

О. Л. Заверюченко

**УСНЕ ТА ПИСЕМНЕ ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ
ЯК ВИДИ ВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ
В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ**

2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

О. Л. Заверющенко

**УСНЕ ТА ПИСЕМНЕ ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ
ЯК ВИДИ ВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ
В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ**

Навчальний посібник

Харків «ХАІ» 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

О. Л. Заверюченко

**УСНЕ ТА ПИСЕМНЕ ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ
ЯК ВИДИ ВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ
В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ**

Навчальний посібник

Харків «ХАІ» 2023

УДК 811.161.2'276.6(075.8)
3-13

Рецензенти: канд. філол. наук, доц. О. М. Кримець,
канд. філол. наук, доц. О. В. Масло

Заверющенко, О. Л.

3-13 Усне та писемне ділове спілкування як види вербальної комунікації в сучасному інформаційному просторі [Електронний ресурс]: навч. посіб. / О. Л. Заверющенко. – Харків : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харків. авіац. ін-т», 2023. – 36 с.

Розглянуто найбільш актуальні питання культури усного та писемного ділового спілкування, покликані допомогти набуттю навичок досконалої вербальної комунікації. Велику увагу приділено особливостям усного мовлення під час ділової телефонної розмови, виголошення публічного виступу, а також наведено поради щодо створення текстів україномовної та англomовної ділової кореспонденції як писемного виду спілкування.

Для викладачів і студентів стаціонарної та заочної форм навчання різних спеціальностей закладів вищої освіти. Посібник може бути корисним усім, хто бажає підвищити свій культуромовний рівень.

Бібліогр.: 43 назви

УДК 811.161.2'276.6(075.8)

© Заверющенко О. Л., 2023
© Національний аерокосмічний
університет ім. М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут», 2023

ПЕРЕДМОВА

Однією з передумов повноцінної підготовки сучасного фахівця є оволодіння ним нормами усного й писемного ділового спілкування, вивчення яких передбачено курсами «Ділова українська мова», «Українська мова за професійним спрямуванням», «Основи обслуговування та спілкування за фахом», «Інформаційна культура професійного спілкування» та ін. На часі дослідження, які допоможуть здобувачеві вищої освіти краще орієнтуватися в будь-якій професійній ситуації, розкритися як особистість, створити свій імідж, користуючися знаннями з ділового етикету, передовсім його вербального аспекту.

Тема «Усне та писемне ділове спілкування» складається з підтем «Поняття мови. Функції мови», «Мова й мовлення. Види мовлення», «Мовленнєва діяльність», «Поняття комунікації. Види комунікації», «Культура спілкування та мовний етикет ділового спілкування», «Мовні етикетні формули», «Мовні кліше в текстах ділових листів».

Сучасний підхід до вивчення мовних тем у закладі вищої освіти ґрунтується на знанні шкільного курсу з мови, культури, історії та етики спілкування. У посібнику подано теоретичні відомості, підібрані з урахуванням технічного спрямування підготовки студентів. Особливу ж цінність пропоноване видання має для студентів гуманітарного профілю.

Матеріал у посібнику згруповано за принципом «від теорії до практики». Після опанування понять *мова, мовлення, культура спілкування, етикет* студент зможе ознайомитися з конкретними правилами мовного етикету в суспільстві, зокрема рекомендаціями щодо того, як правильно вітатися, прощатися, дякувати, звертатися один до одного (згідно з українськими та європейськими етикетними нормами), критикувати один одного, створювати тексти ділової кореспонденції (як в українській, так і в британській традиції), підготуватися до публічного виступу та виголосити його тощо. Наприкінці посібника наведено додаток, який містить словник ділової людини та приклади прийменникових конструкцій. Це допоможе стати культурним і грамотним спеціалістом у сучасному інформаційному просторі. Поради стануть у пригоді не тільки студентам, а й широкому колу читачів.

1. ПОНЯТТЯ МОВИ. ФУНКЦІЇ МОВИ

Мова – складне суспільне явище, що є найважливішим засобом людського спілкування й об'єднання людей у спільноту, самоідентифікації та вираження ментальності нації (етносу), формування й розвитку думки, реалізації духовної культури народу. Мова – неоціненний скарб народу, його коріння й місток у майбутнє.

Мова є тісно пов'язаною із суспільством, і цей зв'язок є обопільним. З одного боку, мова виникає та розвивається в суспільстві, з іншого боку, без мови не було б суспільства. Мова виникла в суспільстві, обслуговує суспільство, є однією з найважливіших ознак суспільства й поза суспільством існувати не може. Оскільки мова не лише обслуговує сферу духовної культури, але й пов'язана з виробництвом, із соціальними відносинами, вона є елементом соціальної сфери.

Основними функціями мови є такі:

1. *Комунікативна*. Мова – найважливіший засіб спілкування людей і забезпечення інформаційних процесів у сучасному суспільстві (у науковій, технічній, політичній, діловій, освітній та інших галузях життя людства).

2. *Експресивна*, яка полягає в тому, що за допомогою мови мовець виражає свій внутрішній світ.

3. *Пізнавальна*. Мова є своєрідним засобом пізнання навколишнього світу. Людина не лише здобуває індивідуальний досвід і знання, а й використовує весь набуток своїх попередників та сучасників, тобто суспільний досвід.

4. *Формування та формулювання думки*. Формулюючи думку, людина мислить мовними формами.

5. *Естетична*. Повідомлення за своєю формою та змістом має задовольняти естетичні почуття адресата.

6. *Імпресивна (апелятивна)*. За допомогою мовної діяльності людина здатна вплинути певним чином на інших учасників акту спілкування.

7. *Номінативна (репрезентативна)*. Усе пізнане людиною одержує від неї свою назву й тільки так існує у свідомості. Мова позначає об'єкти навколишньої діяльності.

8. *Фатична*, яка спрямована на встановлення, підтримання й завершення мовного комунікативного акту.

9. *Емотивна*, яка полягає у вираженні ставлення мовця до змісту повідомлення.

2. МОВА Й МОВЛЕННЯ. ВИДИ МОВЛЕННЯ

Мову в її конкретному виявленні як засіб спілкування називають *мовленням*. Мовлення існує в усній і писемній формах (різновидах). **Усне мовлення** – це звукове мовлення, у якому широко використовують позамовні засоби спілкування: жести, міміку тощо, які надають

висловлюванню відтінок переконливості й емоційності. За допомогою усного мовлення спілкування й обмін думками відбуваються безпосередньо. В усному мовленні вживається побутова й діалектна лексика, слова розмовно-просторічного характеру, своєрідні фразеологізми.

Синтаксична будова усного мовлення характеризується тим, що в ньому здебільшого вживаються прості речення, часто неповні. У складних реченнях переважає сурядний або безсполучниковий зв'язок. Рідко вживаються дієприкметникові й дієприслівникові звороти. Речення усного мовлення часто виходять за межі звичайних синтаксичних конструкцій. За характером спілкування усне мовлення є діалогічним. Звичайна сфера застосування усного мовлення – бесіда, розмова.

Писемне мовлення – це мовлення, зафіксоване на письмі відповідними графічними знаками. Усна та писемна форми мовлення мають свою специфіку в дотриманні норм літературної мови. Так, усне мовлення відрізняється від писемного наявністю:

- спонтанності;
- інтонації, від якої залежить зміст вислову;
- повторів, які використовують з різною метою;
- варіативності вислову.

Усне мовлення є діалогічним, а писемне – монологічним. Відповідно ознаками діалогу є лаконічність, незавершеність, непослідовність, безсполучниковість, широке вживання інтонації, жестів, міміки; монологу – книжна лексика, поширеність висловлювання, завершеність, логічна послідовність, синтаксична оформленість, розгорнута система зв'язних елементів тощо.

Крім того, усне мовлення є первинним щодо писемного. Головна складність в опануванні усного мовлення полягає в необхідності визначати інтуїтивно, на слух доцільність або недоцільність того чи іншого слова, звороту, інтонації, манери висловлювання в кожному конкретному випадку. Усне мовлення кожної людини свідчить про рівень її освіченості, культури. У межах усного мовлення розрізняють звичайно літературне розмовне й розмовно-фамільярне мовлення, у якому зустрічається найбільше відступів від норм.

Без мови неможливе існування будь-якого людського колективу, виробництва, трудової діяльності, творчої праці, де мова реалізується в діловому мовленні. Усне ділове мовлення є різновидом літературного розмовного мовлення. В особливо офіційних, відповідальних монологіях воно наближається до писемного літературного мовлення.

Зовнішнє мовлення – те мовлення, з яким ми звертаємося до інших людей. Воно поділяється на монологічне (усне та писемне) і діалогічне. *Монологічне усне мовлення* відбувається в присутності аудиторії – слухачів. Його метою є певний вплив на аудиторію.

Ознаки монологічного усного мовлення:

1) нечасте використання інформації із ситуації мовлення (замість того, щоб указати на предмет, його описують);

2) більша міра довільності (мовець попередньо визначає зміст і на його основі будує висловлювання);

3) організованість (планування доповіді й окремих висловів заздалегідь);

4) зрозумілість для інших;

5) вільне використання немовних засобів.

Писемне мовлення відбувається без співбесідника або слухача. Цілком визначається суб'єктом – самим мовцем. Викладення інформації повністю спирається на засоби мови (не можна використовувати жести, міміку, паузи тощо). На відміну від усного мовлення, писемне з самого початку потребує свідомого, довільного аналізу засобів його вираження. Це мовлення є максимально довільним і розгорненим.

Діалогічне мовлення є характерним для співбесіди, розмови, передбачає чергування ролей мовця та слухача.

Ознаки діалогічного мовлення:

1) ситуативність (спирається на ситуацію розмови). Значний обсяг інформації є зрозумілим завдяки обізнаності співрозмовників із ситуацією;

2) контекстуальність (кожне чергове висловлення зумовлене попереднім і може бути зрозумілим лише у зв'язку зі сказаним);

3) збільшення значення немовних засобів;

4) спонтанність, реактивність (репліка – це безпосередня реакція на ситуацію або висловлення співбесідника);

5) незначна організованість (наперед увесь діалог не планується, а утворюється під час розмови).

Три перші ознаки свідчать про те, що діалогічне мовлення є *згорненим*, на протилежність *більш розгорненому* – монологічному.

