який свідомо застосовується малокультурною людиною для того, щоб утруднити своєму противникові проведення спору. За суттю пастки є порушення принципів вірного мислення і законів логіки, тому у науковому спорі вони неприпустимі. Серед оман, яких треба уникати, науковці зокрема виділяють:

Пастки логічного характеру:

Софізми – свідоме порушення певних правил і законів раціонального теоретичного мислення. Всі численні види софізмів навряд чи доречно наводити, бо кожному з законів логіки, правил визначення, поділу тощо належить його перекручення;

Антиномії – логічно парадоксальні ситуації, які містять у міркуванні певні дефекти, для яких у логіці не знайдено певного рішення. Наприклад, антиномією буде таке доведення "З окремих піщинок чи інших предметів неможливо скласти купу. Якщо ви взяли одну піщинку – то це явно не купа, дві – також не купа. І ніколи не з купи неможливо отримати купу, додаючи одну піщинку". У цій антиномії важливим є слово "купа" – особливість якого полягає у тому, що немає

певного проміжку, коли щось стає купою - і цим можна недобросовістно користуватися у суперечці.

Пастки соціально-психологічного характеру:

"Принада" – бажаючи схилити опонента до прийняття тези, пропонент підкуповує його лестощами, стверджуючи, наприклад, що він, як людина прониклива, ерудована і інтелектуальна, повинен погодитися з тезою;

"Приниження" – якщо теза відкидається опонентом не аргументовано, то він може підкреслювати негативні риси пропонента як особистості (уявні чи такі, які справи не стосуються) – неосвіченість, необізнаність у даній галузі;

"Самозвеличення" – одна з сторін суперечки може вдаватися до афішування власних здобутків, звань, титулів, посад тощо, щоб непрямо сказати "З ким ви зібралися вести суперечку?!";

"Мнима проникливість" – неаргументовано відкидаючи тезу, людина може туманно розказувати, що вона просто стовідсотково відчуває, що її не можна прийняти;

"Апеляція до здорового глузду" – до неї можуть вдаватися люди консервативні, які безпідставно відкидають тезу, керуючись так званим "здоровим глуздом" щоб не прийняти новітні, передові ідеї;

"Апеляція до зиску" або "Кому це вигідно?" – замість логічного обґрунтування або спростування тези сторона суперечки починає агітувати за його прийняття (або неприйняття) в силу його вигідності (невигідності) з моральної, політичної, ідеологічної точки зору;

"Апеляція до вірності" – замість доведення чи спростування тези люди апелюють до вірності традиціям, ідеям, партійним переконанням, особистій відданості ідеям якоїсь людини,

"Досказування" – пастка криється у фразах "дозвольте я завершу Вашу думку", "Мені зрозуміло, куди Ви хилите і що хочете сказати", "Неважко передбачити продовження Вашої думки". Слід відзначити, що такі фрази не будуть спробою пастки, якщо висновки самі запрошуються – інша справа, коли сторона намагається перекрутити думки іншої сторони;

Пастка "А завтра..." – якщо ступінь організованості мислення протилежної сторони невисока, то вдаються до таких фраз замість аргументації доведення чи спростування: "Сьогодні нам пропонують прийняти вірним це положення, а завтра запропонують прийняти ...";

"Ярлик" – однозначна, бездоказова оцінка стверджень суперника, яка не містить ніякої аргументації. Приводиться з метою дискредитації – "Ваша теза утопічна, хибна, грає на руку ...";

"Демагогія" – явне перебільшення наслідків прийняття або неприйняття тези, перекручене представлення наслідків;

"Філософія" – широко вживається багатьма людьми схильність говорити "мудровою мовою", наукоподібно, без необхідності застосовуючи терміни. Таким чином сторона у суперечці, не маючи аргументів, домагається здобути враження мудрості і глибокодумності;

"Тріскотня" – ошелешення, приголомшення надвисоким темпом мови, численної кількості думок;

"Вдовблювання" – пастка полягає у поступовому приученні аудиторії до якоїсь думки, яка подається як очевидна;

"Багатозначна недосказаність" – людина, відчуваючи брак аргументів, замість них приймає глибокодумний і багатозначний вигляд, який говорить про те, що він "міг би привести ще аргументи, але не вважає за потрібним це робити";

"Слабка ланка" – з висунутої пропонентом тези і аргументів опонент обирає найслабкіший, спростовує його у різкій формі і підносить справу так, що ніби то і інші доводи є невірними;

"Уявна неувважність" – людина умисно "забуває" ті доводи супротивника, проти яких не має відповідей;

"Доведи сам" – Свої аргументи пропонент не приводить і задачу доказу переносить на опонента, говорячи "а що Ви, власне, маєте проти?". Якщо опонент іде на оману і аргументовано критикує тезу, то пропонент намагається вести суперечку навколо цих аргументів;

"Симуляція нерозуміння" – не знаючи, як заперечити, людина намагається представити справу так, ніби то він не розуміє слів суперника;

"Механічні пастки" – використання відволікаючих жестів, фізичної дії на опонента.

Деякі пастки організаційного характеру ілюструють упереджену або малокультурну тактику проведення суперечки, дискусії:

"Брати горлом" – не бажаючи сприймати тезу, людина підвищує тон, перебиває, не дає можливість висловити думку;

"Надати перше слово корифеям" – цілеспрямоване формування установки;

Обговорення тимчасово припиняється перед виступом людини, чия позиція не подобається;

Одних виступаючих жорстко обмежують у регламенті, інших – ні;

Використання заморення аудиторії для того, щоб без обговорення прийняти певну тезу.

Коректні прийоми ведення суперечок

Вчіться правильно розкривати зміст понять, пояснювати значення термінів.

Під час суперечки звертайте увагу на поведінку свого опонента. Спробуйте зрозуміти мотиви його дій і висловлювання, враховуйте індивідуальні особливості його характеру, манеру сперечатися. Намагайтеся правильно порівнювати свої здібності і можливості з силами суперечниками.

Ставтеся з повагою до поглядів і переконань свого опонента. Якщо ви не згодні з його поглядом, рішуче спростовуйте її, приводьте переконливі аргументи на захист своєї позиції, але не принижуйте достоїнства вашого противника, не ображайте його різними словами, не вдавайтеся до грубощів. Говоріть в спокійному і дружньому тоні.

Побажання або вимога уникати всіляких суперечок і постійно прямувати до примирення не виправдане і просто нездійсненне. Суперечка об'єктивна і необхідна, тому що вона є однією з невід'ємних особливостей спілкування між людьми і досягнення ними взаєморозуміння.

Всіляка суперечка повинна, як вже зазначалося, мати свою тему, свій предмет. Це – очевидна вимога до суперечки, але інколи навіть вона порушується.

Ще одна умова плідності суперечки: її тема не повинна змінюватися, або замінятися іншою на всьому протязі суперечки.

Більшість суперечок закінчується тим, що її учасники стверджуються у своїй правоті.

Поради ведення суперечок:

У ході аргументації користуйтеся тільки тими аргументами, які ви і ваш опонент розумієте однаково.

Не применшуйте значимості сильних аргументів опонента.

Краще, навпаки, підкреслюйте їхню важливість і своє правильне розуміння.

Якщо ваш аргумент не приймається, усвідомте, чому.

Можливо, на цьому аргументі не варто наполягати.

Свої аргументи, не пов'язані з тим, що говорив опонент, наводьте після того, як ви відповіли на його докази.

Обмежуйте кількість своїх аргументів.

Зайва переконливість завжди викликає відсіч, тому що перевага партнера в суперечці завжди образлива.

Наведіть один-два яскравих аргументи, і, якщо досягнуто бажаного ефекту, обмежтеся цим.

Кажіть не тільки про плюси своєї пропозиції, але й про мінуси.

Цим ви додасте їй більшої об'єктивності.

Використовуйте тільки ті аргументи, які приймає ваш опонент.

Не плутайте факти з думками.

Подавайте аргументи, демонструючи повагу до партнера і його позиції.

Друга легше переконати, ніж ворога.

Посилання на авторитет, відомий вашому опоненту і такий, що сприймається ним теж як авторитет, підсилюють можливості ваших аргументів.

Шукайте їм авторитетне підтвердження.

Не спростовуйте докази партнера, а, визнаючи їхню правомірність, переоцінюйте їхню силу й значимість.

Підсилюйте значимість втрат у випадку прийняття його позиції чи зменшуйте значимість вигод, очікуваних партнером.

Не прагніть швидко переконати опонента.

Краще йти поступовими, але послідовними кроками.

4. Публічна промова

Алгоритм створення промови

Етап 1 - інвенція. Визначення теми, мети та ідеї виступу

Одне з найважливіших правил інвенції говорить: звертання до теми має бути мотивоване інтересом оратора та інтересами слухачів. Інтерес в перекладі з латини означає “важливо”. Саме в такому значенні слід розуміти інтерес як категорію риторики. Оратор має вибрати тему, яка його особисто цікавить, захоплює, – тільки так він зможе зацікавити й своїх слухачів. Також промова має потрапити в поле інтересу слухачів. Що цікавить усіх людей? П. Сопер витокami основних інтересів називає питання життя і смерті, здоров’я, грошей і власності, професії і соціального престижу. Представники різноманітних фірм мережного маркетингу збирають великі аудиторії, бо пропонують спосіб матеріального збагачення. Цілителі, ясновидці, релігійні проповідники збирають тисячні аудиторії, адже їхні виступи ґрунтуються на питаннях життя і смерті, душевного і фізичного здоров’я. Але не слід думати, що аудиторія буде слухати оратора, лише коли відчує свій “шкурний” інтерес. Потужними рушіями людської поведінки є почуття обов’язку, честі, справедливості, патріотизму. Загалом, інвенція доводить, що суспільно нецікавих тем немає, потрібно лише правильно поєднати індивідуальний інтерес оратора зі суспільним інтересом в межах однієї промови.

Згадаймо давню притчу про будівельників, що виконують одну й ту ж роботу, але на запитання “Що ви робите?” відповідають по-різному. Один відповідає: “Я тягаю каміння“. А другий каже: “Я будую храм”. Так само

розрізняються й оратори. Одні – марнослівні балакуни, а інші – оратори, що мають мету, ідею, місію! Завжди починайте підготовку тексту промови з чіткого формулювання мети й ідеї.

Мета в ораторському виступі настільки ж значима, як у будь-якій іншій справі. Не маєш чіткого уявлення про свою мету, то й ніколи її не досягнеш. Римський філософ Сенека казав про таких людей: “Хто не знає, в яку гавань пливе, для того немає попутного вітру”. Тому кілька важливих зауважень про мету. Коли автор цих рядків ставить студентам запитання: “Якою може бути мета промови?”, найчастіше чує відповіді: “донести інформацію”, “привернути до себе увагу”. Останній варіант – привернути до себе увагу – це взагалі не мета, а засіб для досягнення мети. Її варіант “сподобатися аудиторії” здатен навіть зруйнувати виступ, тому що спонукає концентруватись на собі, а не на меті і перетворює оратора на мішень для невпевненості. Мета – “поінформувати”, спрямована лише на інтелект слухачів, дуже рідко буває самодостатньою. Згадаймо – оратор повинен сформулювати триєдину мету: 1) поінформувати; 2) вплинути на почуття, сформувати ставлення; 3) надихнути, спонукати до дії, вплинути на поведінку. В залежності від жанру промови (інформаційна, урочиста, переконувальна) домінує та чи інша складова цільової установки, але мета завжди повинна залишатись триєдиною!

