

Кульбабська Ю. В.

«УКРАЇНСЬКА МОВА ПРОФЕСІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ» - ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ КУРСУ

Метою статті є спроба показати наявні проблеми курсу «Українська мова професійного спрямування», а також можливі та необхідні перспективи його розвитку й оновлення. Наведено загальні висновки за результатами пілотного дослідження для з'ясування рівня обізнаності тих, хто навчається у ВНЗ України, з основами ділового спілкування.

Актуальність дослідження

Українська мова ХХІ ст. відтворює динаміку змін у сьогоденному суспільному житті: у сферах матеріальної та духовної культури. В умовах розвитку української державності, практичної реалізації європейського вибору України та руху до широкого залучення інформаційних технологій до навчального процесу зростає потреба в отриманні й оновленні базових знань з ділової української мови, які необхідні студентам і студенткам для їхньої майбутньої професійної діяльності та можливої участі в державному управлінні.

Проблеми у викладанні курсу «Українська мова професійного спрямування» та перспективи його подальшої видозміни й розширення є особливо актуальними у зв'язку із залученням України до Болонського процесу. **Болонська декларація**, до якої у 1999 р. приєдналися 29 країн, має на меті подальший розвиток царини вищої освіти в Європі до 2010 р. Беручи до уваги вищезазначене, у 2005 р. Міністерство освіти та науки України, пересічні освітяни та керівники університетів, студенти, студентки та викладачі України виявили бажання приєднатися до Болонського процесу та сприяти впровадженню його цілей і принципів у навчально-виховний процес.

Об'єктом нашої наукової розвідки є процес викладання курсу «Українська мова професійного спрямування» у ВНЗ України. Перспективи його розвитку ми вбачаємо насамперед у впровадженні *нових педагогічних технологій*, оновленні наявних методик викладання, а також у *розширенні матеріалу*, що може бути залучений до викладання курсу.

Предметом нашого дослідження є впровадження нових педагогічних технологій у вивченні студентами особливостей та норм як *письмового*, так і *усного ділового мовлення*. До них слід віднести метод випадків і ситуацій, ділову

гру та тренінг, селективну конференцію, роботу з фокус-групами тощо у викладанні курсу «Українська мова професійного спрямування».

Метою цього наукового дослідження є означити наявні проблеми викладання курсу та шляхи до їх розв'язання. На наш розсуд, вони полягають у суттєвому розширенні курсу (збільшенні та урізноманітненні матеріалу, що вивчається) та його оновленні (залучення нових методів і методик викладання).

Постановка проблеми в загальному вигляді

Головна проблема у викладанні цього курсу, на нашу думку, полягає в тому, що підручників та посібників існує достатньо, але вони не відповідають вимогам часу, бо не подають цікавих документів, які потрібні сучасному студентству. Зміст підручників і посібників спрямований на розвиток умінь складати ділові папери, а не на формування ділового та публіцистичного стилів спілкування. Ми вважаємо, що у викладанні цього курсу не слід обмежуватися сферою документознавства.

Не слід нехтувати фактом, що, крім письмового, існує усне ділове спілкування (скажімо, розмова одного співбесідника з іншим; одного співбесідника з декількома або з цілою залогою (аудиторією)). Докладніше хотілося б зупинитися на важливості формування знань, умінь і навичок усної ділової комунікації майбутнього фахівця.

Як зауважує колектив авторів нового посібника з української ділової мови «Українська мова у діловому спілкуванні» [1], у центрі поняття національної мови перебуває конкретний її носій з класичним лексичним запасом у своєму розпорядженні та теперішньою всеохопною мінливою мовною стихією, що є барометром будь-якого мовного процесу.

Виклад основного матеріалу

Дедалі зрозумілішим стає той факт, що не сама сума знань, а *творчий синтез* теоретичних знань, професійних умінь і переконань є основним показником усебічно підготовленого фахівця, обізнаного з найважливішими положеннями документознавства, основами ділового спілкування в усній і письмовій формах, правилами ведення ділових переговорів, комерційної кореспонденції, укладання договорів, контрактів та угод. В офіційно-діловій практиці немає дрібниць: інколи від правильного оформлення документа чи від успішно проведених переговорів з партнерами залежить доля розпочатої справи. Тому викладання української мови професійного спрямування впроваджено в усі вищі навчальні заклади України, а також до її вивчення залучаються державні службовці різних рангів.

Сучасні провідні українські дидакти Г. Онкович, Т. Рукас, М. Євтух, О. Сердюк та ін. зауважують, що, зокрема, для студентів технічних спеціальностей, які погано володіють мовою, необхідним є залучення «якнайширшого набору стандартизованих композиційних структур фахового ділового мовлення, оволодіння мовними нормами в ситуаціях і на матеріалі текстів, наближених до реальних професійно-ділових» тощо [2, 4]. Студентство потрібно долучати до таких педагогічних технологій, як, наприклад, ситуативні вправи, рольові ігри, до комунікативної взаємодії, яка була б максимально наближеною до професійно-ділової та враховувала б соціальні ролі та вік партнерів по спілкуванню і специфіку їхніх стосунків. Створена таким чином позитивна емоційна атмосфера сприяла б активізації професійних здібностей майбутніх фахівців.