Особливим видом мовленнєвої діяльності є **внутрішнє мовлення**, яке виникає із зовнішнього, характеризується беззвучністю, максимальною згорненістю, ситуативністю, узагальненістю, словесною фрагментарністю, є недосяжним сторонньому спостерігачеві. Цей вид мовлення не є засобом спілкування між людьми, а виконує функцію мислення або підготовки до спілкування. Внутрішнє мовлення – це не просто мовлення «про себе». Воно будується за іншими законами порівняно із зовнішнім. Головне в ньому не те, про що йдеться (тема), а те, що нового повідомляється про цю тему (рема).

Характерною ознакою структури внутрішнього мовлення є його *фрагментарність*, що виявляється в таких рисах, як:

– спрощення речень (пропуск частин речень, мінімальна кількість слів);

– випадіння фонем, насамперед голосних, за типом скорочень;

– чергування слів з образами, подібно, як у дитячій "Абетці" подаються речення, у яких деякі слова замінено на малюнки. При внутрішньому

мовленні відбуваються зовні непомітні, але фіксовані приладами скорочення органів мовлення, що дає змогу вивчати його.

3. МОВЛЕННЄВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Під мовленнєвою діяльністю розуміють процес, коли для спілкування людина використовує мовлення. Існує кілька видів мовленнєвої діяльності:

- говоріння – використання мови для того, щоб щось повідомити;
- аудіювання – сприймання змісту мовлення;
- письмо – фіксація змісту мови на папері або в електронному вигляді;
- читання – сприймання зафіксованої на папері або на електронних носіях інформації.

Усю мовленнєву поведінку при взаємодії орієнтовано на певну вербальну (словесну) або невербальну реакцію співрозмовника (зворотний зв'язок). Мовлення є універсальним засобом комунікації, оскільки під час передавання інформації за допомогою мовлення найменше губиться зміст повідомлення. Однак тут є важливим високий ступінь спільності розуміння ситуації всіма учасниками комунікативного процесу.

Мовлення в конкретній ситуації називається **мовленнєвою поведінкою**, що передбачає усвідомлення людиною особливостей цієї ситуації та своєї ролі в ній, відповідно до якої людина модифікує своє мовлення. Проте навіть у цьому разі для мовця існує вибір сказати так чи інакше, адже словник високорозвиненої мови налічує кількості тисяч слів, тоді як у мовленні використовується лише кілька тисяч. Це забезпечує людині значні можливості вибору: залежно від ситуативної ролі мовець формує свою мовленнєву поведінку, добираючи найбільш влучні слова відповідно до свого культурного й освітнього рівня. Зокрема, ідеться про стиль, тип інтонації, спосіб побудови речень, міміку, жести тощо.

У ситуації спілкування з другом доцільними є розмовний стиль, неповні речення, багатство міміки й жестів. Інша справа, коли роблять наукове повідомлення. Тоді мовлення є насиченим професійними термінами, емоційно-нейтральним. Для нього є доречними повні ускладнені речення, ділова інтонація, обмаль жестів і міміки. Таким чином, немає єдиних норм відносно різних ситуацій мовлення. Використання мовлення відповідно до ситуації свідчить про високий рівень розвитку особистості, достатнє оволодіння нормами поведінки в суспільстві. Високі зразки мовленнєвої поведінки становлять ораторське мистецтво. Науку про красномовство називають риторикою.

4. ПОНЯТТЯ КОМУНІКАЦІЇ. ВИДИ КОМУНІКАЦІЇ. ДІЛОВА КОМУНІКАЦІЯ

Останнім часом усе частіше поняття мовлення замінюють на поняття комунікації (спілкування). Лексема «комунікація» походить від латинського *communico* – «з'єдную» і має такі значення: 1) шляхи сполучення, лінії зв'язку і т. ін.; 2) спілкування, зв'язок (для передавання певної інформації). Комунікація в другому значенні трактується як «спілкування, що ґрунтується на взаєморозумінні; повідомлення інформації від однієї людини до іншої або кількох інших». Звідси походить прикметник *комунікативний* – «що стосується комунікації як спілкування, інформації».

Існує чимала кількість класифікацій комунікації за такими ознаками, як мета, наміри та мотиви учасників (єдиний критерій). В основу однієї з класифікацій покладено знакову систему комунікації. Так, комунікація може бути *вербальною*, коли в ролі знакової системи виступає мова, і *невербальною*, у разі застосування невербальних знакових систем (*екстралінгвістики* – використання в мові пауз, покашлювання, сміху, плачу, позіхань; *паралінгвістики* – характеристик голосу: темпу, тембру, висоти, гучності, наголосів, акцентів; *кінесики* – жестів, міміки, пантоміміки; *контакту очей* – спрямованості руху, частоти контакту, його тривалості; *проксемики* – міжособистісного простору: дистанції, розміщення під час спілкування, *часових характеристик спілкування* – часу спілкування, вчасності його початку тощо).

Фахівці розглядають спілкування як синонімічне комунікації поняття й виділяють такі його види:

- 1) офіційне (ділове) – неофіційне (приватне);
- 2) усне – письмове;
- 3) діалогічне – монологічне;
- 4) міжособистісне – публічне;
- 5) безпосереднє – опосередковане;
- 6) контактне – дистантне.

Ділову комунікацію (ділове спілкування) розуміють як процес обміну інформацією між усіма учасниками комунікативного акту, зокрема при вирішенні проблем управління, на виробництві, у будь-якій організації, установі тощо з метою підвищення ефективності результату діяльності. *Ділове спілкування* – наймасовіший вид спілкування людей у соціумі. Без нього не обійтися у сфері економічних, правових, дипломатичних, комерційних, адміністративних відносин. Ділова комунікація є предметом вивчення багатьох наук: лінгвістики, психології, теорії комунікації тощо. Розрізняють усну та писемну ділову комунікацію. До усної ділової комунікації ставлять такі вимоги:

- точність, логічність, недвозначність у формулюванні думки;
- відповідність між мовними засобами та змістом, обставинами мовлення, стилем викладу;
- уживання сталих словосполучень;

- різноманітність мовних засобів;
- нешаблонність у побудові висловлювання;
- виразність дикції;
- відповідність інтонації мовленнєвій ситуації.

Необхідно, щоб ці вимоги базувалися на знанні літературних норм і відчутті мови.

5. КУЛЬТУРА СПІЛКУВАННЯ ТА МОВНИЙ ЕТИКЕТ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Усне ділове спілкування ґрунтується на розумінні понять *культура мови*, *культура спілкування*, які нерозривно пов'язані між собою. *Культура мови* – це свідоме й критичне використання мовних засобів, володіння нормами усної та писемної літературної мови в різних сферах ділової комунікації відповідно до мети й змісту висловлювання. Розвиток мовної особистості – складний процес. Високої мовної довершеності сягає, як правило, та людина, яка багато працює над оволодінням мовою, прагне правильно говорити, виявляти в мовленні – усному та писемному – свою індивідуальність.

Культура спілкування – багатозначне поняття:

1) це розділ науки, у якому вивчають мовленнєвий бік життя суспільства в певну епоху;

2) нормативність мовлення (додержання в мовленні чинних норм наголосу, вимови, слововживання, стилістики, морфології, словотвору, синтаксису) і мовленнєва майстерність (уміння підібрати точний за значенням, дохідливий, виразний, стилістично доречний мовний засіб, слово, фразеологічну, синтаксичну конструкцію вираження думки).

З поняттям *культура спілкування* тісно пов'язане поняття *етикет*. *Етикет* – це сукупність норм і правил, прийнятих у даному суспільстві в даний момент. Вони можуть мінятися, але їхня сутність залишається незмінною – висловити повагу до іншої людини. Етикет ділового спілкування ґрунтується на таких правилах і нормах поведінки партнерів, колег, які сприяють розвитку співпраці, розв'язанню поставлених проблем, у тому числі зміцненню взаємодовіри, постійному інформуванню партнера щодо своїх намірів і дій, а також запобіганню обману й порушенню взятих зобов'язань.

Мовний етикет – це правила мовленнєвої поведінки, прийняті національним колективом мовців. Мовний етикет ділової комунікації охоплює стійкі формули спілкування (слова, словосполучення, мовні звороти-кліше) у ситуаціях установлення контакту зі співрозмовником, підтримки спілкування в доброзичливій тональності.

До мовних етикетних формул ділового спілкування, які відповідають за культуру спілкування, належать формули звертання, привітання, прощання, вибачення, подяки, поздоровлення, побажання, співчуття,

компліменту, запрошення, прохання, пропозиції, поради, критики та ін. Вони формувалися століттями й тисячоліттями, убираючи в себе особливості ментальності, культури кожного народу. Вербальні комплекси українського етикету, у тому числі ділового спілкування, потрапили в поле зору таких учених, як В. Жайворонок, А. Коваль, О. Пономарів тощо.

Необхідно підкреслити, що за допомогою мовного етикету передається соціальна інформація про мовця (відправника, комунікатора) та його адресата (реципієнта), про те, чи знайомі вони, про взаємини рівності / нерівності за віком, службовим становищем, про їхні особисті стосунки (якщо вони знайомі), про те, за яких обставин (офіційних чи неофіційних) відбувається спілкування тощо.

6. МОВНІ ЕТИКЕТНІ ФОРМУЛИ

Привітання

Важливим компонентом ділового спілкування залишається **привітання**. Якщо раніше чоловік першим повинен був вітати жінку, а молодший – старшого за віком, рангом, то зараз етикет ділових стосунків спростив ці правила: можна вітатися в будь-якому порядку. Однак той, хто заходить до приміщення або підходить до групи людей, виголошує привітання першим. Заходячи до незнайомого офісу, лікарні, навчального закладу тощо, вітаються із секретарем, реєстратором, черговим.

На сучасному етапі розвитку соціальних комунікацій, вітаючися, першим (першою) може подати руку як жінка, так і чоловік, як старший за віком, так і молодший. При цьому при зустрічі жінки за бажанням також подають руки одна одній. Традиція подавати руку при вітанні та знайомстві є дуже давньою й може пояснюватися як прагненням тактильного контакту для більшого зближення, так і намаганням показати, що рука не тримає зброю, тому тримати руки в кишенях, коли вітаються, є неприпустимим. Чоловіки, вітаючися, знімають рукавички, а також можуть знімати й головні убори, що, однак, відходить у минуле. Поцілунки та обійми під час ділових зустрічей не є прийнятими в усіх народів.

Поцілунок між східними політиками став зараз звичним і для європейців. Однак часто це не справжній поцілунок, а лише його імітація, як і поцілунок жіночої руки. Звичай цілувати жінці руку на знак поваги в особливо урочистій ситуації як форма вітання зберігся лише в Польщі та Австрії. Однак це слід робити лише в закритому приміщенні, при цьому чоловік нахилиється в кількох сантиметрах над тильною поверхнею руки жінки, при цьому дивиться на жінку.