Що повинно домінувати в промові: вплив на інтелект чи вплив на почуття, залежить не лише від її жанру, а й від аудиторії і від того, де і коли буде реалізовуватись третя частина мети: “спонукати до дії”. Якщо слухачі будуть приймати рішення “тут і сьогодні”, наприклад потрібно проголосувати прямо в залі, то слід посилити емоційну складову. Якщо рішення слухачі прийматимуть за межами зали, через якийсь час (завтра, через тиждень), то слід зосередитися на фактах, логічних аргументах. Визначаючи співвідношення складових цільової установки, варто звернути увагу й на такі “дрібнички”. Якщо у залі переважно жінки – додати більше емоцій, чоловіки – більше раціонального. Люди середнього віку – раціоналісти, молодь – емоційна. Виступ вранці чи вдень

– бажано впливати на ліву півкулю мозку, тобто на рацію, ввечері – на праву, тобто на почуття.

Головна ідея промови. Часто на заняттях з риторики студенти не можуть сформулювати ідеї своїх промов навіть після їх виголошення. Як правило, такі “промови” є потоком речень, які не тримаються купи і не “чіпляються” за слух. Ідея – це стрижень промови, оратор постійно повинен тримати її в пам’яті аби зберегти смислову єдність. Запам’ятайте: немає ідеї – немає промови!

Можна виділити 10 основних зауважень щодо формулювання ідеї промови: 1) не слід ототожнювати ідею з метою; 2) ідея не є основним запитанням промови, вона є стислою, чіткою, і що важливо, не банальною, не загальновідомою відповіддю на це запитання; 3) ідея не має бути загальноприйнятою, принаймні щодо неї мають існувати різні точки зору (як писав Аристотель, ті, хто мають сумнів, що треба поважати батьків, потребують не доказів, а покарання); 4) ваша ідея має зацікавити слухачів, бо досліджено і доведено: інтерес зароджується тоді, коли людина сприймає повідомлення як нове й важливе для себе особисто; 5) основна ідея повинна вказувати на позицію оратора; 6) хороша ідея, як і промова в цілому, має “визріти”, тому для її винайдення потрібні не лише знання, а й час; 7) ідеї – вередливі “штучки”, вони мають здатність розвіюватися, тому одразу занотуйте кожну ідею, що виникла у вашій голові; 8) формулюйте кілька варіантів основної ідеї – буде з чого вибрати найкращу, крім того більшість ідей так чи інакше використаєте в промові; 9) записуйте навіть безглузді, смішні фантазії і не поспішайте їх критикувати – з них іноді народжуються неординарні конструктивні ідеї, крім того гумор є незайвим у промові; 10) важливо запам’ятати: одна промова – одна ідея, тобто в кожній промові може бути лише одна головна думка!

Приклад. У ВДПУ відбулася гра “Дебати” між командами різних університетів Вінниці. Команді ВДПУ випало захищати ідею вступу України до НАТО. У першій промові члена нашої команди йшлося про те, що таке НАТО, які країни є її учасниками, про завдання організації, про умови вступу. Ця промова не виглядала переконливою, бо відчувалося, що процедуру попередньої

рефлексії щодо теми, мети й ідеї не було зроблено. Зробімо це зараз. Тема. Вступ України до НАТО. Не “НАТО” і не “ Україна і НАТО” . Формулювати тему слід максимально конкретно. Мета. Переконати аудиторію у необхідності вступу України до НАТО. А це означає, що оратор повинен говорити не стільки про те, що таке НАТО, а скільки про те, чому вступ до НАТО є вигідним для України. Ідея: відповідь на запитання: “Чому вступ до НАТО є вигідним для України?” Варіанти ідеї: 1) через вступ до НАТО Україна наближається і долучається до найкращих світових і європейських цінностей (демократії, свободи, цінності людського життя, моральних і культурних цінностей); 2) лише вступ до НАТО забезпечить Україні реальну, а не формальну незалежність; 3) вступ до НАТО спричинить розквіт української економіки, відтак підвищення добробуту українців. 4)...5)...

Коло питань. Формування змісту промови. На наступному етапі оратор продумує, формує зміст промови, тобто відповідає на запитання: що саме розповісти про вибраний предмет мовлення. Яким же чином формується зміст промови? Один з найефективніших методів – метод запитань (запитання активізують мислення, уяву). Цей метод відомий ще з часів античності. І сьогодні використовується “схема опису подій”, яка являє собою класичний топос (топос – загальник, загальне місце, шаблон, схема, алгоритм, рецепт, приклад) риторики: що за подія? де відбувалася подія? коли відбувалася подія? як відбувалася подія? чому відбувалася подія? Використовуючи даний метод, оратор має сформулювати і записати запитань набагато більше, ніж буде використано в промові. Варто записувати всі запитання, які спадають на думку, навіть, на перший погляд, безглузді, несерйозні, недоречні. Іноді саме такі запитання стають початком нової, оригінальної концепції.

При розробці змісту промови можна спробувати використати метод асоціацій (метод асоціацій дуже ефективний як тренувальна вправа – активізує уяву, розширює і активізує словниковий запас). Метод асоціацій допомагає сформулювати означення понять.

Г. Сагач пропонує метод породження тексту – денотатний граф (денотат – зміст однієї мовної одиниці (слова, словосполучення, речення). Денотатний граф – це концепція розкладання цілого на частини, декомпозиція терміна на поняття, встановлення зв'язків між частинами і цілим (впорядкування понять).

Приклад: 1. Вибирається ключове поняття (опорне слово) – освіта. 2. Добираються дієслова, які допоможуть розгорнути денотатний граф: дієслова, що означають мету: спрямовує, передбачає, дає; дієслова, що означають результат: допомагає досягти, здійснити, дієслова, що означають передумови: базується на, опирається на. 3. Ключове слово дробиться на складові цеглинки: освіта – розвиток особистості; освіта – професія; освіта – самореалізація; освіта – суспільство; освіта – бізнес. Потім за допомогою цих складових елементів розгортається схема тексту, де всі поняття будуть впорядковані і логічно пов'язані.

Систематизація матеріалу. Наступний етап інвенції – вивчення і підбір енциклопедичного матеріалу і поєднання його з емпіричним, що є результатом самостійної роботи оратора, його оригінальним внеском в розробку теми. Якість емпіричного матеріалу свідчить про креативні можливості мовця, його спроможність “генерувати” ідеї. Енциклопедичний матеріал – це “чужий досвід”, цитати, погляди різних людей, авторитетних з цієї теми, цифри, факти, приклади.

Енциклопедичний матеріал – це допоміжний матеріал. Тому до нього слід звертатися тільки після власного осмислення теми, адже головне в промові власне “Я” оратора (слухачі хочуть почути ваші думки, ваші ідеї; про ваші погляди і переконання). Якщо оратор почне підготовку до промови з підбору енциклопедичного матеріалу, його власне “Я” може в ньому загубитись.

Але звертання до енциклопедичного матеріалу необхідне. Він створює необхідне тло промови, дає емпіричним фактам, як зазначає Є. Ключев, необхідну перспективу, посилює їхнє значення, робить виступ ґрунтовним, вагомим, через енциклопедичний матеріал промовець “перевіряє” правильність своєї позиції. Енциклопедичний матеріал робить промову поліфонічною (багатоголоною) – це цінували давні греки і цінує сучасна аудиторія.

Щодо пошуку матеріалу для промови оратор має пам'ятати таке: матеріалу (інформації, фактів, міркувань) має бути знайдено, вивчено і проаналізовано більше, ніж буде використано в промові. Резервний матеріал додає впевненості оратору, вагомості кожному слову промови.

Етап 2 - диспозиція

Давні греки вважали, що ніщо безладне, невпорядковане не може бути ні красивим, ні добрим. Заплутаний невпорядкований матеріал сприйматиметься важко і не викличе зацікавлення у слухачів. Варіантів композицій є багато. Але у будь-якій промові має простежуватись найпростіша універсальна тричастинна композиція: вступ, основна частина, закінчення. Таку композицію називають природною, позаяк багато процесів у природі, суспільстві, житті людини мають тричастинну схему (порівняйте: народження – життя – смерть; зрушення – рух – зупинка; початок – розвиток – завершення). Отож, людський розум з легкістю сприймає таку композицію. Кожна композиційна частина ораторської промови має свої особливості, що обумовлені специфікою сприйняття повідомлення слухачами і які необхідно враховувати при підготовці промови.

Вступна частина. Мультиплікаційний герой капітан Врунгель знав один секрет: «Як яхту ви назвете, так і попливе вона». Вступні зауваження, на думку П. Сопера, можуть визначити, чи буде вас слухати аудиторія, і як вона до вас поставиться. Французький історик 18 ст. Гайар вважав, що красномовний вступ може так засліпити слухачів, що помилки в інших частинах залишаться непомітними. З іншого боку, невдалий початок спричиняє подальше несприйняття промови, настільки сильними є перші враження слухачів. Тому не слід сподіватися на якесь раптове натхнення, коли прийде час виступати, слід ретельно підготувати вступну частину. Пам'ятаємо зі шкільних уроків фізики – привести предмет у стан руху набагато важче, ніж підтримувати самий рух.

Оратор має пам'ятати, що зміст і структура вступу підпорядковуються його функціям. Виділяють три основних функції вступу: 1) привернути увагу

слухачів (реклама); 2) налаштувати аудиторію позитивно на сприйняття промови; 3) представити тему. "Рекламу" слід застосувати, коли авторитет мовця або важливість теми не є очевидними. Функція позитивного налаштування аудиторії домінує у конфліктних ситуаціях та коли ідея промови є спірною. Завдання оратора за таких умов – домогтися прихильності слухачів, продемонструвати своє позитивне ставлення до аудиторії. „Представлення теми” домінує в риторичній ситуації, де аудиторія завчасно налаштована на увагу і позитивне сприйняття матеріалу.

Рекомендації щодо вступної частини промови. Не слід починати з виправдань і вибачень “Я не оратор...”, “Я не готувався”, “Мені нічого сказати”. Після такого вступу немає сенсу говорити далі. Аудиторія хоче бачити впевненого оратора, якому є що сказати. Хоча іноді подібну фразу можна використати як рекламу події: “Я не готувався виступати, але виступлю”. Слід пам’ятати, що вступ не повинен бути надто сухим і серйозним. П. Сопер рекомендує почати вступ з якогось цікавого повідомлення, причому в першому ж реченні. Дуже гарно сприймається гумористичне зауваження. Ось з чого почав І. Франко промову на власному ювілеї: “Якби в мене було що-небудь з натури когута, то мені повинен би по сьогоднішнім вечорі вирости отакий високий гребінь. На які різні гідності мене підносили сьогодні!” Слухачів зацікавляють приклади з власного життя промовця. Можна почати з цитати. Слова відомої людини завжди привертають увагу. Але слід пам’ятати, що цитата, яка ставиться на початок промови, повинна бути змістовною, авторитетною, оригінальною. Можна почати виступ із запитання, це “гачок”, на який завжди можна “зловити” увагу слухачів. Особливо, якщо запитання пов’язане з основними інтересами аудиторії, або стосується пізнавального інтересу. Слід пам’ятати ще одне важливе правило: вступ не повинен бути занадто довгим, не слід починати “від царя Гороха”, не слід також забігати наперед. Частини промови мають бути сумірними: вступ і заключна частина разом не повинні бути більші за основну частину.

Основна частина. Яким би продуманим не був вступ, він все ж не забезпечує повного успіху, увагу слухачів потрібно не лише привернути, але й утримати. “Найвідповідальнішою” є основна частина промови. Складаючи основну частину, оратор має вирішити, у який спосіб упорядкувати підібраний на етапі інвенції матеріал. До основних методів впорядкування матеріалу належать: хронологічний, дедуктивний, індуктивний, аналогічний, концентричний. Зупинимося на них докладніше.

Хронологічний метод відповідає природному ходу подій, порядку елементів цілого. Цей метод можна використати при викладі біографічної, історичної, сюжетної теми. Такий метод зручний і для промовця, і для слухачів. Але він може виявитися підступним. Матеріал, організований за хронологією, якщо в ньому немає яскравого, оригінального, надзвичайного, може бути досить нудним. (“тоді-то народився, тоді-то охрестився, тоді-то одружився...”) – такий текст присипляє слухачів, не змушує мислити. Дедуктивний метод передбачає рух думки від загального до часткового, перехід від загальних положень до прикладів, від тези до її підтвердження. Перевага дедуктивного методу в тому, що загальне положення, викладене на початку, задає кут зору на подальші приклади. Слухачі при такій подачі матеріалу починають бачити факти очима промовця. З іншого боку, дедуктивний метод – це метод відкритої комунікації: оратор одразу відкриває свої карти – заявляє свою позицію, правильність якої має довести аргументами.

Аргументація – це докази справедливості тези. Виділяють такі види аргументів: сильні, слабкі, неістинні. Сильні: доказ від факту (“факти – річ уперта”), логічні аргументи (якщо $A = B$, а $B = C$, то $A = C$). Слабкі: доказ від сумніву або від впевненості оратора, доказ від авторитету (загальна віра в авторитет зі сторони). Неістинні: доказ від людини (“Мало каші з’їв, щоб мені заперечувати”), доказ від публіки (“Ви, як люди освічені, не будете заперечувати, що...”), доказ від обіцянки, доказ від засудження, доказ від загрози (“А не будуть брать – отрежем газ!”) тощо. Риторика за тисячі років накопичила багато правил, як використовувати аргументи, як будувати аргументацію. Найкращим

визначається гомерів порядок: на початку сильний аргумент, далі – аргументи середньої сили, а наприкінці – найсильніший аргумент. В жодному разі не слід допускати низхідного порядку аргументів. Ще одне правило диспозиції: сильні аргументи потрібно ізолювати, подавати у простій формі, слабкі аргументи групувати для самопідтримки. Крім того, якщо слабкі аргументи використовуються як доповнення до сильних, то їхня слабкість зменшується. При виборі аргументів для промови потрібно більше думати про їхню якість, а не про кількість. Важливою є вимога індивідуального підходу до доказів. Способів переконання в ідеалі має бути стільки, скільки й слухачів, тому що людська свідомість індивідуально реагує на переконання. Ось приклад: після того, як група прослухала виголошену студентом-оратором промову “Проти куріння”, виявилось, що деякі слухачі визнали аргумент “у курців швидко жовтіють зуби” сильнішим, ніж “95% хворих на рак легенів – курці”. Чому? Можливо тому, що слухачами були 19-літні студенти і студентки, для яких зовнішність виявилась важливішою за здоров’я, яке може й не погіршитись, а якщо й захворієш, то десь у старості, а до того часу винайдуть ліки проти всіх хвороб.

Індуктивний метод передбачає, що спочатку оратор викладає окремі факти, спостереження, а потім, після їх аналізу й оцінювання, вказує на закономірність, робить загальні висновки. Вадю індуктивного методу є те, що він не забезпечує завершеного логічного обґрунтування висновків, тому оратору слід звернути особливу увагу на презентативність використаних прикладів. Індуктивний метод використовується переважно тоді, коли потрібно щось пояснити, дедуктивний – в промовах, де потрібно обґрунтувати, довести, переконати. Метод аналогії (*analogia* “схожість, подібність”) передбачає зіставлення об’єктів (явищ, проблем, понять) з метою перенесення закономірностей з одного (відомого) на інший (менш відомий чи невідомий) об’єкт. Цей метод надзвичайно широко використовується в риториці: найбільш простий, економний, наочний спосіб пояснити невідоме – це порівняти його з відомим. Метод аналогії має відповідати двом вимогам: 1) аналогія має

фіксувати істотну (основну) ознаку об'єкта; 2) невідоме має розкриватись на тлі дійсно відомого, а не іншого невідомого. Можна згадати ступеневий метод (послідовний рух думки від одного щабля (ступеня) до іншого); причинно-наслідковий метод (рух від причини до наслідків); контрастний метод (подання протилежних точок зору на предмет мовлення).

Закінчення. Психологами доведено, що найкраще запам'ятовується, інформація, яка дається на початку та наприкінці виступу (закон краю). Закінчення має бути ретельно продуманим до останнього слова. Тут не можна сподіватися на натхнення Кіси Вороб'янінова ("Выпью водки – разойдусь"). Хибно думати, що головне – почати виступ, а далі слова прийдуть самі собою.

Характер закінчення залежить від основної мети промови: вплинути на інтелектуальну сферу; вплинути на вольову чи емоційну сферу слухачів.

Пам'ятайте, якщо вступ переважно стосується слухачів, то закінчення – суті проблеми; не варто вводити в закінчення якусь нову проблему; не слід відходити далеко вбік від основної теми, закінчення має віддзеркалювати основну частину. Патетика закінчення має бути помірною. Закликати на допомогу почуття слід лише до потенційно патетичних об'єктів. Богдан Хмельницький, наприклад, коли закликав реєстрове козацтво перейти на його бік, часто так закінчував свої промови: розривав на собі сорочку зі словами: "Тому або вбийте мене, або разом зі мною рушайте за нашу волю, за нашу віру" (за романом М. Старицького "Богдан Хмельницький"). А от оратор, який переконує, що потрібно чистити зуби після їжі, не може так само закінчити промову. Не слід "загравати" зі слухачами, випрошувати згоду, апелювати до якостей аудиторії, протиставляти одних слухачів іншим. Намагайтеся не завершувати промову словами: "Це все, що я хотів сказати". Так, як і для вступу, для закінчення підійдуть узагальнюючі цитати, сентенції, афоризми, прислів'я, поетичні рядки, ілюстрації, риторичні запитання, заклики, анекдоти тощо. Ефектно виглядає кільцева композиція (з якої думки, фрази почали – такою і завершити).

Підсумовуючи, слід ще раз наголосити, що диспозиція як розділ риторики і як риторична процедура забезпечує цілісність, логічну правильність, завершеність риторичного тексту. Нехтувати цим етапом підготовки не можна. Адже, як сказав П. Сопер, „виграні битви, міцні мости, захоплюючі цікаві промови – результат продуманого плану”.

Етап 3 – елокуція

Елокуція передбачає вираження думки в дієвій словесній формі, яка становить собою систему комунікативних якостей мовлення (правильність, точність, виразність, ясність, стислість, доцільність).

Першою ознакою мовлення, якій підпорядковуються всі інші, є правильність – відповідність встановленим правилам, нормам літературної мови. Замисліться над словами Цицерона: “Вміти правильно говорити ... ще не заслуга, а не вміти – вже ганьба, тому що правильне мовлення, по-моєму, не стільки достоїнство (чеснота) вправного оратора, скільки властивість кожного громадянина”.

Як найважливіші в публічному мовленні (тому що найпомітніше порушення саме цих норм) можна назвати лексичні, граматичні, орфоепічні норми.

Лексичні норми передбачають розрізнення значень і семантичних відтінків слів, а також закономірності лексичної сполучуваності.

Часто лексичні помилки виникають внаслідок плутання слів близьких за звучанням. Наприклад: пам’ятник - пам’ятка; формувати – формулювати; декораційний – декоративний; рятівник – рятувальник; заступник – замісник; посмішка – усмішка; талан – талант; громадський – громадянський.

Лексичні помилки в українському мовленні можуть бути пов’язані з проблемою українсько-російської двомовності (явище інтерференції). Кілька прикладів:

- неправильно: вклонятися від обов’язків – правильно: ухилятися від обов’язків;

- неправильно: лишитися батьківських прав – правильно: позбавити (бути позбавленим), відібрати батьківські права;

- неправильно: мешкати з відповіддю – правильно: зволікати, гаятися, баритися.

Правильно: мати значення та грати роль, а не напаки; взяти участь і брати участь, а не прийняти, приймати участь. Помилкою є тавтологічні сполучення: своя автобіографія, вільна вакансія, колеги по роботі, великий мегапростір.

Граматичні норми передбачають вибір правильної синтаксичної форми, правильного закінчення. Наприклад: ректор університету, командир полку, уривок з тексту, немає екзамену, зміна принципу, ремонт пароплава.

Слід пам'ятати, що в російській та українській мовах одні і ті ж слова можуть належати до різних родів: чужий біль нікому не болить (рос. чужая боль); у дворі злий собака (рос. злая собака), в далеку путь (рос. далекий путь).

Під впливом російського в українському мовленні поширені помилки, пов'язані зі вживанням прийменників. Наприклад: рос. шкаф для одежды – укр. шафа на одєжу. Прийменник для, як пише Б. Антоненко-Давидович у книзі “Як ми говоримо” (цю книгу варто проштудіювати), вживається, коли йдеться про певну річ, призначену для людини, для тварини, чи якоїсь ширшої потреби: “Не для пса ковбаса, не для кицьки сало. Для загального добра”. Ще кілька прикладів: рос. болей гриппом – укр. хворіти на грип; рос. по происхождению украинец – українець за походженням; з походження, родом українець (останній варіант – найкращий).

Дуже важливо для оратора дотримуватися орфоепічних норм – норм наголошування та вимови. Президент СРСР Горбачов М.С. говорив: “углУбить и нАчать перестройку”, “укрАинский народ”. І саме про його мовлення були складені перші анекдоти. Іноді чуємо неправильно: шОфер, цЕмент, квАртал, катАлог, кілОметр. І якщо правильно – шофЕр, цемЕнт, квартАл, кіломЕтр – звучить частіше, то те, що катАлогів не буває, є лише каталОги, знають не всі. Запам'ятайте також: завдАння, навчАння, запитАння, видАння. Під впливом російської мови в українському мовленні з'являються помилки при вимові

числівників 70, 80, 11, 14 (правильно: сімдесяТ, вісімдесяТ, одинАдцять, чотирнАдцять).

Негативно сприймається слухачами й неправильна вимова. Слід пам'ятати, що в українському мовленні майже відсутня якісна редукція (тобто, як пишемо, так і читаємо). Наприклад, “Галава Верховної Ради”, “папереднікі” – так українською не говорять.

Психологи свідчать: порушення мовних норм, особливо грубі помилки у мовленні оратора, які, як кажуть, “ріжуть вухо”, зменшують довіру слухачів до нього. Отже, вимога правильності – основна вимога до ораторського мовлення.

Але говорити правильно ще не означає говорити гарно, для гарного мовлення, зазначає український мовознавець Н. Бабич, необхідне й уміння відібрати в конкретній ситуації спілкування найбільш доречний, стилістично й експресивно виправданий варіант літературної норми.

Точність мовлення пов'язана з умінням ясно мислити (“Хто ясно мислить – ясно викладає”), зі знанням предмета мовлення, зі знанням точних значень слів. Точність мовлення – це суворі відповідності слів тим предметам, явищам дійсності, які вони позначають. Точність мовлення залежить й від позамовних факторів. Зокрема, Н. Бабич зазначає, що чим гармонійніші інтелектуальні рівні промовця і слухача, тим вища гарантія точного сприйняття інформації; чим вищий цей інтелектуальний рівень, тим простіші засоби мови потрібні промовцеві, щоб висловитись точно.

Реалізується точність передусім лексичними ресурсами мови, в першу чергу, за допомогою синонімів. Синоніми – слова близькі за лексичним значенням, але відмінні відтінками цього значення або емоційно-експресивними чи стилістичними можливостями.