Етикетними формулами вітання, які вживаються в діловому спілкуванні, є *«Доброго ранку!»*, *«Добрий день!»*, *«Добридень!»*, *«Добрий вечір!»*, *«Здрастуйте!»*, *«Моє шанування!»*. Фамільярними є привітання типу *«Привіт!»*, *«Салют!»*. Старший може привітати молодшого, а також давні й добрі друзі вітаються: *«Радий Вас бачити! Як справи? Як здоров'я?»*. На

таке привітання звичайно відповідають: «Дякую. Добре (Непогано)», «Усе гаразд», «Прекрасно». Не починають докладно розповідати про свої справи, якщо ситуація не передбачає відповіді на конкретне запитання. Прекрасним доповненням до вербального привітання можна розцінювати добру посмішку, кивання головою.

Мовознавці вважають етикетні вислови фразеологізмами, тобто їхні компоненти не підлягають довільній заміні. Етикетні фрази є чітко регламентованими в українській літературній мові. «Досить часто чуємо неправильні з погляду української граматики форми вітання та прощання в розмовному мовленні, по радіо й телебаченню «Добрий ранок!», «Доброго дня!», «Доброго вечора!», «Доброї ночі!». В українській літературній мові усталилися такі форми: «Доброго ранку!», «Добрий день!» («Добридень!»), «Добрий вечір!» («Добридень!»), «На добраніч!» («Добраніч!»).

Мовні формули, які вживаються в офіційному мовленні, постали з народних етикетних привітань. Відомий український учений, письменник і громадський діяч Яків Головацький у статті «Слова вітання, благословенства, чемності і обичайності у русинів» стверджував, що до визначальних етнопсихологічних особливостей етикетних висловів українського народу належать доброта, сердечність, простота, щирість і ніжність. Мовленнєва поведінка українців відзначається наявністю почуття власної гідності. Названі етнопсихологічні ознаки виявляються на мовному рівні в тому, що семантичним центром багатьох висловів українського етикету є слова з коренями *добр-*, *здоров-*: (*добридень*, *добридень*, *доброго ранку*, *добридень*, *здоров був*, *здорові були*, *доброго здоров'я*, *дай Боже здоров'я*, *здрастуйте*).

Традицію при зустрічі зичити добро має сусідній з українцями слов'янський народ – поляки. Упадає в око спільність польської та української граматичної конструкції: «*Dzień dobry!*» («Доброго ранку!», «Добрий день!»), «*Dobry wieczór!*» («Добрий вечір!»).

Формули мовного етикету закріпилися також у прислів'ях, примовках, фразеологізмах інших народів. В адигів нашому «Здрастуйте!» відповідає багато словесних засобів привітання залежно від того, кого вітають, – чоловіка чи жінку, літню чи юну людину, вершника чи пішого, пастуха чи коваля. Великий арсенал привітань мають монголи, причому ці етикетні вислови обирають залежно від пори року. Восени, наприклад, запитують: «*Чи гладка худоба? Чи добре перебуваєте осінь?*», навесні: «*Чи вдало зустрічаєте весну?*», узимку: «*Як зимуєте?*». Найзагальнішим привітанням є запитання, як ідуть справи, навіть у міських жителів, що є стереотипом, який відбиває кочовий спосіб життя скотарів: «*Як кочуєте? Як ваша скотина?*». Ціла історія народу постає через такі стереотипи.

Звертання

За дипломатичним протоколом, коли вітаються, ім'я та прізвище високих осіб не згадують, лише називають їхні титули на зразок: *Ваша Величносте (Your Majesty)*, *Ваша Королівська Високосте*, або *Ваша Високосте (Your Highness)*. До Надзвичайного й Повноважного посла звертаються *Ваша Ясновельможносте (Your Excellency)*, до католицького кардинала чи папського нунція – *Ваша Святосте (Your Holiness)*, до президента та його дружини – *Пане Президенте* і *Пані + прізвище*. До Патріарха звертаються словами *Ваша Святосте (Ваше Блаженство)*. Фразою *Ваше Блаженство* також можна звертатися й до митрополита, коли він є Главою Церкви. В іншому разі до нього звертаються, використовуючи етикетну фразу *Ваше Високопреосвященство*. У православній традиції залишаються актуальними звертання *отче* + означення на позначення посади на зразок *Всечесний (Всечесніший отче)* та *отче професоре, отче магістре*, якщо священник має вчений ступінь або звання. До священників, які мають ступінь доктора, є звертання *Всесвітліший отче*. Якщо потрібно звернутися до аудиторії, яка складається з осіб, що належать до духовного сану, застосовують загальну фразу-звертання *Шановне духовенство!*

До світського кола прийнято промовляти: *Шановні пані та панове! Шановне (високоповажне) товариство! Шановні члени Вченої ради (комісії)* тощо.

У західноєвропейських країнах прийнято приєднувати до імені звання та посаду (академічний титул), наприклад *пане (гер) докторе Шольц*. Можна пропустити прізвище, якщо звертаються в офіційній обстановці: *пане начальнику поліції [Хаусманн]*, однак це є небажаним. З двох варіантів *гер (фрау) лікарю Меллер* і *гер (фрау) лікарю*, як правило, обирають перший. Відсутність слова *містер (міс, місіс, гер, фрау)* тощо при звертанні може бути розцінено як некоректність. В Австрії та Німеччині жінок можуть називати за званням чоловіка, наприклад: *фрау професор*. Якщо звання носить жінка, то звертання до подружньої пари звучить так: *гер Мюллер і фрау професоре Мюллер*. Якщо звання має чоловік, то це доповнення в звертанні отримує він. У тому разі, коли обоє мають звання доктора (медичних, юридичних та інших наук), до них обох застосовують звертання *докторе*. Останнім часом зазнають змін звертання в церковній сфері. Так, духовних осіб у католицтві називають при звертанні *пане пасторе, пане священнослужителю* поряд з *Ваша Святосте* та *Святий отче*.

Згідно з давньою українською традицією в усному діловому спілкуванні вживають форму звертання, яка складається зі слова *пан (пані)* та імені в кличному відмінку без імені по батькові на зразок *пане Миколо, пані Наталіє*. Більш офіційною є форма звертання, яка містить слово *добродій (добродійка)* в кличному відмінку та прізвище особи, наприклад *добродію Савчук, добродійко Лісова*.

Прощання

Коли **прощаються**, то звичайно говорять: *«До побачення!»*, *«Бувайте здорові!»*, *«Бувай!»*, *«На все добре!»*, *«На добраніч!»*, *«До завтра!»*, *«До скорої зустрічі!»*, *«Прощайте!...»*. Некоректним у діловій обстановці прозвучить: *«Чао!»*, *«Наше вам!»*. Коли люди знають, що прощаються ненадовго, то кажуть: *«Я з Вами не прощаюсь!»*, *«Ми ще побачимось!»*, *«Я ще побачуся з Вами сьогодні!»*, *«До вечора!»*. Прощаючися перед дорогою, бажають: *«Щасливої дороги!...»*. Від літніх людей можна почути традиційне українське побажання гарної дороги: *«У час добрий!»*, яке також не є офіційним. Після ділової зустрічі можна попрощатися таким чином: *«Добре, що ми про все домовилися!»*, *«Дякую за цінні поради, за нову інформацію!»*, *«Дякую, що вислухали мене!»*, *«Дякую, що знайшли час зустрітися зі мною!»*.

Прохання. Відповідь на прохання

Якщо **просять** про якусь послугу за обставин ділового спілкування, то доречними будуть такі етикетні форми: *«Прошу Вас...»*, *«Дуже прошу Вас...»*, *«Будьте люб'язні...»*, *«Будьте [такі] ласкаві...»*, *«Будь ласка...»*, *«Зробіть ласку...»*, *«Учиніть ласку...»*, *«Дозвольте...»*, *«Мені б хотілося попросити Вас...»*, *«Чи можу я попросити Вас...»*, *«Вам не важко буде...»*, *«Чи не могли б Ви...»*. Слід уникати категоричних прохань типу: *«Я попросив би Вас...»*. На прохання **відповідають** у разі погодження: *«Прошу»*, *«Будьте ласкаві»*, *«Будь ласка»*. Є ситуації, у яких відмова супроводжує відповідь, тоді коректними будуть фрази: *«На жаль, не можу...»*, *«Мені дуже шкода, але...»*, *«Шкодную, що не зміг...»*. Ще толерантніше звучать такі формули: *«Із задоволенням, але...»*, *«Охоче, але...»*, *«Мені незручно відмовляти, але...»*, *«Я радий би дозволити, але...»*. Неприйнятними є формули категоричної відмови, які неприємно вразять співрозмовника, особливо підлеглого: *«Ні за що!»*, *«Абсолютно неможливо!»*, *«Я категорично забороняю!»*.

Порада

Нерідко колеги дають **поради** один одному. Як зробити це тактовно, не принижуючи гідності людини й не нав'язуючи їй свої думки? Для цього користуються фразами: *«Дозвольте порадити Вам...»*, *«Дозвольте дати Вам пораду...»*, *«Я порадив би Вам...»*, *«Чи можу я дати Вам пораду...»*, *«Може, Вам слід було б...»*. Не рекомендовано вживати категоричні форми поради типу: *«Я дуже раджу Вам...»*, *«Я наполегливо раджу Вам...»*, *«Моя Вам остаточна й недвозначна порада...»*. Слід бути дуже обережним у формулюваннях, щоб не порушити душевний спокій співрозмовника й водночас конкретно висловити свою позицію з якогось питання.

Вибачення

Іноді ситуація потребує **вибачення** за якесь необережне слово чи дію. У цьому разі послуговуються такими формулами: «Пробачте!», «Даруйте!», «Пробачте, будь ласка!», «Даруйте мені, прошу!», «[Я] перепошую!», «Пробачте, прошу!», «Будьте вибачливі до мене!». За потреби вживають також і більш увічливі форми: «Дозвольте мені попросити пробачення перед Вами!», «Я не можу не попросити пробачення перед Вами!», «Я хочу просити у Вас пробачення!». Якщо знають, що потурбували зайняту своїми справами людину, то кажуть: «Прошу (прохаю) мені вибачити (пробачити), що потурбував (за турботи, за клопіт)». Однак коли це відбувається в діловій обстановці й посадовець має за обов'язок прийняти відвідувача, то вибачення вважають зайвими. Ненормативним є слово *пробачаюся*, оскільки це означає «пробачаю собі».