Аби точно передати думку слід добирати найбільш точні слова з синонімічних рядів, враховуючи предметно-понятійну, емоційно-експресивну відповідність слова предмету (явищу). Наприклад, слід розуміти, відчувати, як треба сказати: відомий письменник чи славетний письменник; естрадний співак чи зірка естради; ірраціонально чи безглуздо; йти чи сунути, лізти, волочити

ноги; радіація чи невидима смерть; нерозумний чи дурень; бандит чи правопорушник; шпигун чи розвідник; сумувати чи побиватися; недостойний чи негідний; розсердитися чи розгніватися.

Ось які помилки зустрічаються, на жаль, у студентських роботах. Спробуйте виправити їх: 1. *Серце починає битися з великою напругою.* 2. *Він здатний до виконання будь-яких завдань.* 3. *Музикант блискуче виконав як віртуозні твори Ліста, так і романтичні твори Шопена.* 4. *Шопен жив у міграції.* 5. *Хто з історичних персонажів відкопав Трою.* 6. *Особистість – дзеркало душі.* 7. *У мене від цього заняття залишились чудові думки у свідомості.* 8. *Мені більше подобаються інші види стилів музики.* 9. *Ця фраза не завжди має рацію, вона іронізує нашу поп-музику.* 10. *Вокальне мистецтво змушує задуматись над думками викритими в композиції.* 11. *Які передачі, на Вашу думку, являються для інтелектуального розвитку?* 12. *Який відбиток внесла помаранчева революція в історію України?* 13. *Чи вважаєте Ви, що в Україні присутня проблема гендеру?* 14. *Прохання, покажіть широкоекранний фільм закордонного характеру.*

Дуже важливою є вимога точності в науковому мовленні: тут вона пов'язана з точністю вживання термінів. В процесі викладу наукового матеріалу оратору варто переконатись (перевірити) чи однаково він та його слухачі розуміють використані ним терміни, (можливо аудиторії варто спочатку пояснити значення, суть даних термінів, понять). Загалом, слід пам'ятати, що не варто наукову доповідь перенасичувати складними поняттями, термінами, формулами. Формула гарна лише тоді, коли вона допомагає наочніше зрозуміти думку або ідею, а не тоді, коли з її допомогою хочуть «справити враження» на неосвічену людину.

Логічність мовлення проявляється на рівні висловлювання (речення) та на рівні тексту. Умови логічності на рівні висловлювання пов'язані з правильною (логічною, несуперечливою) сполучуваністю слів. Приклади алогізмів: людина з гарною усмішкою і великим досвідом роботи; письменники і поети (родове і видове поняття, правильно: прозаїки і поети), судова і грецька риторика. По-

друге, логічність на рівні висловлювання досягається правильним порядком слів. Актуально речення розділяється на 2 компоненти: тему (відоме, старе) і рему (невідоме, нове). Логічна побудова стилістично нейтрального речення в українській мові потребує, щоб тема передувала ремі. Актуально виражена (висловлена) інформація тяжіє до кінця речення.

Н: 1) Нам зробили зауваження.

тема рема

2) Зауваження зробили нам.

тема рема

Логічність на рівні тексту забезпечується чіткою композицією, методами організації матеріалу. Особливу увагу слід звернути на науковий текст, він створюється на основі відкритої логічності. Тому в науковому мовленні активно використовуються усілякого роду показники зв'язку (вставні слова, сполучники, фрази-зв'язки): по-перше, по-друге, по-третє, спочатку, продовжуючи думку, нарешті, отже, це означає, з цього випливає, як наслідок, таким чином, в зв'язку з цим, а також, що стосується, підсумовуючи, слід сказати, слід додати, інакше кажучи, викладені вище міркування дають підстави, крім того, більш того.

Умовою, що забезпечує багатство мовлення є активний запас мовних засобів, тобто великий словниковий запас, запас моделей словосполучень та речень, запас типових інтонацій. Мовлення тим багатше, чим рідше повторюються в ньому одні й ті ж знаки (слова); мовлення тим багатше, чим різноманітніше воно за своєю структурою. Урізноманітнюється мовлення використанням синонімів, заміною однієї частини мови іншою (дієслова – віддієслівним іменником), заміною слова на фразеологізм тощо. Наприклад: набути досвіду, стати досвідченим, досвідчена людина, пуд солі з'їсти; кращий, найкращий, кращий за всіх, щонайкращий, Сергій, він, мій друг, цей герой. Урізноманітнювати слід і сполучні засоби: і – та – й, але – та, щоб – аби, який – що, тоді як – у той час як, тому що – через те що, оскільки, позаяк.

Багатство словникового запасу важливе для оратора й тому, що дає можливість уникнути штампів, які стандартизують мовлення, роблять його

безбарвним, сухим, мертвим. Приклади штампів (канцеляризмів): у справі підвищення, з боку керівництва, з боку держави, втілити в життя, прискореними темпами, забезпечити належний порядок, фактор часу, враховуючи вищесказане.

У книзі “Мова – явище космічне” Павло Мовчан причиною розповсюдження “канцеляриту” вважає хворобу тоталітарного режиму: страх сказати не те, що треба, не так, як потрібно. Саме тому й були тексти періоду радянського застою сухими, нецікавими, а відтак складними для сприйняття. Приклад: «Необхідне істотне підвищення дієвості системи й механізму розповсюдження художніх цінностей, забезпечення більш широкого доступу народу до творів літератури та мистецтва, більш оперативне засвоєння ним естетичного багатства суспільства» (з газети). Така канцелярська мова свідчить, за словами П. Мовчана, «про атрофованість свідомості, не спроможної до створення життєздатних мовних контекстів».

Якщо ви були стислими у словах, а промова все одно виявилась завеликою, перевірте, можливо, слід звужити коло питань. Можливо, слід зменшити кількість аргументів – відкиньте слабкі, ненадійні аргументи, велика кількість доказів втомлює і викликає недовіру. Пам’ятаймо мудру настанову наших предків: “Вчись коротко говорити, зумій море в глек вмістити”.

Виразність у мовленні досягається використанням спеціальних риторичних засобів. Власне, описом, класифікацією чисельних засобів виразності і займалась елокуція. Пам’ятаємо, елокуція дає відповідь на третє послідовне запитання в процесі підготовки промови: як сказати? І відповідь на це запитання не лише “Красиво сказати”. Хоча це досить важливо (Квінтіліан твердив, що краса промови сприяє успіху: ті, хто охоче слухають, легше розуміють, скоріше вірять). Краса мовлення підпорядковується головній функції ораторського мовлення – впливу на аудиторію, переконанню аудиторії.

Риторичні засоби поділяються на 2 групи: тропи та фігури. Поділ цей досить умовний, античні ритори не створили чіткої класифікації риторичних засобів, не було в них і чіткого обґрунтування розділення на тропи і фігури. Тропи можна назвати лексичними засобами виразності. Формуються вони на

основі варіацій лексичних значень слів. Фігури називають синтаксичними засобами виразності. Формуються вони на основі варіацій структур словосполучення, речення, періоду чи кількох періодів.

Тропи. За своєю природою слова у більшості своїй є універсальними, багатозначними. Саме ця властивість слова використовується у тропах. Тропи (гр. *trōpos* “зворот”) – це різноманітні способи вживання слів в переносному значенні, таким чином створюються образи.

Метафора – перенесення назви з одного предмета на інший (залізний характер (характер порівнюється із залізом на основі спільної ознаки – твердості). Метафора, власне, є прихованим порівнянням. В цьому є “хитрість” метафори, адже третій компонент метафори ніколи не називається, він прихований. Слухачу дається можливість самому домислити, віднайти цей компонент. Для оратора це важливо тому, що метафора, як правило, не номінація предмета, а його характеристика. “Розкрутивши” метафору самостійно, слухач легше і швидше з нею погоджується. Крім того, вона на довше запам’ятається слухачам.

Справжні знахідки для оратора – різкі метафори, тобто оригінальні, несподівані, образність яких незаперечна.

Наприклад: «Матюки, аббревіатури, різні словесні кентаври – це мовні тромби, що призводять до загальнонаціонального паралічу» (П. Мовчан). «Викладач – лише «акушер думки», він не може дати думку, а лише навести на неї і полегшити її появу на світ» (П. Лєсгафт). «Національна безтактність дуже часто виростає на добре угноєному ґрунті великодержавного російського шовінізму» (І. Драч) «У морі байдужості штормів не буває» (В. Чемерис). «Ми досі ще рятуємо дистрофію тіл, а за прогресуючу дистрофію душ – нам байдуже» (В. Стус).

Але варто нагадати: не можна риторичний текст перенасичувати метафорами, адже це не художній текст, у нього інші завдання. Через метафору (так само, як через інші тропи) можна передати основну ідею промови. Запам’ятається образ – запам’ятається ідея.

Порівняння – не тільки засіб досягнення образності, але й ефективний спосіб пояснення. Як правило, порівняння тим краще, тим швидше досягає мети, чим воно несподіваніше.

Наприклад: «Як свині в багні, вони насолоджуються, валяючись у нечистотах сріблості» (І. Златоуст). «За відмову мою у задумах його [російського царя], убивчих для нашої отчизни, вибито мене по щоках, як безчесну блудницю» (І. Мазепа). «Я гордий, мов козацький предок мій, що перед можними не скинув шапки» (Б. Олійник). «Душа зруйнована, як Троя, своїх убивць переживе» (Л. Костенко).

Через епітет – образне означення можна висловити оцінку предмета, викликати певні емоції у слухачів. Епітет, як правило, метафоричний.

Наприклад: «І вдача твоя вбивчо-життєдайна, і намір твій жорстокий та святий» (М. Стрельбицький «Поема колорадського жука»), «остогидла радянськість», «кричуща комфортність», «розкріпачене невігластво» (І. Дзюба), «зубодробильні пригоди» (А. та Б. Стругацькі).

Гарний ефект досягається використанням в ораторському мовленні алегорій та уособлень (вид алегорії). Ці тропи близькі до метафори. Алегорія допомагає перевести думку, ідею, в «картинку». Як зазначає Є. Клюєв, «фокус» алегорії в тому, що уявлення (ідеї, думки), які передаються через картину, зазвичай складні для сприйняття в «первозданному» вигляді, а конкретну «картину», персоніфікацію легко зрозуміти, до того ж вона надовго залишається у пам'яті. Алегорія часто рівноцінна ґрунтовному опису чи характеристиці, допомагає, таким чином, передати думку стисло.

Наприклад: Митрофани вищих навчальних закладів; Дядечко Сем (про Америку); «Титанік» (про становище України); Плюшкін (про скупу людину). Приклади уособлень: «Війна харчується грішми, війна звеселяється кров'ю – те саме і до нас було» (Данило Тупало, релігійний діяч 17 ст.). «Це лише здається, ніби ми впливаємо на слово, спотворюючи його сутність. Слово мстиве – воно неодмінно за це покарає» (Павло Мовчан). «Травень – вічний єретик» (Іван Драч).

Гіпербола – троп, який визначають як перебільшення. Літота – троп, протилежний гіперболі (зменшення). Іронія – троп, сутність якого у вживанні слова у значенні, протилежному буквальному значенню. Використовується з метою прихованої насмішки («оратор» – про людину, яка не вміє говорити, «атлет» – про хирляву людину). Іронія виявляє особисте ставлення оратора до предмета мовлення. Користуватися нею слід обережно. Найкраща іронія – іронія над собою.

Фігури. Виділяють мікрофігури (трансформація структури слова) і макрофігури (трансформація структури речення). Смысл мікрофігури анномінація – знайти подібність у звучанні двох слів, і, використовуючи це, створити третє слово, синтезуючи значення обох даних слів (прихвати́зація, обмануальна терапія, апофі́гей, епіде́рсія).

До найпоширеніших макрофігур відносять інверсію – неправильний порядок слів у реченні з метою виразності, передачі відтінків думки.

Приклад: «А повстали ми за віру батьків наших, поругану, обпльовану нечестивими, повстали за вас, знедолених, і за весь наш в раби, в бидло обернений народ» (з промови Б. Хмельницького, за романом М. Старицького). В даному реченні логічно виділені означення поставлені в нехарактерну для них постпозицію, таким чином саме до них привертається увага.

Силу, динамічність, ритм надає промові повтор – фігура, що являє собою повторення одного чи кількох слів, або цілих речень.

Наприклад: «Поки в нас відбирали хліб і майно, ми мовчали. Поки нам завдавали болю тілесного, ми терпіли. Поки хилили шиї наші під ярмо панське, ми сподівалися виприснути. Та коли накладено кайдани на волю нашу, коли спробовано уярмити душу нашу, ми взялися за меч...» (з промови Б. Хмельницького, за романом П. Загребельного).

Такий повтор називається анафора, коли кожне наступне речення починається одним і тим самим словом. Іноді в промові повторюється через певні періоди ціле речення. Як правило, в цьому реченні закладена основна думка, яка, таким чином, закарбовується у пам'яті слухачів. У знаменитій

промові «I have a dream» Мартіна Лютера Кінга ця фраза повторюється багаторазово, її пам'ятає весь світ.

Мета риторичного запитання – твердження, що подається у формі запитання – активізувати сприйняття слухачів, дати їм можливість домислити самому, щоб підказана думка стала їх власною. Іноді оратор може поставити цілий ряд запитань.

Наприклад: «Браття! Чи ж у вас в жилах тече не та ж кров, що в нас? Чи ж іншому ви молитесь богу? Невже в ваших серцях не озиваються стогони закатованих братів, крики наших дружин і сестер? Невже підніметься у вас на захисників України рука, неville підете ви з нашим ворогом нівечити свою матір?» (М. Старицький). Дане речення починається зі звертання – риторичної фігури, основна функція якої – привернути увагу слухачів і висловити своє ставлення до них. Ще кілька прикладів: «Чи ж можна присягати на погибель Вітчизни ?!» (П. Орлик). «І хто ж тут не признає, що тиран, який образив так ганебно особу, що репрезентує націю, вважає, звичайно, членів її за худобу нетямущу і свій послід?» (І. Мазепа). «Хто поверне в рабство ту країну, де стяг свободи затрепетав?» (М. Рильський).

Надзвичайно активізує увагу слухачів, додає експресії мовленню така риторична фігура, як питально-відповідальний хід. Поставлене оратором запитання активізує увагу слухачів, зацікавлює. Але, головне, ця фігура створює ефект діалогу в монологічному мовленні.

Наприклад: «Як ви гадаєте, які три речі є найцікавішими у світі? Секс, власність і релігія. За допомогою першого ми можемо створювати життя, за допомогою другого ми підтримуємо його, а за допомогою третього ми сподіваємося продовжити його у іншому світі» (Д. Карнегі). «Що то за народ, коли за свою користь не дбає і очевидній небезпеці не запобігає? Такий народ неключимістю своєю подобиться, воістину, нетямущим тваринам, од усіх народів зневаженим» (І. Мазепа).

Активно використовується у публічному мовленні також пряма мова, діалог, цитати, афоризми, прислів'я, літературні приклади. Ці засоби, як правило, теж відносять до риторичних фігур.

Щодо використання засобів виразності у мовленні слід зробити такі зауваження. Тропи та фігури дуже потужний засіб впливу на слухачів, та зловживати ними перевантажувати ними промову недоцільно і небезпечно. Підкреслено красива промова викликає недовіру до оратора ("гарно співає!").

Крім того, слід пам'ятати, що підвищує планку сприйняття тексту лише вдале застосування засобу виразності, невдале – її опускає. «Текст з невдалим застосуванням засобів виразності визначає мовця як людину нерозумну, а це найтяжчий побічний результат у мовленні», – вважає О. Зарецька.

Основні поняття та ключові слова: інвенція, диспозиція, елокуція, мета, ідея промови, композиція промови, методи впорядкування тексту, комунікативні якості мовлення, риторичні тропи, риторичні фігури.

4. Публічна промова

Хвилювання і страх перед публічними виступами. Що таке хвилювання? Це викид адреналіну у кров. Що робить адреналін? Пришвидшує, покращує кровообіг, викликає рум'янець, блиск в очах. Тобто дає саме ту енергію, піднесення і задоволення, без яких неможливий ораторський успіх. Тому можна сказати, що хвилювання – це важливий інструмент красномовства, яким досвідчені оратори вміло користуються.

Приклад. Відомо, що Гітлер був блискучим оратором, саме завдяки тому нервовому збудженню, піднесенню і задоволенню, яке відчував, стоячи за трибуною. Його ораторське збудження досягало такого розпалення, що за лаштунками завжди тримали відерце з льодом, щоб цей несамовитий оратор міг остудити розжарені руки після виступу. Отож можна уявити, що сама лише енергія і натхнення Гітлера-оратора запалювали фанатизмом багатотисячні натовпи. З цього прикладу треба робити свої висновки і ораторам, і особливо слухачам.

Але слід відрізнати натхненне хвилювання від паралізуючого хвилювання, від страху трибуни (який ще називають аудиторним шоком, ораторською лихоманкою). Виявляється, такий страх – нормальне явище для початківців. Загалом, страх публічних виступів стоїть на другому місці серед людських фобій і поступається лише страху літати літаками, іншими словами, страху смерті. Але на відміну від останнього, страх публічних виступів ірраціональний, адже промовцю фізично ніщо не загрожує. То чому він виникає? Може тому, що людина – істота колективна. Рідко хто зі студентів не звертався до викладача, що їх викликав відповідати на занятті, з проханням: “Можна відповідати з місця?” “З місця”, справді, виступати не страшно, тому що мовець відчуває себе частиною групи, так, начебто “всі за одного”. Коли ж він виходить до трибуни, то опиняється в ситуації (положенні) “один (нав)проти всіх”. І тоді ці “всі”, навіть якщо вони його друзі, сприймаються мовцем супротивниками, конкурентами, ворогами. А коли перед оратором незнайома аудиторія?!

У тваринному світі розташування “один навпроти одного очі в очі” – це позиція агресії, нападу, коли вирішуються питання, хто сильніший, кому жити, а кому не жити. Може саме звідти корені людського страху перед необхідністю стояти одному навпроти групи людей і, дивлячись їм в очі, щось говорити?

Тим, хто хоче стати вправним оратором, треба розуміти, що оскільки цей страх безпідставний, то з ним можна і треба боротися і побороти.

Головне завдання на цьому шляху – знизити суб’єктивну значимість виступу. Треба собі сказати: життя не припиниться після виступу, ніщо мені не загрожує.

Розділимо методи подолання страху публічних виступів на тактичні і стратегічні. Спочатку про тактичні методи.

Часто можна почути від недосвідчених ораторів, що зменшити хвилювання перед виступом можна за допомогою алкоголю. Це хибний шлях! Хоча в літературі іноді можна знайти пораду випити келих вина під час винаходження ідей, формування змісту виступу для того, щоб створити творчу атмосферу, розбудити фантазію. Але безпосередньо перед виступом цього

робити не можна: отримаєте зворотний ефект – пригніченість, в'ялість і язика, і думок. Те саме стосується і заспокійливих лікарських засобів, вони погіршують реакцію, уповільнюють темп мовлення. До речі, вживання за добу до виступу алкоголю чи заспокійливого викликає, як правило, сухість в роті. Це ще одна відповідь на запитання “Пити чи не пити?”.

Тому залишаються засоби з групи “Сам собі психотерапевт”.

Найвідоміший метод – фізична активність. Страх сковує тіло людини. Тому перед виступом спробуйте “розім’ятися”, щоб зняти скутість тіла: зробіть присідання, активні рухи руками, заряджайте себе, сильно потираючи долоні (це і фізична, і психологічна вправа, так робить людина, якій не терпиться приступити до справи). Розминайте кисті рук і пальці, існують дослідження, що це не лише знизить хвилювання, а й активізує мовленнєвий апарат.

Тренери з ораторського мистецтва радять перед виступом порухати вперед-назад 20 разів щелепами (це спричиняє подразнення корінців блукаючого нерву і викид речовини, що нейтралізує дію адреналіну). Або ж позіхайте, смачно, з насолодою, широко відкриваючи рота – і страх зменшите, і дикцію покращите.

Коли ми хвилюємося, то починаємо швидко і поверхнево дихати. Тому станьте рівно, розправте плечі, підніміть голову (поза переможця “диктує” відповідні емоції) і зробіть спокійно і повільно 20 глибоких вдихів і видихів животом (про дихання ще піде мова далі).

Вибирайте, те, що вам підходить. Тільки не перестарайтеся, щоб не виглядати сонним, в’ялим. Залиште певну дозу адреналіну, щоб надихнути слухачів. Придумайте для себе надихаюче гасло (“Вперед!”, “Я це зроблю!”, “Я сказав!” – використовуючи слова Гліба Жиглова, використовуйте і його жест або інші надихаючі жести). Не обов’язково промовляти вголос, можна й подумки – результат буде однаковим.

Спробуйте різноманітні вправи-візуалізації. Наприклад, “Заземлення”: уявіть, що ваш страх проходить по тілу, спускається в ноги, і далі – в землю. Або уявіть, що ви зусиллям волі можете виштовхнути страх з середини себе назовні

і зменшити в розмірах, в деталях уявіть, як швидко і кумедно він зменшується і вже поміщається у вас на долоні, ви можете стиснути долоню, а потім дмухнувши, розвіяти його. Або “виштовхніть” весь адреналін на поверхню тіла і “струсіть” його з себе. Придумуйте свої картини-візуалізації.

Можна зосередитись на слухачах. Д. Карнегі, наприклад, радить уявляти себе кредитором слухачів, які зібралися, щоб просити вас уклінно про відстрочку виплати боргу. Спробуйте вправу “Хто в клітці?”, суть якої в тому, щоб поміняти акценти: не глядачі прийдуть на вас дивитись, а ви йдете дивитись, як вони будуть себе вести. Можете уявити собі слухачів хоч живими зайчиками, хоч іграшковими ведмедиками. Важливо здійснювати самоаналіз після кожного свого виступу, робити “витяг уроків”. Кожну свою промову аналізуйте: чи був страх, чому він з’явився, чи заважав він у виступі, чому він завадив? Але не захоплюйтесь критикою. Не ставте на собі тавро “Я безнадійний(а)”. Концентруйтеся на своїх ораторських успіхах – це ще один метод подолання страху трибуни.

Але все ж найважливіший метод подолання страху – це ґрунтовна підготовка до виступу.

Оригінальну аналогію наводить російський ритор-тренер Р. Гандапас. Він згадує, що чоловіки перед побаченням більше хвилюються, ніж жінки, тому що чоловіки ніколи не знають, чим закінчиться побачення, а жінки завжди це знають. Індекс непередбачуваності, а відтак хвилювання чоловік може знизити ретельною підготовкою до побачення (телефон працює, гроші на телефонному рахунку є, ресторан добре знайомий, дірок на шкарпетках немає і таке інше). Те саме у красномовстві. Якісна підготовка до виступу знімає важливу причину страху – непередбачуваність риторичної ситуації.