Подяка. Відповідь на подяку

Після зробленої дрібної послуги в офіційному спілкуванні прийнято висловлювати **подяку**: «Дякую Вам», «Спасибі». За більш значну послугу дякують так: «Прийміть мою щирю вдячність...», «Дозвольте висловити Вам подяку...», «Дуже вдячний за Вашу турботу...», «Щиро вдячний і зворушений Вашою увагою...», «Це дуже люб'язно з Вашого боку, спасибі...», «Не знаю, як Вам і дякувати...», «Спасибі, Ви дуже люб'язні!», «Дякую, Ви так багато зробили для мене!», «Спасибі, я Вам так зобов'язаний!», «Як же мені віддячити за Вашу допомогу?», «Спасибі Вам велике!». Не можна замінювати українську граматичну форму «Дякую Вам» на «Дякую Вас» під впливом російської граматичної форми. Помилки такого типу свідчать про недосконале володіння обома мовами. Коли **відповідають** на подяку, то кажуть: «Немає за що», «Немає за віщо», коли послуга була дрібною. Можна відповісти й так: «Прошу», «Будь ласка», «Радий (рада) допомогти».

Побажання. Відповідь на побажання

Діловий етикет вимагає від людини бути ввічливою, коли вручають подарунки. **Даруючи** щось на згадку, промовляють: «Прийміть мій скромний подарунок», «Ось Вам подарунок від мене», «Це Вам від мене», «Це Вам на згадку», «З нагоди Вашого ювілею дозвольте Вам подарувати...». При цьому виголошують **побажання**: «Бажаю (зичу) Вам усього найкращого (щастя, здоров'я, успіхів)», «Хай щастить!». Залежно від ситуації використовують також і більш урочисті побажання на зразок: «Прийміть мої найкращі (найщиріші, найтепліші, сердечні, гарячі, щирі) побажання!», «Дозвольте побажати Вам успіхів (щастя, перемоги

в змаганнях...))». **Відповідають** на побажання словами: «Дякую!», «Спасибі!», «Дякую за побажання!», «Сподіваюся, що Ваші побажання здійсняться!» або теж побажаннями: «І Вам бажаю щастя!», «Вам теж бажаю успіхів!».

Співчуття. Відповідь на співчуття

Співчуття з приводу смерті близьких людей чи колег висловлюють обов'язково особисто (по телефону й листівкою не прийнято, можна листом). Обирають одну з узвичаєних фраз: «*Прийміть моє найщиріше співчуття...*», «*Дозвольте висловити Вам...*», «*Прошу прийняти мої найщиріші співчуття...*», «*Я хотів би висловити Вам...*», «*Я розумію Ваше горе...*», «*Я сумую разом з Вами...*». У **відповідь** звичайно кажуть: «Дякую», «Дякую за співчуття».

Комплімент. Відповідь на комплімент

Треба вміти зробити людині **комплімент**, якщо вона заслуговує на це. Можна похвалити людину за успіхи на роботі, добрий вчинок, гарний зовнішній вигляд, сказати добре слово про дітей тощо: «*Ви прекрасно виступили з доповіддю!*», «*З Вами так цікаво розмовляти!*», «*Приємно бачити, як Ви посвіжішали!*», «*Ви можете пишатися своїми дітьми!*». Комплімент повинен бути щирим, інакше його можуть сприйняти як образу. Залежно від змісту компліменту **відповідають**: «Спасибі!», «Дякую за комплімент!», «Спасибі, але Ви явно перебільшуєте!», «Я радий це чути», «Мені приємно почути це від Вас», «Я це саме можу сказати й про Вас».

Запрошення

Якщо **запрошують** до гостини, то привітно говорять: «*Просимо завітати!*», «*Сердечно просимо!*». За таке запрошення звичайно дякують. Коли не можуть прийняти запрошення, то чемно відмовляються, попередньо попросивши вибачення.

Знайомство. Представлення

Коли хочуть **познайомити** незнайомих між собою людей, то звичайно називають їхні прізвища, імена, за потреби – посади. При цьому промовляють: «*Познайомтеся, будь ласка, це...*», «*Дозвольте познайомити Вас. Це...*». На це відповідають: «*Дуже приємно! Я радий з Вами познайомитися!*» або «*Дуже радий, що знайомство нарешті відбулося*». За діловим етикетом є дозволеним також і простіший варіант, наприклад: «Пан Антоненко – пан Миколайчук» або можна уточнити інформацію про людей типу «Пан Антоненко, директор школи, – пан Миколайчук, інспектор». Не всі дослідники мовного етикету вважають, що

фрази типу *«Дуже радий», «Дуже приємно»* тощо в цьому разі є сучасними. Кращою формою відповіді буде *«Добрий день»* і прізвище (ім'я) людини.

При знайомстві людей різної статі, різного статусу, зокрема чоловіка й жінки, старшого й меншого за віком, рангом, першим представляють чоловіка жінці, потім називають жінку, відповідно прізвище молодшої особи, потім прізвище старшої.

Не буде помилкою представитися самому, коли під час ділового прийому зустрічається одночасно багато незнайомих між собою людей. Якщо людина представляється сама, то каже: *«Дозвольте з Вами познайомитися!»*, *«Дозвольте відрекомендуватися!»*, *«Дозвольте представитися!»*. Потім додає, як правило, свої ім'я та прізвище або, коли потрібно це робити багаторазово, наприклад на прийомі, тільки прізвище на зразок: *«Мене звати Ірина Степаненко»*, або *«Я Микола Ващук»*, або *«Моє прізвище – Білорус»*.

Якщо особа знайомиться з групою людей у діловому товаристві, то кожний по черзі подає руку й називає себе. Коли товариство вже сидить за столом, то сьогодні, як і раніше, прийнято, щоб чоловіки вставали при знайомстві з жінками, за винятком чоловіків надто поважного віку й тих, кому важко піднятися за станом здоров'я, зокрема через травму. Жінка сама може вирішувати, чи вставати їй при знайомстві як з жінкою, так і з чоловіком.

За столом прийнято бажати: *«Смачного!»*. Виходячи з-за столу, звичайно кажуть: *«Дякую»*.

Ділова телефонна розмова

Під час ведення ділової телефонної розмови запитання й прохання формулюють тактовно та люб'язно: *«Чи не могли б Ви запросити до телефона...?»*, *«Будь ласка, покличте...»*, *«Чи можу я поговорити з ...?»*. Не можна зберігати мовчання під час телефонної розмови, треба підтримувати контакт за допомогою коротких фраз: *«Так»*, *«Я Вас зрозумів»*, *«Добре»*. Вони є необхідними, щоб у співрозмовника не виникло відчуття, що вас роз'єднали або що Ви зневажаєте його думку. Повторення й уточнення дають гарантію того, що Вас зрозуміли: *«Отже, ми з вами вирішили...»*, *«Повторіть, будь ласка, число...»*, *«Будьте ласкаві, уточніть номер квитанції...»*.

За умови виникнення фонетичного комунікативного бар'єра, пов'язаного з технічними причинами або з людським чинником, коли виникає непорозуміння між співрозмовниками, рекомендовано ввічливо перепитати: *«Пробачте, що Ви сказали?»*, *«Перепрошую, я не почув Ваших останніх слів. Чи могли б Ви повторити сказане?»*.

Питання чітко формулюють, першою фразою намагаються зацікавити співрозмовника. При обговоренні кількох питань по черзі закінчують

вирішення кожного з них і переходять до наступного. Для того, щоб відділити одне питання від іншого, доцільно вживати фрази: «Отже, це питання ми вирішили», «Чи можу я вважати, що з цього питання ми досягли згоди?».

7. МОВНІ КЛІШЕ В ТЕКСТАХ ДІЛОВИХ ЛИСТІВ

Документ як основний вид писемного ділового мовлення має свої релевантні ознаки, до яких відносять нейтральний тон викладу подій, відсутність експресивної лексики, наявність реквізитів, поділ тексту на частини, уживання канцелярської лексики.

Беззаперечно, доцільним є використання мовних кліше (канцеляритів, штампів) у текстах ділових паперів, зокрема листів. Такі утворення можна кваліфікувати як фразеологізовані словосполучення, що є поєднанням слів з цілісним змістом, який виникає шляхом послаблення прямих лексичних значень і синтаксичних відношень їхніх компонентів. Найчастіше мовні кліше утворюють на основі лексики ділових документів.

Такі дослідники, а також укладачі українсько-російських та російсько-українських словників, довідників усталених виразів української мови, як І. Вирган та М. Пилинська, С. Головащук, В. Калашник та Ж. Колоїз, В. Ужченко та інші, під сталими виразами розуміють стилістично нейтральні лексичні одиниці, які можуть бути словосполученнями, вставними словосполученнями, постійними порівняльними зворотами, широковідомими складеними термінами, прийменниковими конструкціями, фраземами або фразеологічними одиницями, структурно тотожними з нефразеологізованими словосполученнями та простими реченнями.

Так, наприклад, у текстах україномовної ділової кореспонденції широкого розголосу набули фразеологізовані сполуки типу *змушені попередити Вас, відповісти якомога швидше, надати взаємну послугу*. Серед них є такі, що вживають в певних видах листів: *просимо врахувати* (рекомендаційний лист), *доводимо до вашого відома* (лист-відповідь), *будемо [вельми] вдячні* (лист-запит, лист-прохання, лист-претензія), *маємо повідомити* (лист-повідомлення) та ін. Такі утворення можуть виконувати комунікативну функцію.

Штампи для викладу мотивів прийнятих дій:

*на Ваше прохання...,
згідно з постановою Міністерства...,
у порядку обміну досвідом...,
з метою подальшого розвитку...,
у разі крайньої необхідності.*

Штампи відмови:

*Ваше прохання не може бути задоволене з таких причин...,
На жаль, задовольнити Ваше прохання неможливо...,
На жаль, ми не можемо задовольнити Ваше прохання.*

Штampi попередження:

Після закінчення терміну... втрачає силу.

Штampi гарантії:

Гарантує якість... протягом строку...

Мовні кліше в текстах україномовних та англomовних ділових листів

Англomовні листи містять аналогічні до українських мовних кліше так звані *idioms, colloquial English* на зразок *As long as / provided that these recommendations are taken into consideration...* (За умови, що ці рекомендації враховано...). Уживати канцелярити прийнято як в англomовній, так і в українomовній діловій практиці: *I was concerned to learn about your dissatisfaction with...* (Я був стурбований Вашим незадоволенням щодо...); *I apologise again for any inconvenience caused by...* (Я прошу вибачення ще раз за незручності, заподіяні...) тощо.