Максимально зосередьтесь на меті. Подумайте, чому досягнення мети важливе особисто для вас. Не думайте про те, щоб сподобатися слухачам. Проаналізуйте свою майбутню аудиторію. Хто вони, скільки їх буде, який їх рівень знань, чого вони хочуть, що вам від них потрібно. Створіть гарну промову. Чим більше працюєте над промовою, тим більшає бажання виступати. Якщо ви

знали про виступ за місяць, а писати промову почали увечері перед виступом – хвилювання зашкалить, бо промова ваша, швидше за все, вийде недолугою. Репетируйте промову. Записуйте текст на папері, перечитуйте його перед дзеркалом, нехай він лежить перед вами під час виступу, навіть якщо ви в нього не заглянете. Матеріалів з теми виступу опрацюйте значно більше, ніж використаєте. Продумайте відповіді на ймовірні запитання.

Перевірте залу, де будете виступати. Походіть по ній, послухайте, як звучить в ній ваш голос. Перевірте, чи є трибуна, чи вона не зависока. Улюблений прийом автора цих рядків – прийти на зустріч не останньою, коли зал повністю заповнений (тоді, справді, може виникнути аудиторний шок), а завчасно, щоб зустріти слухачів, трохи поговорити з тими, хто прийшов раніше, змінити щось в залі (пересунути стільці, увімкнути світло, відчинити вікно). Ці прості дії навіюють відчуття (як самому оратору, так і слухачам!), що саме ви “господар у цій хаті”, ви керуєте ситуацією. Як наслідок, ваш страх розвіюється.

Отже, маємо три напрями подолання страху трибуни. По-перше, ретельна підготовка. По-друге, правильне сприйняття себе. По-третє, правильне сприйняття ситуації. Сприймайте виступ як гру, яку можна як виграти, так і програти, але нехай вас захоплює сам процес гри.

ПРАКТИЧНИЙ БЛОК

ТЕМА 1. УКРАЇНСЬКА МОВА – НАЦІОНАЛЬНА МОВА УКРАЇНСЬКОГО НАРОДУ

ПЛАН

1. Предмет, завдання дисципліни
2. Українська літературна мова та її норми
3. Стилі сучасної української літературної мови
4. Характеристика офіційно-ділового стилю

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ

1. Городиловська Г. Проблема стилів в українському мовознавстві. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2013. Вип. 23. С. 136-143.
2. Конституція України. URL:
<https://www.president.gov.ua/ua/documents/constitution/konstituciya-ukrayini-rozdil-i>
3. Пилинський М. М. Мовна норма і стиль. Київ: Наукова думка, 2012. 287 с.
4. Селігей П. О. Стильова норма як різновид мовної норми. *Наукові записки НаУКМА*. 2016. Том 189. С. 83-86.
5. Тимкова В.А., Горобець А.В. Українська мова за професійним спрямуванням: навчальний посібник. Навчальний посібник. Вінниця : ФОП Рогальська І.О., 2020. 308 с.
6. Шевельов Ю. Українська літературна мова. *Збірник Харківського історико-філологічного товариства* URL:
<http://www.historians.in.ua/index.php/en/ukrayinska-mova/302-yurii-shevelov-ukrayinska-literaturna-mova>.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ:

1. Розкрийте роль мови в житті людини.
2. Дайте визначення поняття «професійна мовно-комунікативна компетенція».

3. Назвіть функції, які виконує мова.
4. Чи можна говорити про перевагу однієї функції над іншою?
5. З'ясуйте різницю між поняттями «мова» і «мовлення».
6. Охарактеризуйте мовне законодавство та мовну політику в Україні.
7. Дайте визначення поняття «стиль».
8. Назвіть 5 основних стилів сучасної української літературної мови.
9. Назвіть підстилі наукового стилю.
10. Назвіть підстилі офіційно-ділового стилю.
11. Назвіть підстилі художнього стилю.
12. Який стиль використовується у телерадіомовленні?
13. Назвіть найдавніший за часом виникнення стиль.
14. Назвіть стиль, сферою вживання якого є ділове листування.
15. Які мовні засоби властиві офіційно-діловому стилю?

ТЕМА 2. СУЧАСНЕ СПРАВОЧИНСТВО

ПЛАН

1. З історії українського справочинства
2. Класифікація документів
3. Правила оформлення документів
4. Вимоги до тексту документа

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ

1. Білецький Л. Руська Правда й історія її тексту. URL: <http://litopys.org.ua/bilets/bil.htm>
2. Ботвина Н.В. Ділова українська мова (офіційно-діловий та науковий стилі): Навчальний посібник. 3-є вид., доп. та перероб. Київ: «АртЕк», 2011. 280 с.
3. Доценко О. Л. Історія мови українського справочинства: навчальний посібник. Вид. 2-е, доповнене Київ: Альфа Реклама, 2010. 300 с.
4. Дубічинський В.В., Кринець О.М., Чернявська С.М. Словник-мінімум термінів ділової української мови. Харків: НТУ «ХПІ», 2012. 60 с.
5. Зубков М. Сучасна українська ділова мова. 2-ге вид., доповнене. Харків: Торсінг, 2012.
6. Кірючок О.Г., Корбутяк В.І. Документування у менеджменті: Підручник. Київ: Центр навч. л-ри, 2013. 216 с.
7. Лашенко Р. Лекції по історії українського права. Прага, 1923–1924. URL: <http://www.library.kr.ua/elmuseum/zem/lecture.html>
8. Німчук В. В. Літературні мови Київської Русі Історія української культури. Т. 1. URL: <http://litopys.org.ua/istkult/ikult08.htm>
9. Палеха Ю.І. Документаційне забезпечення управління: Підручник. Київ: МАУП, 2014. 344 с.
10. Півторак Г. Українці: звідки ми і наша мова. Київ: Наукова думка, 2011. С. 164.

Яковлів А. Українське право: Історичний нарис. Українська культура.
Лекції за редакцією Дмитра Антоновича. URL:
<http://litopys.org.ua/cultur/cult15.htm>

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ:

1. Що таке документ?
2. Які типи документів Ви знаєте?
3. Назвіть вимоги до культури справочинства.
4. Дайте визначення понять «бланк», «реквізит», «формулярзразок».
5. Які риси успадкувало українське справочинство від справочинства Київської Русі?

ТЕМА 3. ЛЕКСИКА ДІЛОВИХ ПАПЕРІВ

ПЛАН

1. Професійна лексика, терміни в ділових паперах
2. Іншомовні слова в ділових паперах
3. Синоніми, пароніми в документах
4. Книжні й урочисті слова в документах

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. Київ: Видавничий центр «Академія», 2014.
2. Вегеш А. Ділова українська мова. Методичні розробки до практичних занять для студентів II курсу філологічного факультету (спеціальність 014. Середня освіта. Українська мова і література). Ужгород. 2022. 82 с.
3. Гінзбург М.Д. Українська ділова і фахова мова. Практичний посібник на щодень для студентів. ЦУЛ. 2019. 672 с.
4. Гриценко Т.Б. Українська мова та культура мовлення: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2015. 536 с.
5. Гуць М.В., Олійник І.Г., Ющук І.П. Українська мова у професійному спілкуванні. Навчальний посібник. Київ: Міжнародна агенція «BeeZone», 2014. 336 с.
6. Зубков М.Г. Сучасна українська ділова мова: Підруч. для вищ. та серед. навч. закладів. 9-те вид., випр. і доп. Харків: ФОП Співак Т. К., 2019. 400с.
7. Мамрак А.В. Українське документування: мова та стиль: Навчальний посібник. Видання третє. Київ: Центр навчальної літератури, 2014. 364 с.
8. Мамрак А.В., Шаров О.І. Українська ділова мова: комп'ютерна версія: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2013. 232 с.
9. Мацюк З., Станкевич Н. Українська мова професійного спрямування: Навчальний посібник. Київ: Каравела, 2018. 352 с.

10. Митько М. А. Сучасна українська мова. Лексикологія. Матеріали для практичних занять : навчально-методичний посібник. Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса, 2019. 64 с.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ:

1. Визначте роль слів іншомовного походження у документах.
2. Визначте відмінність між термінами й професіоналізмами.
3. Поясніть сутність загальнонаукової термінології.
4. Поясніть сутність вузькоспеціальної термінології.
5. Поясніть сутність міжгалузевої термінології.
6. Визначте роль іншомовних слів у справочинстві.
7. Явище синонімії в документах – позитивне чи негативне? Обґрунтуйте.
8. Що таке канцеляризми?

ТЕМА 4. ВЛАСНІ НАЗВИ В ДОКУМЕНТАХ

ПЛАН

1. Велика літера в документах
2. Правопис та відмінювання прізвищ, імен по батькові в документах
3. Географічні назви в ділових паперах

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ

1. Бабич Н. Д. Основи культури. Львів: Світ, 1999.
2. Венжинович Н. Ф. Сучасна українська літературна мова: Навч. посіб. 3-тє вид., випр. і доп. Київ, 2018.
3. Воробель М., Калимон Ю., Юрко Н. Власні назви в ролі загальних (на прикладі англійської мови). *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. Том 33 (72). № 6. Ч. 1. 2022. С. 95–99. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/6_2022/part_1/16.pdf.
4. Гриценко Т.Б. Українська мова та культура мовлення: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2015. 536 с.
5. Гуць М.В., Олійник І.Г., Ющук І.П. Українська мова у професійному спілкуванні. Навчальний посібник. Київ: Міжнародна агенція «BeeZone», 2014. 336 с.
6. Загнітко А. П., Данилюк І. Г. Українське ділове мовлення: професійне і непрофесійне спілкування. Донецьк, 2014.
7. Кочерган М. Вступ до мовознавства. Київ : Академія, 2014. 368 с.
8. Тимкова В.А., Горобець А.В. Українська мова за професійним спрямуванням: навчальний посібник. Навчальний посібник. Вінниця : ФОП Рогальська І.О., 2020. 308 с.
9. Український правопис. Київ: Наукова думка, 2019. 393 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/Pravopys.2019/ukr.pravopys-2019.pdf>.
10. Чорноус О. Класичні підходи до проблеми значення власних назв у зарубіжних дослідженнях. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2020. С. 185–188.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ:

1. Назви найвищих державних українських і міжнародних установ і посад, назви груп або союзів держав і найвищих міжнародних організацій пишуться з малої чи з великої літери?
2. Назви звань, посад, титулів пишуться з малої чи з великої літери?
3. Який критерій лежить в основі відмінювання?
4. У якому відмінку правильно використовувати звертання?
5. У давальному відмінку закінчення особових назв -ові/еві чи -у? Поясніть.
6. Як узгоджуються власні й загальні географічні назви?
7. Як узгоджуються слова у відмінкових формах складених географічних назв?

ТЕМА 5. ІМЕННИКИ В ОФІЦІЙНО-ДІЛОВОМУ СТИЛІ

ПЛАН

1. Граматичні категорії іменників у документах.
2. Особливості відмінювання закінчень іменників у документах.
3. Правопис закінчень власних і загальних назв у кличному відмінку при звертанні.
4. Особливості відмінювання складних слів у документах.

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ

1. Баранник Д.Х. Українська мова на межі століть (Загальна оцінка стану сучасної української літературної мови). *Мовознавство*. 2011. №3. С. 40–47.
2. Богатько В. В., Прокопчук Л. В. Українська мова за професійним спрямуванням. Модульний курс : навчальний посібник. Вінниця : ФОП Корзун Д.Ю., 2017. 281 с.
3. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділового спілкування: навчальний посібник. Київ: Арттек, 2020. 240 с.
4. Городенська К. Правильно передаваймо слов'янські власні назви. *Українська мова*. 2019. № 1. С. 73.
5. Завальнюк І., Богатько В. Специфіка вдосконалення мовної та мовленнєвої компетентностей на заняттях із дисципліни «українська мова (за професійним спрямуванням)»: Практичний аспект. URL: <http://surl.li/rvewe>.
6. Прокопчук Л. В. Культура мови. Модульний курс : навчальний посібник для студентів. Вінниця : «фірма «Планер», 2012. 296 с.
7. Український правопис. Київ: Наукова думка, 2019. 393 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/Pravopys.2019/ukr.pravopys-2019.pdf>.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ:

1. Назвіть відмінкові закінчення іменників II відміни чоловічого роду в родовому відмінку.
2. Назвіть особливості відмінювання іменників у документах.

3. Назвіть складні випадки написання слов'янських прізвищ.
4. Назвіть особливості творення імен по батькові в українській діловій мові.
5. Чи використовуються форми по батькові при звертанні, якщо в складі звертання є загальне слово? Поясніть.

ТЕМА 6. ГРАМАТИЧНІ ФОРМИ ПРИКМЕТНИКІВ, ЗАЙМЕННИКІВ, ЧИСЛІВНИКІВ В ОФІЦІЙНО-ДІЛОВОМУ СТИЛІ

ПЛАН

1. Особливості використання прикметників у документах
2. Особливості використання займенників у ділових паперах
3. Правила запису цифрової інформації у документах
4. Зв'язок числівників з іменниками в ділових паперах
5. Правопис числівників

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ

1. Богатько В. В., Прокопчук Л. В. Українська мова за професійним спрямуванням. Модульний курс : навчальний посібник. Вінниця : ФОП Корзун Д.Ю., 2017. 281 с.
2. Гриценко Т.Б. Українська мова та культура мовлення: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2015. 536 с.
3. Загнітко А. П., Данилюк І. Г. Українське ділове мовлення: професійне і непрофесійне спілкування. Донецьк, 2014.
4. Коваль А.П. Культура ділового мовлення. Київ: Вища школа, 1997. 268 с.
5. Корж А. В. Українська мова професійного спрямування: Навчальний посібник. Київ: Правова єдність, 2019. 293 с.
6. Мамрак А.В. Українське документування: мова та стиль: Навчальний посібник. Видання третє. Київ: Центр навчальної літератури, 2014. 364 с.
7. Мамрак А.В., Шаров О.І. Українська ділова мова: комп'ютерна версія: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2013. 232 с.
8. Михайлюк В. О. Українська мова професійного спілкування: Навчальний посібник. Київ: ВД «Професіонал», 2015. 496 с.
9. Тимкова В.А., Горобець А.В. Українська мова за професійним спрямуванням: навчальний посібник. Навчальний посібник. Вінниця : ФОП Рогальська І.О., 2020. 308 с.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ:

1. Які особливості використання прикметників у діловому професійному мовленні?
2. Схарактеризуйте особливості написання складних і складених числівників.
3. Як відмінюються кількісні та порядкові числівники?
4. На які семантичні групи поділяються числівники?
5. Як узгоджуються числівники з іменниками?
6. Які особливості використання числівників у діловому професійному мовленні?
7. Які особливості використання займенників у діловому професійному мовленні?
8. Назвіть правила написання цифр та символів у документах.

ТЕМА 7. ДІЄСЛОВО В ОФІЦІЙНО-ДІЛОВОМУ СТИЛІ

ПЛАН

1. Помилки при використанні дієприслівникових зворотів
2. Особливості використання дієслів у ділових паперах

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ

1. Богатько В. В., Прокопчук Л. В. Українська мова за професійним спрямуванням. Модульний курс : навчальний посібник. Вінниця : ФОП Корзун Д.Ю., 2017. 281 с.
2. Гриценко Т.Б. Українська мова та культура мовлення: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2015. 536 с.
3. Загнітко А. П., Данилюк І. Г. Українське ділове мовлення: професійне і непрофесійне спілкування. Донецьк, 2014.
4. Коваль А.П. Культура ділового мовлення. Київ: Вища школа, 1997. 268 с.
5. Корж А. В. Українська мова професійного спрямування: Навчальний посібник. Київ: Правова єдність, 2019. 293 с.
6. Мамрак А.В. Українське документування: мова та стиль: Навчальний посібник. Видання третє. Київ: Центр навчальної літератури, 2014. 364 с.
7. Мамрак А.В., Шаров О.І. Українська ділова мова: комп'ютерна версія: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2013. 232 с.
8. Михайлюк В. О. Українська мова професійного спілкування: Навчальний посібник. Київ: ВД «Професіонал», 2015. 496 с.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ:

1. Схарактеризуйте особливості використання граматичних категорій дієслова у діловому мовленні.
2. Які труднощі виникають при перекладі дієприкметників? Назвіть шляхи їх подолання.
3. Назвіть особливості використання дієприслівникових зворотів у діловому мовленні.

4. У чому полягає особливість пасивного стану дієслівних форм у діловому мовленні?

ТЕМА 8. СЛУЖБОВІ ЧАСТИНИ МОВИ В ОФІЦІЙНО-ДІЛОВОМУ СТИЛІ

ПЛАН

1. Прийменники в офіційно-діловому стилі
2. Особливості використання сполучників у документах

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ

1. Бабій І. М., Вільчинська Т. П. Службові частини мови в українській мові: навч. посібник. Тернопіль: Богдан, 2011. 96 с.
2. Вихованець І. Р. Нариси з функціонального синтаксису української мови. Київ: Наукова думка, 1912. 222 с.
3. Вихованець І. Р. Частини мови в семантико-граматичному аспекті. Київ: Наук. думка, 2011. 256 с.
4. Вихованець І. Р., Городенська К. Г. Теоретична морфологія української мови: Академічна граматики української мови. Київ: Пульсари, 2014. 400 с.
5. Кучеренко І. К. Теоретичні питання граматики української мови: Морфологія. Вінниця: Поділля, 2013. 464 с.
6. Українська мова. Енциклопедія / Редкол.: Русанівський В. М., Тараненко О. О., Зяблюк М. П. та ін. Київ: Укр. енцикл., 2000. 752 с.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ:

1. Який прийменник можна використовувати на позначення часу?
2. У яких випадках уживання прийменника *по* є нормативним?
3. У яких випадках уживання прийменника *при* є нормативним?
4. Схарактеризуйте особливості використання сполучників у документах.

ТЕМА 9. СИНТАКСИС ДІЛОВИХ ПАПЕРІВ

ПЛАН

1. Особливості синтаксису ділових паперів
2. Координація підмета з присудком у ділових паперах
3. Складні випадки керування в ділових паперах

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ

1. Антоненко-Давидович Б. Як ми говоримо. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 284 с.
2. Гдакович М. С. Синтаксичні норми у діловому мовленні : навч.-метод. посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. 52 с.
3. Гдакович М. С., Клак О. С., Козловський В. І., Сковронська І. Ю. Методичні рекомендації із застосування Українського правопису в новій редакції. Львів : ЛьвДУВС, 2019. 76 с.
4. Мацюк З., Станкевич Н. Українська мова професійного спрямування : навч. посібник. Київ : Каравела, 2018. 352 с.
5. Пентилюк М. І., Маруніч І. І., Гайдаєнко І. В. Ділове спілкування та культура мовлення : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 224 с.
6. Сербенська О., Білоус М., Дацишин Х. та ін. Антисуржик. Вчимося ввічливо поводитись і правильно говорити / за заг. ред. О. Сербенської : навч. посібник. 2-ге вид., доповн. і перероб. Київ : Апріорі, 2019. 304 с.
7. Українська мова за професійним спрямуванням / за ред. Т. В. Симоненко. Київ, 2012. С. 47–55.
8. Українська мова за професійним спрямуванням : навч. посібник. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2016. 436 с.
9. Шевчук С. В., Клименко І. В. Українська мова за професійним спрямуванням : підручник. За програмою МОНУ. 4-те вид. Київ: Алерта, 2014. 696 с.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ:

1. Проілюструйте різні види синтаксичного зв'язку: координація, узгодження, керування, прилягання в діловому мовленні.
2. Як визначити рід аббревіатур?
3. У яких випадках після скорочень не ставиться крапка?

ТЕМА 10. КУЛЬТУРА МОВИ І СТИЛІСТИКА

ПЛАН

1. Культура ділового спілкування
2. Ознаки культури мови
3. Основні поняття стилістики

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ

1. Антоненко-Давидович Б. Як ми говоримо. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 284 с.
2. Буяльський Б. А., Оверчук А. В. Як ми спілкуємося: Мовленнєвий етикет українського народу. Вінницьке обласне об'єднання ВУТ «Просвіта». Вінниця : Велес, 2011. 96 с.
3. Гуць М. В., Олійник І. Г., Ющук І. П. Українська мова у професійному спілкуванні. Навчальний посібник. Київ: Міжнародна агенція «Вее2one», 2014. 336 с.
4. Зорівчак Р. Боліти болем слова нашого... Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2015. 296 с.
5. Мацюк З., Станкевич Н. Українська мова професійного спрямування : навч. посібник. Київ : Каравела, 2018. 352 с.
6. Пентиліук М. І., Маруніч І. І., Гайдаєнко І. В. Ділове спілкування та культура мовлення : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 224 с.
7. Сербенська О., Білоус М., Дацишин Х. та ін. Антисуржик. Вчимося ввічливо поводитись і правильно говорити / за заг. ред. О. Сербенської : навч. посібник. 2-ге вид., доповн. і перероб. Київ : Апріорі, 2019. 304 с.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ:

1. Дайте визначення поняття *стилістема*.
2. Дайте визначення поняття *стилістичні прийоми*.
3. Дайте визначення поняття *стилістичні засоби*.
4. Дайте визначення поняття *стилістичне значення*.
5. Дайте визначення поняття *конотація*.

ТЕМА 11. РИТОРИКА

ПЛАН

1. Риторика як складова частина культури ділового спілкування
2. Теорія риторики
3. Енергетика та емоційність мовлення

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ

1. Абрамович С. Д., Чікарьова С. Ю. Риторика: Навч. посібник. Львів: Світ, 2011. 240 с.
2. Антоненко-Давидович Б. Як ми говоримо. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 284 с.
3. Буяльський Б. А., Оверчук А. В. Як ми спілкуємося: Мовленнєвий етикет українського народу. Вінницьке обласне об'єднання ВУТ «Просвіта». Вінниця : Велес, 2001. 96 с.
4. Гуць М. В., Олійник І. Г., Ющук І. П. Українська мова у професійному спілкуванні. Навчальний посібник. Київ: Міжнародна агенція «Вее2one», 2014. 336 с.
5. Зорівчак Р. Боліти болем слова нашого... Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2015. 296 с.
6. Пентиліук М. І., Маруніч І. І., Гайдаєнко І. В. Ділове спілкування та культура мовлення : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 224 с.
7. Шипунов С. Харизматичний оратор. Психологіс: Енциклопедія практичної психології. URL: <http://surl.li/rvioy>.
8. Сербенська О., Білоус М., Дацишин Х. та ін. Антисуржик. Вчимося ввічливо поводитись і правильно говорити / за заг. ред. О. Сербенської : навч. посібник. 2-ге вид., доповн. і перероб. Київ : Апріорі, 2019. 304 с.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ:

1. Чи визначають успіх оратора самі лише його природні дані? Чи буває, що людина з фізичними вадами володіє увагою аудиторії? Які причини цього?