Особливу увагу слід звернути на активне застосування канцелярської лексики та фразеологізованих сполук під час написання тексту ділових листів. Початок тексту ділового листа є стандартизованим в обох традиціях, як в українській, так і британській. Залежно від виду ділової кореспонденції (інформаційний лист, лист-прохання й відповідь на нього, лист-нагадування, лист-підтвердження, лист-запрошення, лист-представлення, лист-співчуття), текст може починатися типізованими фразами-кліше. У вітчизняному варіанті текст офіційного листа починають з кліше «*прошу* плюс інфінітив». Зокрема, у листі-проханні обирають такий початок тексту: *просимо надіслати, просимо Вас надати, просимо [письмово] повідомити, просимо Вас надати інформацію, просимо Вас забронювати, просимо Вас зачекати, звертаємося до Вас із проханням, просимо Вас відповісти*. Лист-претензія потребує такого початку: *просимо негайно оплатити рахунок, просимо негайно здійснити постачання*. Такі утворення виконують комунікативну функцію.

Текст англomовного листа-заявки щодо претендування на посаду (*letter of application for a job*) починають типовою фразою *I am writing to apply for the position of...* (Я пишу, щоб подати заявку на обіймання посади...). Це речення-кліше має варіант *I am writing to apply for the job...* (Я пишу, щоб подати заявку на роботу...). Стандартизований початок має також текст листа-скарги (*letter of complaint*): *I am writing to complain about...* (Я пишу, щоб поскаржитися на...). Текст листа-вибачення у відповідь на скаргу (*letter of apologise*) британська традиція рекомендує починати з *I am writing on behalf of... in relation to...* (Я пишу від імені... щодо...).

Для інформаційного листа це може бути початок речення, де привертають увагу читача відповідною формулою на зразок: *I am writing to draw your attention to...* (Я пишу, щоб привернути Вашу увагу до...), *It has come to our attention that ...* (Нам стало відомо, що ...), *A couple of*

upcoming events to draw your attention to:... (Пара майбутніх подій, на які варто звернути Вашу увагу:...). Як варіант можна розглядати початкове речення тексту листа, у якому автор безпосередньо вказує на те, що хоче поінформувати адресата про щось, наприклад: *I am writing to inform you that ...* (Я пишу, щоб повідомити Вам, що ...), *We are pleased to inform you that...* (Ми раді повідомити Вам, що...), *Following my email last night, I am writing to inform you that...* (Після мого електронного листа вчора ввечері я пишу, щоб повідомити Вам, що...), *I am writing today to share information about...* (Я пишу сьогодні, щоб поділитися інформацією про ...).

Третій варіант початку інформаційного англійського листа є подібним до перших двох і має відмінність лише у формулюванні думки за допомогою інших граматичних засобів (замість *поінформувати* – *дати знати про щось, розповісти, повідомити*): *I am writing to let you know that...* (Я пишу, щоб повідомити Вам, що...), *Just an email to let you know that...* (Це просто електронний лист, щоб повідомити Вам, що...), *This is to let you know that...* (Це для того, щоб повідомити Вам, що...), *We are pleased to tell you that...* (Ми раді повідомити Вам, що...), *I am delighted to report that (I am delighted that...)* (Я радий повідомити про це (я радий, що...)).

Ураховуючи британську етикетну традицію, текст листа може містити ввічливі вирази на кшталт: *We are happy to inform you that your booking has been processed successfully* (Ми раді повідомити Вам, що Ваше бронювання успішно оброблено...), *I am writing out of courtesy to let you know that...* (Я пишу з ввічливості, щоб повідомити Вам, що...).

Цікавим варіантом вступної частини інформаційного ділового листа є вказівка на те, що адресат хоче оновити деякі дані (ознайомити з деякими даними): *I am writing to update you with...* (Я пишу, щоб повідомити Вам про це...). Початок листа є вступною частиною до основної інформації, тому формальне перше речення з посиланням на попередні події є повідомленням про нові факти: *As you may be aware,...*, *As you are aware,...* (Як Ви, можливо, знаєте,..., Як Вам відомо,...).

Лист-прохання про підтвердження зазвичай починають таким чином: *I would be grateful if you could respond by Monday 21st November to confirm...* (Я буду вдячний, якщо Ви відповісте до понеділка, 21 листопада, щоб підтвердити...). Прохання про підтвердження отримання електронного листа може бути сформульовано реченням, подібним до цього: *In the meantime I would be grateful if you would acknowledge receipt of this email* (Тимчасом я буду вдячний, якщо Ви підтвердите отримання цього електронного листа). Відповідь на лист-прохання про підтвердження зазвичай очікують у вигляді електронного листа: *Should you wish to attend please will you let us know by emailing...* (Якщо Ви бажаєте взяти участь, будь ласка, повідомте нам про це електронною поштою...).

Лист-нагадування розпочинають фразами на зразок: *This is just to remind you that..., Just a reminder...* (Це лише для того, щоб нагадати, що..., Нагадуємо...). Таке нагадування може містити прохання надати

згоду або відхилити: *This is a reminder to submit a consent or decline for...* (Це нагадування про необхідність надати згоду або відхилити...). Це може бути ввічливе нагадування про повернення чогось, узятого в борг: *This is a courtesy notice to remind you that the item(s) listed below, which you have on loan, are due soon* (Це повідомлення ввічливості, щоб нагадати вам, що перелічені нижче речі, які Ви позичили, може бути повернуто найближчим часом).

У листі-підтвердженні типізованою є початкова фраза на зразок: *I can confirm that...* (*Further to my previous email, I can now confirm that ...*) (Можу підтвердити, що... (На додаток до мого попереднього листа, тепер я можу підтвердити, що...)). Це речення може бути поширеним етикетною формулою: *I am pleased to confirm that...* (Я радий це підтвердити...). Для підтвердження отримання замовлення обирають такі варіанти речень: *We have received your order and it's currently being processed.*

Thank you for booking with Your Leisure

(Ми отримали ваше замовлення, і зараз воно обробляється.

Дякуємо, що забронювали у Your Leisure).

Щоб представити себе, у ділових листах використовують фразу *I am writing to introduce myself to you as...* (Я пишу, щоб представитися Вам як...). Лист-запрошення, як правило, розпочинають мовними конструкціями, що супроводжують виразами для висловлення найщиріших і найтепліших емоцій: *I have great pleasure in inviting you to...; You are warmly invited to attend our concert on Friday 25th November, 7.00pm – 8.00pm in Taylor Hall. You are cordially invited to the Kirby production of 'A Christmas Carol' by Charles Dickens* (Я з величезним задоволенням запрошую Вас на...; Запрошуємо вас відвідати наш концерт у п'ятницю, 25 листопада, з 19:00 до 20:00 у Тейлор-холі. Вас сердечно запрошують на постановку Кербі «Різдвяна пісня» Чарльза Діккенса).

Офіційний лист-співчуття з приводу втрати високопоставленої особи, у даному разі Її Величності Королеви Єлизавети II, починається з висловлення найщирішого співчуття громаді: *As a community, I am sure that we all offer our sincere condolences, thoughts and prayers to the Royal Family and the nation, following the news of the passing of Her Majesty Queen Elizabeth II* (Як спільнота, я впевнений, ми всі висловлюємо наші щирі співчуття, думки та молитви королівській родині та нації після звістки про смерть Її Величності Королеви Єлизавети II).

Зазвичай після викладу основної інформації головна частина інформаційного листа закінчується однією з усталених фраз, які заохочують адресата до подальшого спілкування (співпраці), підтримки зв'язку, відповіді на запитання (запити), надання додаткової інформації: *If you have any questions, or require any further information, please do not hesitate to contact me* (Якщо у Вас виникли запитання або Вам потрібна додаткова інформація, будь ласка, не соромтеся звертатися до мене), *If you require any further information in the meantime, please do not hesitate to*

contact me (Якщо Вам потрібна додаткова інформація, будь ласка, не соромтеся зв'язатися зі мною...), If you have any questions relating to this event, please do not hesitate to contact me (Якщо у Вас виникли запитання щодо цієї події, будь ласка, не соромтеся звертатися до мене), If you have any questions/queries please contact me on.... (Якщо у Вас виникли запитання, будь ласка, зв'яжіться зі мною на...), If you require any further information please do not hesitate to contact me by email (Якщо Вам потрібна додаткова інформація, будь ласка, не соромтеся зв'язатися зі мною електронною поштою), Should you have any questions or concerns about any of the topics covered, please do not hesitate to contact me (Якщо у Вас виникнуть запитання чи сумніви щодо будь-якої з розглянутих тем, будь ласка, не соромтеся звертатися до мене...), Any queries please let me know. I hope that you find this information useful (Якщо у Вас виникнуть будь-які запитання, будь ласка, дайте мені знати. Сподіваюся, що ця інформація буде для вас корисною).

Особливістю електронної кореспонденції є прикріплені документи, які призначено для перегляду адресатом. За їх наявності в основній частині листа зосереджують на цьому увагу читача: *Please see attached letter with details of... Please find attached the following documents for your reference: ... (Будь ласка, перегляньте лист, що додається, з детальною інформацією про... Будь ласка, ознайомтеся з такими документами для довідки: ...).*

Текст електронного листа може містити вибачення за незручності: *Sorry for any inconvenience... (Вибачте за можливі незручності...), Apologies for any inconvenience caused (Приносимо вибачення за можливі незручності),* повторне надсилання: *Apologies if you have already received this message, some emails didn't reach recipients yesterday so we wanted to re-send for confirmation (Перепрошуємо, якщо Ви вже отримали це повідомлення, деякі листи не дійшли до одержувачів вчора, тому ми хотіли надіслати їх повторно для підтвердження); помилку: Apologies for the confusion (Приносимо вибачення за плутанину).* Наприкінці тексту листа британці зазвичай пишуть: *I look forward to hearing from you (Я з нетерпінням чекаю на Вашу відповідь).* Це може бути подяка за розгляд інформації: *Thank you for considering this and I look forward to hearing from you (Дякую, що розглянули це, і я з нетерпінням чекаю на Вашу відповідь).*

У кінцевій частині ділового листа трафаретними є фрази типу *I look forward to hearing from you... (Я чекаю з нетерпінням почути від Вас...), I look forward to receiving your reply at your earliest convenience (Я чекаю з нетерпінням на Вашу відповідь якнайшвидше).*

Текст британського ділового листа має високий ступінь стандартизації, типізації речень, зокрема на початку й у кінці тексту, характеризується наявністю великої кількості мовних штампів, кліше, що пояснюється традицією та часто залежить від виду ділової кореспонденції.

Отже, стандартизовані сполуки, які часто називають фразеологізованими складниками текстів офіційно-ділового стилю, надають україномовним та англomовним листам стандартизованості, уніфікованості, точності, однозначності, однотипності, офіційного характеру, прискорюють процес виготовлення документів, полегшують сприйняття їхніх текстів.

8. ПУБЛІЧНИЙ ВИСТУП. ЖАНРИ ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ

Публічний виступ – це усне монологічне висловлення, що використовується як форма спілкування мовця з колективом, слухачем і характеризується спеціальними засобами впливу на аудиторію. Він співвідноситься з поняттями «ораторський стиль», «красномовство», «риторика». У певних жанрових різновидах публічний виступ є близьким до публіцистичного стилю. Кожний виступ має певну мету: інформувати, переконати або створити певний настрій у слухачів.

Інформативними найчастіше бувають звіти, доповіді, лекції. Будують їх звичайно за схемою, яка існує ще з часів Давнього Риму: що; для чого; як, у який спосіб. У вступі ставиться проблема, окремі її складники. Виклад будують від простого до складного. Закінчення містить як теоретичні висновки, так і практичні пропозиції.

Переконання є прямою або опосередкованою метою інформаційних звітів, доповідей, лекцій. Обговорення певної теоретичної чи практичної проблеми також може мати на меті переконати когось. Промовець ставить перед собою завдання переконати аудиторію, звертаючись і до розуму, і до почуттів своїх слухачів.

8.1. Доповідь

Залежно від змісту, призначення, способу проголошення та обставин спілкування виділяють такі найпоширеніші жанри публічного мовлення: доповідь, промова, лекція, бесіда, а також дискусію. У сфері ділового спілкування найчастіше використовують такі жанри, як доповідь і промову. Визначальна вимога до всіх жанрів публічної мови – дотримуватися повноти й правильності вимови (орфоепічні норми) й орієнтуватися на донесення до слухача змісту повідомлюваного, у зв'язку з цим дбати про чітку артикуляцію, дикцію, звукову силу, темп, ритм, паузи.

Доповідь – це розгорнуте повідомлення на певну тему з метою сформулювати думку слухачів про порушені питання, визначити характер подальших практичних дій. У доповіді аналізують проблеми, наводять відомості, ставлять завдання, дають рекомендації й оцінку діяльності колективу. Доповіді поділяють на ділові, звітні, політичні та ін. види.

Ділова доповідь – це діловий документ, який містить виклад певних питань обов'язково з висновками та пропозиціями. На відміну від інших

ділових паперів така доповідь призначена для усного виголошення (її здебільшого читають). Ділова доповідь є значною за обсягом інформації та розрахованою на обізнаних слухачів. У ній ставлять і пропонують для розв'язання актуальні в певній галузі проблеми й визначають практичну мету. Така доповідь містить великий фактичний матеріал, тому найчастіше її заздалегідь друкують і роздають учасникам зібрання. Особливістю ділової доповіді є те, що її текст може бути предметом обговорення, зазнавати критики, його можуть доповнювати новими положеннями тощо.

Звітна доповідь за своєю будовою нагадує письмовий звіт. У ній наводять результати роботи підприємства чи організації за певний період, а також формують перспективи розвитку. Цей публічний виступ є особливо важливим і відповідальним, адже доповідач повинен правдиво, об'єктивно висвітлити факти й переконати слухачів у необхідності певних висновків і пропозицій. Звітну доповідь не лише обговорюють, а й схвалюють учасники зборів. До окремих її частин може бути внесено корективи. Звичайно після обговорення такої доповіді приймають рішення – програму майбутніх дій.

Виступ після доповіді переважно є коротким, фрагментарним за своїм характером: доповідач торкається кількох питань, висвітлених у доповіді, й оформлює свій виступ найчастіше не як єдине ціле, а як набір реплік. Полемічність, критичне спрямування, лаконізм – характерні риси такого виступу. Він не має самостійного значення; зрозуміти його можна лише у зв'язку з проблемою, що обговорюють. Проте й у такому короткому виступі досвідчений працівник – знавець своєї справи та добрий оратор – зуміє показати й глибину професійної думки, і мовну майстерність, і повагу до учасників зборів (хоча б через лаконізм свого виступу).

8.2. Промова

Промова – це усний виступ з метою висвітлення певної інформації та впливу на розум, почуття й волю слухачів на службових нарадах, під час дискусії, на урочистих зустрічах, презентаціях, тому існують такі вимоги до промови: логічна чіткість, емоційна насиченість, вольові імпульси. Промова відрізняється від інших жанрів публічного виступу наявністю низки рис: емоційністю, чіткістю поставлених проблем, насиченістю, конкретністю, дієвістю, а також стислими часовими межами. Виділяють кілька видів промови.

Мітингова промова звичайно має гостре політичне спрямування. Вона є злободенною, стосується суспільно значущої проблеми. Найчастіше на мітингах виступає не один, а кілька ораторів, кожний зі своєю промовою. Мітингова промова переважно має гарячий, закличний характер. Оратор звертається насамперед до почуттів своїх слухачів. Навіть якщо він вдається до своїх записів, його виступ повинен відзначатися яскравою емоційністю, граничною напруженістю інтонацій і високим пафосом.

Тематика такої промови, як правило, не є новою для слухачів, тому завдання оратора полягає у виявленні нових аспектів теми, підкріпленні сказаного новими фактами, щоб відоме сприймалося по-новому. Залежно від того, чи ця промова є імпровізованою, чи підготовленою й навіть заздалегідь написаною, вона має містити більше чи менше рис розмовного мовлення.

Інформаційну промову (повідомлення) виголошують під час наради. Звичайно це актуальне повідомлення, що дає нове уявлення про розглянутий предмет чи явище, гіпотезу розв'язання проблеми.

Ділова промова відзначається більшою стриманістю в проявах емоцій, орієнтацією на логічний, а не на емоційний її вплив, аргументованістю.

Виступ на зборах при обговоренні якоїсь проблеми не слід повністю готувати заздалегідь, бо важко передбачити розвиток дискусії. Виступаючи на зборах або нараді з короткою промовою, не слід робити великого вступу, оскільки іноді від такої «промови» залишається тільки «шапка», а на все інше часу вже не вистачить.

Ювілейну (привітальну) промову звичайно присвячують якійсь даті (ювілею установи чи окремої особи). Цей тип промови характеризується святковістю, урочистістю, адже це своєрідний підсумок періоду діяльності. Головне завдання цієї промови – створити піднесений, святковий настрій, надихнути слухачів. Привітальна промова зазвичай має таку структуру:

- 1) звертання, слова вітання;
- 2) коротка характеристика події;
- 3) успіхи й досягнення, перспективи;
- 4) побажання.

Якщо відзначають ювілей окремої особи, то промови звичайно є короткими, урочистими, пафосними, а водночас і сердечними, дружніми; у них є схвальні відгуки про ювіляра, добрі побажання. У таких промовах бажаними є жарти, дотепне підкреслення якихось рис ювіляра, спогади про цікаві факти з його біографії. Саме тут доречно застосувати експромти, імпровізації. Дотримуються невимушеної, безпосередньої манери виголошення.

На презентаціях, зборах виголошують *торгову промову*. Історія її виникнення пов'язана із закликами глашатаїв, що ходили вулицями Стародавніх Афін і повідомляли про продаж рабів, худоби, виробів. Відомими також є старі жанри усної реклами Київської Русі – закликання, вигуки, гострослів'я. У них як засіб залучення уваги використовували римування й мовну гру. Серед вуличних торговельників-балакунів у містах особливо вирізнялися продавці газет і книг. Цікаво, що в наш час усна торгова реклама повертається. На вулицях сучасних населених пунктів усе частіше звучать голоси людей, що розхвалюють товар, закликаючи покупців.

Мета торгової промови – цілеспрямований вплив на увагу, пам'ять, емоції, пізнання слухачів. Ця мета зумовлює зміст і мову рекламного

тексту. У ньому яскравими мовними засобами, наочно характеризують дві-три найважливіші якості товару чи послуги, підкреслюють їхні унікальні риси, переваги, які вони дають споживачеві. Доцільно говорити про результат, наводити аргументи, постійно повторюючи основні з них. Висловлення має бути побудовано у формі доброзичливої поради.

8.3. Етапи підготовки та проведення публічного виступу

В основі класичної схеми публічного виступу лежать п'ять етапів: добір необхідного матеріалу, змісту публічного виступу; складання плану, розподіл зібраного матеріалу в необхідній логічній послідовності; мовне оброблення матеріалу; запам'ятовування матеріалу; виголошення матеріалу.

Сьогодні в ораторській діяльності виділяють три основні етапи підготовки та проведення публічного виступу:

1) докомунікативний етап, який містить визначення теми й мети виступу, оцінювання аудиторії й обстановки, добір матеріалу, створення тексту, репетицію;

2) комунікативний етап, до якого відносять проголошення промови, відповіді на запитання, ведення полеміки;

3) посткомунікативний етап.

Докомунікативний етап

Антична риторика винятково великого значення надавала підготовці публічного виступу. Греки говорили, що промови Демосфена промащені олією нічної лампади, при світлі якої він їх складав. Підготовка до будь-якого публічного виступу починається з визначення його теми й мети. Тему визначає або сам автор, або ті, хто запрошує його виголосити промову. Назва виступу має бути зрозумілою, чіткою, за можливості короткою, відбивати зміст промови й привертати увагу слухачів, наприклад: «Чи потрібні нам атомні електростанції?», «Стан охорони праці й техніки безпеки», «Про підготовку до проведення сертифікації виробів».

При розробленні порядку денного для нарад необхідно звертати особливу увагу на формулювання тем доповідей і повідомлень. Вони повинні бути зорієнтовані на участь в обговоренні конкретних проблем. Тому доцільно «розшифровувати» пункт порядку денного «Різне»: людина буде мати можливість заздалегідь підготувати й продумати свій виступ. Деякі промови не мають назв – привітальна, мітингова та ін.

Починаючи розробляти текст, необхідно визначити *мету* виступу. Оратор має ясно уявляти, якої реакції він хоче досягнути. Основна мета публічного монологу – повідомлення та вплив. Оратор може поставити завдання поінформувати слухачів, дати певні відомості. Іншим разом він розраховує схвилювати аудиторію, сформулювати в людей переконання,

уявлення, що стануть мотивами їхньої поведінки, тобто закликає до якихось дій. Часто ці завдання перехреснюються, сполучаються в одному виступі. Свої прагнення й завдання варто повідомити слухачам.