2. Як ви можете пояснити вислови «шарм оратора», «влада оратора над аудиторією»?
3. Чому питання виходу до аудиторії потребує особливої уваги?
4. Що ви можете розповісти про те, як ораторові слід контролювати свій погляд?
5. Які різновиди жестів ви можете назвати? Який з видів жестів найбільш пасує ораторові?
6. Які існують прийоми для подолання «нав'язливої» (нервозної) жестикуляції та загалом «нав'язливих» станів?
7. Що ви знаєте про утворення голосу? Як треба берегти голос?
8. Що таке правильна артикуляція звуків? Як подолати дефекти вимови?
9. Чому оратору потрібна добра дикція? Якими прийомами виробляють її?
10. Яку роль відіграє темп виголошення промови і якого оптимального темпу слід дотримуватися?
11. Що ви знаєте про діапазон голосу (теситуру) та про голосовий тембр? Який, на вашу думку, ваш власний голос з цього погляду?
12. Як і чому треба контролювати дихання при виголошенні промови?

ТЕМА 12. ПУБЛІЧНИЙ ВИСТУП

ПЛАН

1. Ділова нарада
2. Прес-конференція
3. Культура проведення суперечки й дискусії
4. Публічна промова

ЛІТЕРАТУРА ДО ТЕМИ

1. Алексюк І. А. Логіка: Практичні завдання і контрольні запитання. Київ: Четверта хвиля, 1997.
2. Зорівчак Р. Боліти болем слова нашого... Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2015. 296 с.
3. Основи ерістики (ведення дискусій). Київ, 2020.
4. Пентилюк М. І., Маруніч І. І., Гайдаєнко І. В. Ділове спілкування та культура мовлення : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 224 с.
5. Теле- і прес-конференція. Мего – інфо – Юридичний портал № 1. URL: <http://surl.li/rviym>.
6. Шипунов С. Харизматичний оратор. Психологіс: Енциклопедія практичної психології. URL: <http://surl.li/rvioy>.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ:

1. Назвіть умови успішного проведення ділової наради.
2. Назвіть етапи підготовки до проведення ділової наради.
3. Визначте правила проведення суперечки.
4. Назвіть етапи підготовки публічної промови.
5. Схарактеризуйте особливості виголошення публічної промови.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абрамович С. Д., Чікарьова С. Ю. Риторика: Навч. посібник. Львів: Світ, 2011. 240 с.
2. Антоненко-Давидович Б. Як ми говоримо. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 284 с.
3. Бабій І. М., Вільчинська Т. П. Службові частини мови в українській мові: навч. посібник. Тернопіль: Богдан, 2011. 96 с.
4. Баранник Д.Х. Українська мова на межі століть (Загальна оцінка стану сучасної української літературної мови). Мовознавство. 2011. №3. С. 40–47.
5. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: Підручник. Київ: Видавничий центр «Академія», 2014.
6. Білецький Л. Руська Правда й історія її тексту. URL: <http://litopys.org.ua/bilets/bil.htm>
7. Богатько В. В., Прокопчук Л. В. Українська мова за професійним спрямуванням. Модульний курс : навчальний посібник. Вінниця : ФОП Корзун Д.Ю., 2017. 281 с.
8. Ботвина Н.В. Ділова українська мова (офіційно-діловий та науковий стилі): Навчальний посібник. 3-є вид., доп. та перероб. Київ: «АртЕк», 2011. 280 с.
9. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділового спілкування: навчальний посібник. Київ: Арттек, 2020. 240 с.
10. Буяльський Б. А., Оверчук А. В. Як ми спілкуємося: Мовленнєвий етикет українського народу. Вінницьке обласне об'єднання ВУТ «Просвіта». Вінниця : Велес, 2011. 96 с.
11. Вегеш А. Ділова українська мова. Методичні розробки до практичних занять для студентів II курсу філологічного факультету (спеціальність 014. Середня освіта. Українська мова і література). Ужгород. 2022. 82 с.
12. Венжинович Н. Ф. Сучасна українська літературна мова: Навч. посіб. 3-тє вид., випр. і доп. Київ, 2018.

13. Вихованець І. Р. Нариси з функціонального синтаксису української мови. Київ: Наукова думка, 2012. 222 с.

14. Вихованець І. Р. Частини мови в семантико-граматичному аспекті. Київ: Наук. думка, 2011. 256 с.

15. Вихованець І. Р., Городенська К. Г. Теоретична морфологія української мови: Академічна граматика української мови. Київ: Пульсари, 2014. 400 с.

16. Воробель М., Калимон Ю., Юрко Н. Власні назви в ролі загальних (на прикладі англійської мови). Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика. Том 33 (72). № 6. Ч. 1. 2022. С. 95–99. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/6_2022/part_1/16.pdf.

17. Гдакович М. С. Синтаксичні норми у діловому мовленні : навч.-метод. посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. 52 с.

18. Гдакович М. С., Клак О. С., Козловський В. І., Сковронська І. Ю. Методичні рекомендації із застосування Українського правопису в новій редакції. Львів : ЛьвДУВС, 2019. 76 с.

19. Гінзбург М.Д. Українська ділова і фахова мова. Практичний посібник на щодень для студентів. ЦУЛ. 2019. 672 с.

20. Городенська К. Правильно передаваймо слов'янські власні назви. Українська мова. 2019. № 1. С. 73.

21. Гордиловська Г. Проблема стилів в українському мовознавстві. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2013. Вип. 23. С. 136-143.

22. Гриценко Т.Б. Українська мова та культура мовлення: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2015. 536 с.

23. Гуць М.В., Олійник І.Г., Ющук І.П. Українська мова у професійному спілкуванні. Навчальний посібник. Київ: Міжнародна агенція «BeeZone», 2014. 336 с.

24. Ділова риторика як наука. URL: <http://ru.osvita.ua/vnz/reports/rhetoric/30500/>

25. Доценко О. Л. Історія мови українського справочинства: навчальний посібник. Вид. 2-е, доповнене Київ: Альфа Реклама, 2010. 300 с.
26. Дубічинський В.В., Кримець О.М., Чернявська С.М. Словник-мінімум термінів ділової української мови. Харків: НТУ «ХПІ», 2012. 60 с.
27. Завальнюк І., Богатко В. Специфіка вдосконалення мовної та мовленнєвої компетентностей на заняттях із дисципліни «українська мова (за професійним спрямуванням)»: Практичний аспект. URL: <http://surl.li/rvewe>.
28. Загнітко А. П., Данилюк І. Г. Українське ділове мовлення: професійне і непрофесійне спілкування. Донецьк, 2014.
29. Зорівчак Р. Боліти болем слова нашого... Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2015. 296 с.
30. Зубков М. Сучасна українська ділова мова. 2-ге вид., доповнене. Харків: Торсінг, 2012.
31. Зубков М.Г. Сучасна українська ділова мова: Підруч. для вищ. та серед. навч. закладів. 9-те вид., випр. і доп. Харків: ФОП Співак Т. К., 2019. 400с.
32. Карнегі Д. Мистецтво виступати публічно. Київ, 2020.
33. Кірючок О.Г., Корбутяк В.І. Документування у менеджменті: Підручник. Київ: Центр навч. л-ри, 2013. 216 с.
34. Конституція України. URL: <https://www.president.gov.ua/ua/documents/constitution/konstituciya-ukrayini-rozdil-i>
35. Корж А. В. Українська мова професійного спрямування: Навчальний посібник. Київ: Правова єдність, 2019. 293 с.
36. Кочерган М. Вступ до мовознавства. Київ : Академія, 2014. 368 с.
37. Кучеренко І. К. Теоретичні питання граматики української мови: Морфологія. Вінниця: Поділля, 2013. 464 с.
38. Лашенко Р. Лекції по історії українського права. URL: <http://www.library.kr.ua/elmuseum/zem/lecture.html>
39. Мамрак А.В. Українське документування: мова та стиль: Навчальний посібник. Видання третє. Київ: Центр навчальної літератури, 2014. 364 с.

40. Мамрак А.В., Шаров О.І. Українська ділова мова: комп'ютерна версія: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2013. 232 с.
41. Мацюк З., Станкевич Н. Українська мова професійного спрямування : навч. посібник. Київ : Каравела, 2018. 352 с.
42. Митько М. А. Сучасна українська мова. Лексикологія. Матеріали для практичних занять : навчально-методичний посібник. Вінниця : ДонНУ імені Василя Стуса, 2019. 64 с.
43. Михайлюк В. О. Українська мова професійного спілкування: Навчальний посібник. Київ: ВД «Професіонал», 2015. 496 с.
44. Німчук В. В. Літературні мови Київської Русі Історія української культури. Т. 1. URL: <http://litopys.org.ua/istkult/ikult08.htm>
45. Основи ерістики (ведення дискусій). Київ, 2020.
46. Оформлення документів за новим ДСТУ 4163:2020. Відділ кадрів 24: портал. URL: <https://vk24.ua/news/oformlennya-dokumentiv-za-novim-dstu-41632020>.
47. Палеха Ю.І. Документаційне забезпечення управління: Підручник. Київ: МАУП, 2014. 344 с.
48. Пентиліук М. І., Маруніч І. І., Гайдаєнко І. В. Ділове спілкування та культура мовлення : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 224 с.
49. Пилинський М. М. Мовна норма і стиль. Київ: Наукова думка. 2012. 287 с.
50. Півторак Г. Українці: звідки ми і наша мова. Київ: Наукова думка. 2011. С. 164.
51. Прокопчук Л. В. Культура мови. Модульний курс : навчальний посібник для студентів. Вінниця : «фірма «Планер», 2012. 296 с.
52. Селігей П. О. Стильова норма як різновид мовної норми. Наукові записки НаУКМА. 2016. Том 189. С. 83-86.
53. Сербенська О., Білоус М., Дацишин Х. та ін. Антисуржик. Вчимося ввічливо поводитись і правильно говорити / за заг. ред. О. Сербенської : навч. посібник. 2-ге вид., доповн. і перероб. Київ : Априорі, 2019. 304 с.

54. Синтаксис української мови: навчальний посібник / уклад. О. В. Дуденко. Умань: ВПЦ «Візаві», 2015. 208 с.

55. Стадній А., Волошина В. Риторика ділового спілкування. URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/29624/9897.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

56. Теле- і прес-конференція. Мего – інфо – Юридичний портал № 1. URL: <http://surl.li/rviym>.

57. Тимкова В.А., Горобець А.В. Українська мова за професійним спрямуванням: навчальний посібник. Навчальний посібник. Вінниця : ФОП Рогальська І.О., 2020. 308 с.

58. Українська мова за професійним спрямуванням / за ред. Т. В. Симоненко. Київ, 2012. С. 47–55.

59. Українська мова за професійним спрямуванням : навч. посібник. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2016. 436 с.

60. Українська мова. Енциклопедія / Редкол.: Русанівський В. М., Тараненко О. О., Зяблюк М. П. та ін. Київ: Укр. енцикл., 2000. 752 с.

61. Український правопис. Київ: Наукова думка, 2019. 393 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/Pravopys.2019/ukr.pravopys-2019.pdf>.

62. Чорноус О. Класичні підходи до проблеми значення власних назв у зарубіжних дослідженнях. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2020. С. 185–188.

63. Шевельов Ю. Українська літературна мова. *Збірник Харківського історико-філологічного товариства*. URL: <http://www.historians.in.ua/index.php/en/ukrayinska-mova/302-yurii-shevelov-ukrayinska-literaturna-mova>.

64. Шевчук С. В., Клименко І. В. Українська мова за професійним спрямуванням : підручник. За програмою МОНУ. 4-те вид. Київ: Алерта, 2014. 696 с.

65. Шипунов С. Харизматичний оратор. Психологіс: Енциклопедія практичної психології. URL: <http://surl.li/rvioy>.

66. Яковлів А. Українське право: Історичний нарис. Українська культура. Лекції за редакцією Дмитра Антоновича. URL: <http://litopys.org.ua/cultur/cult15.htm>.