Важливо оцінити склад майбутньої аудиторії. Хайнц Леммерман – автор підручника з риторики – закликає заздалегідь настроїтися на своїх слухачів, поставити себе на їхнє місце, побачити речі їхніми очима. Необхідно враховувати дані про тих, на кого розраховано промову: їхній освітній рівень, напрям освіти (гуманітарна, технічна тощо), пізнавальні інтереси, стать, вік, ставлення до теми й оратора.

Завжди легше говорити, звертаючися до однорідного (гомогенного) складу (дилетанти, фахівці, колеги, студенти, люди однакових політичних поглядів тощо). Чим одноріднішою є аудиторія, тим більш передбаченою буде реакція на виступ. Звертаючися до молоді, не можна загравати, лестити, повчати, дорікати в незнанні, некомпетентності, підкреслювати свою перевагу, ухилятися від гострих проблем і питань. Перед слухачами з високим рівнем професійної чи наукової підготовки не можна виступати, якщо немає нових поглядів, підходів до вирішення проблеми, не можна допускати повтори, тривіальні судження, зловживати цифрами, цитатами.

У неоднорідній (гетерогенній) аудиторії виголошувати промову важче. Якщо публіка є різною за складом, треба за можливості адресувати якийсь фрагмент виступу кожній групі. Варто заздалегідь подумати про те, що сказати окремим, особливо авторитетним, важливим персонам, якщо Ви знаєте, що вони прийдуть. Необхідно також з'ясувати чисельність аудиторії. Великою кількістю слухачів складніше керувати. У переважній більшості люди є легковірними, схильними до знеособлювання, не здатними до критики, бачать усе в чорно-білих кольорах, реагують на емоції. Що більша аудиторія, то простіше, наочніше, образніше варто говорити. Знання своїх слухачів, «прицільна» підготовка промови набувають особливого значення під час обговорення якогось важкого питання у вузькому колі фахівців, ділових людей.

Кафедра допомагає сконцентрувати увагу на ораторові, за нею треба розташовуватися вільно, невимушено, установивши й намагаючися зберігати постійну відстань у 20 – 30 сантиметрів між ротом і мікрофоном. Треба з'ясувати також, після яких інших промов планується Ваш виступ. Адже кожна наступна промова повинна бути цікавішою за змістом і формою, ніж попередня.

Наступна стадія докомунікативного етапу – «кодування», тобто складання тексту, починається з *добору матеріалу*. Щоб виступ був змістовним, краще використовувати не одне джерело, а кілька. Джерела матеріалу поділяють на такі групи:

1. Безпосередні – матеріали, узяті автором із життя шляхом спостережень, із власного досвіду:

- а) знання, практика;
- б) особисті контакти, бесіди, інтерв'ю;

в) уявне створення нових картин, образів, проєктів з елементами творчості на основі набутого досвіду.

2. Опосередковані:

а) офіційні документи;

б) наукова й науково-популярна література;

в) художня література;

г) статті газет і журналів;

д) передачі радіо й телебачення;

е) довідкова література: енциклопедії, словники;

ж) результати соціологічних опитувань.

«Живий» досвід завжди добре сприймається слухачами, він переконливий, і йому вірять.

Матеріал публічного виступу може бути теоретичним і фактичним. Насиченість промови матеріалом того чи іншого типу залежить від жанру. Так, у звітній доповіді потрібно наводити безліч фактів, щоб довести положення й переконати слухачів. Матеріал виступу повинен бути достовірним. Попередньо перевіряють точність інформації, цифр, дат, цитат, імен. Систематизуючи матеріал, оратор створює план, продумує композицію, логіку викладу, складає й редагує текст.

Підготовка письмового тексту має багато переваг. Написану промову можна перевіряти, виправляти; вона легше запам'ятовується й довше утримується в пам'яті. Писати треба на окремих аркушах, на одному боці. Досвідчений оратор може обмежитися складанням тез, конспекту чи розгорнутого плану виступу.

Репетиція є проголошенням тексту подумки або вголос, краще перед дзеркалом. Треба знайти таку позу, у якій Ви відчуваєте себе легко та зручно, і намагатися її запам'ятати; вивчити обличчя – розправити нахмурені брови, мімічні зморшки, що набігають на чоло; продумати жести, прийоми встановлення контакту. Як показує досвід, на три хвилини виступу витрачають 20 – 25 хвилин репетиції. Якщо виступ ретельно розроблено, то в момент зустрічі зі слухачами оратор буде триматися впевнено.

Комунікативний етап

Існує три способи *виголошення* промови:

1) читання тексту;

2) відтворення напам'ять з читанням окремих фрагментів (з опорою на текст);

3) вільна імпровізація (експромт).

Читають ті промови, від тексту яких не можна відступити: дипломатичні, урочисті, доповіді та співдоповіді офіційного змісту. Інші види промов, як правило, вимовляють з опорою на письмову основу. Досить опустити погляд на сторінку, щоб відновити хід викладу, знайти потрібну цифру

тощо. Такий виступ створює враження вільного володіння матеріалом, дає можливість ораторові впевнено спілкуватися зі слухачами. У мовця, однак, не завжди є можливість попередньо підготувати текст. Іноді на нарадах, засіданнях, зборах, зустрічах доводиться виступати експромтом. Це потребує великої мобілізації пам'яті, енергії, волі. Імпровізація є можливою тільки за умови володіння великими знаннями, риторичними навичками.

Після виступу оратор часто *відповідає на запитання* слухачів, *полемізує* з ними. Така форма спілкування потребує від оратора швидкої реакції, доброзичливості, почуття гумору. Відповідь доповідача призначена не тільки опонентові, але й усім присутнім. Методика ораторського мистецтва рекомендує не квапитися з відповіддю, а спочатку переконатися, що питання є зрозумілим; відповідати лаконічно, ясно й не давати необґрунтованих чи сумнівних відповідей; мати під рукою довідковий матеріал для тих, хто хоче одержати більш докладне пояснення припущень оратора.

Установлення контакту з аудиторією

Найвищий прояв майстерності публічного виступу – це контакт зі слухачами, тобто спільність психічного стану оратора й аудиторії. Це виникає на основі спільної розумової діяльності, подібних емоційних переживань. Ставлення оратора до предмета промови, його зацікавленість, переконаність викликають у слухачів відповідну реакцію. Як сказано в прислів'ї, слово належить наполовину тому, хто говорить, і наполовину тому, хто слухає. Головні показники взаєморозуміння комунікантів – позитивна реакція на слова доповідача, зовнішнє виявлення уваги слухачів (їхня поза, зосереджений погляд, вигуки схвалення, посмішки, сміх, оплески), «робоча» тиша в залі. Контакт – величина змінна. Він може бути повним (зі всією аудиторією) і неповним, стійким і хитким у різні моменти проголошення промови.

Щоб привернути увагу аудиторії, треба встановити з нею й постійно підтримувати зоровий контакт. Доповідач звичайно повільно обводить поглядом слухачів. Перед початком промови витримують невелику психологічну паузу (5 – 7 секунд). Якою б цікавою не була тема, увага аудиторії згодом притупляється. Її необхідно підтримувати за допомогою таких ораторських прийомів:

- чергування запитань і відповідей. Оратор ставить запитання та сам на них відповідає, висуває можливі сумніви й заперечення, доходить певних висновків;

- перехід від монологу до діалогу (полеміки). Цей прийом дозволяє залучити до процесу обговорення окремих учасників, активізувати тим самим їхній інтерес;

- створення проблемної ситуації. Слухачам пропонують ситуацію, яка ставить запитання: «Чому?», що стимулює їхню пізнавальну активність;

- використання нової інформації, гіпотез, що змушує аудиторію припускати, міркувати,
 - залучення особистого досвіду, думок, які завжди цікаві слухачам;
 - доведення практичної значущості інформації;
 - використання гумору, який дозволяє швидко завоювати аудиторію;
 - застосування короткого відступу від теми, що дає можливість слухачам «відпочити»;
 - уповільнення темпу мовлення з одночасним зменшенням сили голосу, що здатне привернути увагу до основних місць виступу;
 - уведення до речень спеціальних форм слів, а також висловів, що забезпечують зворотний зв'язок. Це особові займенники 1-ї і 2-ї особи (*я, ми, ми з вами*), дієслова в 1-й і 2-й особі (*спробуємо зрозуміти, зробимо застереження, зазначимо, прошу вас, відзначте собі, подумайте, конкретизуймо* тощо), звертання (*шановні колеги, дорогі мої, високоповажне зібрання*), риторичні запитання (*Ви хочете почути мою думку?*), повтори, конструкції із заперечною формою (*«Я не говоритиму про...», «Я не претендую на...»*).
- Названі мовні засоби контакту допомагають подолати бар'єр, об'єднати оратора зі слухачами.

Посткомунікативний етап

Після ораторського виступу необхідним є аналіз перш за все для того, щоб знайти, виділити та врахувати допущені недоліки. Аналіз здійснюють за такою схемою:

- Якою є тема виступу? Чи відповідає тема аудиторії, чи викликає інтерес?
- Чи досягнуто мети виступу?
- Який матеріал використано в тексті виступу?
- Якою є композиція промови?
- Які методи викладу матеріалу використано?
- Чи є промова логічною, чи доказовою?
- Чи відповідає промова критеріям правильності, точності, виразності, багатства мовлення?
- Яким є спосіб виголошення промови?
- Чи дотримувався оратор вимог техніки мовлення?
- Яким є зовнішній вигляд оратора, чи є доречними його жести й міміка?
- Наскільки вільно він тримається перед слухачами?
- Чи встановлено контакт з аудиторією? За допомогою яких засобів його встановлено?

Словник ділової людини

Благодарить кого – дякувати кому.

В знак благодарности кому – на знак подяки (вдячності) кому.

Желаю всех благ – бажаю (зичу) усього найкращого (усіх благ).

Извиняьт кого – вибачати кому.

Не примите это в обиду – не сприйміть це як образу (за образу).

Не стоит благодарности – не варто подяки.

Приносить благодарность кому – віддавати (складати) дяку (подяку) кому.

Приносить свои извинения – просити вибачити.

Рассыпаться в благодарностях перед кем – розсипатися у висловах подяки перед ким; роздякуватися перед ким.

С Вашего разрешения – за Вашим дозволом (з Вашого дозволу).

Это не может служить ему извинением – це не може виправдати його.

Ввиду того, что – через те, що; з огляду на те, що; зважаючи на те, що.

Войти в сделку – укласти угоду.

Выписка из протокола – витяг із протоколу.

Заслуживать внимания – заслуговувати на увагу, бути вартим уваги.

Косвенные доказательства – побічні докази.

Крупные недостатки – значні вади, великі вади (хиби).

Мы склонны считать, что – ми вважаємо, що.

На должном уровне – на належному рівні.

Нуждаться в помощи – потребувати допомоги.

Оказывать сопротивление – чинити опір.

Оставить под вопросом – залишити нерозв'язаним.

Повестка дня – порядок денний.

Принимать участие – брати участь.

Приняться (браться) за работу – узятися (братися) до роботи (праці).

Ужесточить требования – посилити вимоги.

Упразднить распоряжение – скасувати розпорядження.

Учредительное собрание – установчі збори.

Прийменникові конструкції

По – за: по порученню – за дорученням, по свідельству – за свідченням.

По – з: по случаю – з нагоди, по инициативе – з ініціативи, по многим причинам – з багатьох причин.

По – на: по адресу – на адресу.

По – у (в): по всем направлениям – в усіх напрямках, по выходным дням – у вихідні дні.

По – для: комиссия по составлению резолюций – комісія для складання резолюцій, курсы по изучению языков – курси для вивчення мов.

По – через: по ошибке – через помилку, по невниманию – через неухважність.

По – після: по возвращении – після повернення, по окончании срока – після закінчення строку (терміну).

По – по: дежурный по вокзалу – черговий по вокзалу, приказ по части – наказ по частині.

По – без прийменника: сообщить по почте – повідомити поштою, старший по возрасту – старший віком.

ЗМІСТ

Передмова.....	3
1. Поняття мови. Функції мови.....	4
2. Мова й мовлення. Види мовлення.....	4
3. Мовленнєва діяльність.....	7
4. Поняття комунікації. Види комунікації. Ділова комунікація.....	8
5. Культура спілкування й мовний етикет ділового спілкування.....	9
6. Мовні етикетні формули.....	10
7. Мовні кліше в текстах ділових листів.....	17
8. Публічний виступ. Жанри публічного виступу	22
8.1. Доповідь.....	22
8.2. Промова.....	23
8.3. Етапи підготовки та проведення публічного виступу.....	25
Додаток.....	30
Бібліографічний список.....	33

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

Основна література

1. Бабич, Н. Д. Культура фахового мовлення / Н. Д. Бабич. – Львів : Світ, 2006. – 450 с.
2. Бацевич, Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Ф. С. Бацевич. – Київ : ВЦ «Академія», 2004. – 344 с.
3. Гінзбург, М. Д. Українська ділова і фахова мова : практичний посібник на щодень / М. Д. Гінзбург. – 2-ге вид., доп. і випр. – Київ : Інкос, 2007. – 672 с.
4. Гриценко, Т. Б. Українська мова та культура мовлення : навч. посіб. / Т. Б. Гриценко. – Вінниця : Нова книга, 2003. – 472 с.
5. Гуць, М. В. Українська мова у професійному спілкуванні : навч. посіб. / М. В. Гуць, І. Г. Олійник, І. П. Ющук. – Київ : Міжнар. агенція «Вее Lone», 2004. – 336 с.
6. Коваль, А. П. Ділове спілкування / А. П. Коваль. – Київ : Либідь, 1992. – 280 с.
7. Мацько, Л. І. Культура української фахової мови / Л. І. Мацько, Л. В. Кравець. – Київ : Академія, 2007. – 360 с.
8. Мацюк, З. Українська мова професійного спілкування / З. Мацюк, Н. Станкевич. – Київ : Каравела, 2006. – 352 с.
9. Михайлюк, В. О. Українська мова професійного спілкування : навч. посіб. / В. О. Михайлюк. – Київ : ВД «Професіонал», 2005. – 496 с.
10. Мозговий, В. І. Українська мова у професійному спілкуванні. Модульний курс : навч. посіб. / В. І. Мозговий. – Київ : Центр учбової літератури, 2006. – 592 с.
11. Пентилюк, М. І. Ділове спілкування та культура мовлення : навч. посіб. / М. І. Пентилюк, І. І. Маруніч, І. В. Гайдаєнко. – Київ : Центр учбової літератури, 2010. – 224 с.
12. Плетнева, О. Л. Усне ділове спілкування : навч. посіб. / О. Л. Плетнева. – Харків : ХАІ, 2008. – 51 с.
13. Пономарів, О. Д. Стилїстика сучасної української мови : підручник / О. Д. Пономарів. – 3-тє вид., перероб. і доп. – Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2000. – 248 с.
14. Пономарів, О. Д. Українське слово для всіх і для кожного / О. Д. Пономарів. – Київ : Либідь, 2013. – 360 с.
15. Семенов, О. М. Культура наукової української мови : навч. посіб. / О. М. Семенов. – Київ : Академія, 2012. – 216 с.

Додаткова література

1. Антисуржик. Вчимося ввічливо поводитись і правильно говорити / за заг. ред. О. Сербенської. – Львів : Світ, 1994. – 152 с.

2. Антоненко-Давидович, Б. Як ми говоримо / Б. Антоненко-Давидович. – Київ : Либідь, 1991. – 254 с.
3. Бабич, Н. Д. Основи культури мовлення / Н. Д. Бабич. – Львів : Світ, 1990. – 232 с.
4. Винницький, В. М. Наголос у сучасній українській мові / В. М. Винницький. – Київ : Рад. шк., 1984. – 160 с.
5. Ділова українська мова : навч. посіб. / за ред. О. Д. Горбула. – 2-ге вид., випр. і доп. – Київ : Знання, 2001. – 226 с.
6. Культура української мови: довідник / за ред. В. М. Русанівського. – Київ : Либідь, 1990. – 304 с.
7. Літературна норма і мовна практика / за ред. С. Я. Єрмоленко. – Ніжин : ТОВ «Видавництво „Аспект-Поліграф”», 2013. – 320 с.
8. Паламар, Л. М. Українське ділове мовлення / Л. М. Паламар, І. М. Кацавець. – Київ : Либідь, 1997. – 296 с.
9. Пономарів, О. Культура слова. Мовностилістичні поради / О. Пономарів. – Київ: Либідь, 1999. – 240 с.
10. Сербенська, О. А. Актуальне інтерв'ю з мовознавцем: 140 запитань і відповідей / О. А. Сербенська, М. Й. Волощак. – Київ : ВЦ «Просвіта», 2001. – 204 с.
11. Універсальний довідник-практикум з ділових паперів / С. П. Бибик, І. Л. Михно, Л. О. Пустовіт, Г. М. Сюта. – 2-ге вид., доп. і випр. – Київ : Довіра, 1999. – 507 с.
12. Шевчук, С. В. Українське ділове мовлення / С. В. Шевчук. – Київ : Вища шк., 1997. – 270 с.

Довідкова література

1. Вирган, І. О. Російсько-український словник сталих виразів / І. О. Вирган, М. М. Пилинська. – Харків : Прапор, 2002. – 864 с.
2. Головащук, С. І. Російсько-український словник сталих словосполучень / С. І. Головащук. – Київ : Наук. думка, 2001. – 640 с.
3. Калашник, В. С. Українсько-російські синтаксичні паралелі: труднощі перекладу: словник-довідник: понад 1500 зіставлень / В. С. Калашник, Ж. В. Колоїз. – Харків : Прапор, 2003. – 112 с.
4. Коломієць, М. П. Словник фразеологічних синонімів / М. П. Коломієць, Є. С. Регушевський ; за ред. В. О. Винника. – Київ : Рад. шк., 1988. – 200 с.
5. Новий тлумачний словник української мови. У 3 т. / уклад. : В. Яременко, О. Сліпушко. – 2-ге вид., випр. – Київ : Аконіт, 2006. – 2720 с.
6. Олійник, І. С. Українсько-російський і російсько-український фразеологічний тлумачний словник / І. С. Олійник, М. М. Сидоренко. – Харків : Прапор, 1997. – 462 с.
7. Полюга, Л. М. Словник синонімів української мови / Л. М. Полюга. – Київ : Довіра, 2001. – 477 с.

8. Російсько-український словник ділової мови / ред.-упоряд. О. Мокровольський, О. Шокало. – 3-є вид., випр. й доп. – Київ : Укр. світ, 1992. – 300 с.

9. Словник іншомовних слів / уклад. : С. М. Морозов, Л. М. Шкарапута. – Київ : Наук. думка, 2000. – 680 с.

10. Словник труднощів української мови / Д. Г. Гринчишин, А. О. Капелюшний, О. М. Пазяк та ін. ; за ред. С. Я. Єрмоленко. – Київ : Рад. шк., 1989. – 336 с.

11. Словник фразеологізмів української мови / уклад. : В. М. Білоноженко, І. С. Гнатюк, В. В. Дятчук та ін. – Київ : Наук. думка, 2003. – 1104 с.

12. Тараненко, О. О. Російсько-український словник-довідник (сфера ділового спілкування) / О. О. Тараненко, В. М. Брицин. – Київ : УНВЦ «Рідна мова», 1996. – 287 с.

13. Український орфографічний словник / уклад. О. А. Леонова. – Донецьк : Сталкер, 2001. – 480 с.

Інформаційні ресурси

1. Український правопис [Електронний ресурс]. – Київ : Наук. думка, 2019. – 393 с. – Режим доступу :

<https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/%202019.pdf>.

2. Мацько, Л. І. Культура української фахової мови [Електронний ресурс] : навч. посіб. – Київ : ВЦ «Академія», 2007. – 360 с. – Режим доступу : http://univer.nuczu.edu.ua/tmp_metod/3685/kul'tura_ukrains'kogo_fahovogo_movlennya.pdf.

3. Словники України on-line від Українського лінгвістичного порталу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ulif.org.ua/ulp/dict_all/index.php.

Навчальне видання

Заверющенко Ольга Леонідівна

**УСНЕ ТА ПИСЕМНЕ ДІЛОВЕ СПІЛКУВАННЯ
ЯК ВИД ВЕРБАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ
В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ**

Редактор О. Ф. Серьожкіна

Зв. план, 2023

Підписано до видання 12.02.2024

Ум. друк. арк. 2. Обл.-вид. арк. 2,25. Електронний ресурс

Видавець і виготовлювач
Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»
61070, Харків-70, вул. Чкалова, 17
[http:// www.knai.edu](http://www.knai.edu)
Видавничий центр «ХАІ»
61070, Харків-70, вул. Чкалова, 17
izdat@khai.edu

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів
видавничої продукції сер. ДК № 391 від 30.03.2001