На сьогодні видано багато посібників з курсу «Українська мова професійного спрямування», але жоден із них не задовольняє повною мірою потреб студентів. Можна навести приклади лише декількох: Л. М. Паламар, Г. М. Кацавець. Мова ділових паперів: Практичний посібник; С. В. Глушик, О. В. Дияк, С. В. Шевчук. Сучасні ділові папери: Навч. посібник для вищ. та середн. спец. навч. закладів; А. С. Головач. Зразки оформлення документів: для підприємств і громадян; А. П. Коваль. Культура ділового мовлення та інші; також існують теоретичні розробки з викладання даного предмета: Г. В. Онкович. Теоретичні основи використання ЗМІ у навчанні української мови студентів-нефілологів; О. О. Павленко. Теорія і практика навчання української ділової мови та ін. [7-13].

У вивченні даної проблематики нами було

розглянуто теоретичну та практичну літературу. Нині існує чимало спроб вирішення проблем, що виникають під час викладання курсу, зміст якого ми аналізуємо, але головна з цих проблем – *брак теоретичних розробок* нових методик викладання предмета та майже тотальна відсутність їх практичного застосування – залишається нерозв'язаною. На цю тему останнім часом було захищено декілька дисертацій з педагогіки [3; 2], але проблема не втрачає своєї актуальності, бо методичні розробки з викладання курсу здебільшого не встигають за виникненням нових методик та їх практичним застосуванням у викладанні інших дисциплін.

Багато корисної та цікавої інформації з цього питання можна знайти у працях з риторики ділової комунікації Г. М. Сагач [4], а також у новому посібнику з української ділової мови М. В. Гуця, І. Г. Олійник та І. П. Ющука [1]. У цьому виданні порушуються такі важливі аспекти культури проведення телефонної розмови, як коректні форми звертання, викладення суті справи (правильно казати «Я телефоную до Вас у такій справі» або «...з приводу», а не «... по такій справі»), з'ясування обставин і сигнали про завершення розмови («Не зловживайте Вашою увагою», «Щиро вдячний Вам за розмову» та ін.), подаються загальні рекомендації щодо коректного висловлення усного прохання, зауваження, нагадування та подяки з дотриманням норм ділового етикету, а також певні поради щодо розв'язання непорозуміння і можливих конфліктів.

Як слушно зазначає В. Михайлюк, мовний курс повинен поєднувати системно-нормативний, структурно-функціональний і комунікативно-діяльнісний підходи до опрацювання мовного матеріалу; забезпечувати оволодіння процесом орієнтування у ділових ситуаціях, їхніми мовленнєвими і немовленнєвими засобами, ґрунтуючись на використанні комунікативних прийомів взаємодії студентів, реалізуючи системи комунікативних умінь і ділової імпровізації, здійснювати форми і методи контролю й перевірки якості знань студентів (навчальний рейтинг, дидактичне тестування тощо) [3].

Презентація деяких даних експериментального дослідження

У квітні-травні 2006 р. з метою визначення рівня володіння студентами та студентками основами усного та письмового ділового спілкування нами було проведено письмове *пілотне опитування* серед студентів першого, другого і третього курсів Національного Університету «Кієво-Могилянська Академія» (НаУКМА) та

Київського Славистичного Університету (КСУ). До опитування були залучені студенти та студентки гуманітарного, природничого, економічного факультетів і факультету комп'ютерних технологій. Особливих розбіжностей у відповідях між студентами різних напрямів не виявлено. Типових помилок припускаються як студенти першого, другого, так і третього курсу. Всього в опитуванні брали участь 362 особи. З них було опитано 278 осіб з НаУКМА та 84 - із КСУ.

Перед учасниками анкетування було поставлено три завдання. Студенти та студентки повинні були обрати з двох запропонованих резюме те, яке, на їхню думку, є більш вдалим. Метою цього навчального завдання було з'ясувати, наскільки студенти та студентки знайомі з сучасними стандартами оформлення резюме, що є необхідним документом при влаштуванні на роботу.

Перший варіант резюме, поданий в опитувальнику, було складено із врахуванням майже усіх порад, що даються на офіційному сайті Державної служби зайнятості України (зворотна хронологія, один розмір і тип кегля тощо), але він не містив мети влаштування на роботу до певної установи, що теж повинна бути у резюме, бо мотивація майбутнього працівника є дуже важливою інформацією для роботодавця. Більшість респондентів (87,02%) правильно вказала саме на перший варіант, звернувши увагу на порушення хронології та інші помилки у другому варіанті тощо. Але дуже невеликою кількістю опитуваних (лише двома особами) було зауважено відсутність мети у першому резюме.

Другим завданням для опитуваних було зіставити вид ділового спілкування та його визначення з поданого хаотичного переліку термінів (прес-реліз, супровідний лист, інтерв'ю, нота, комюніке, рекомендаційний лист, прес-конференція, візитна картка, лобіювання та діловий щоденник) та їхніх дефініцій.

Певні проблеми з визначенням понять спостерігаються з такими видами офіційного спілкування, як нота (у 29, 56% студентів і студенток), комюніке (у 27, 62% осіб) та лобіювання (у 8, 84% осіб). Ті, хто вчиться зараз у ВНЗ, плутають ноту та лобіювання, в основі яких лежить звернення, але вони мають низку особливостей та різняться за суттю. Перше відбувається на міждержавному рівні, а лобіювання можливе у внутрішньодержавній політиці та є поширеним сучасним видом ділової комунікації. Студенти та студентки повинні чітко усвідомлювати, що одним із найважливіших і найефективніших шляхів сприяння розвитку демократії за допомогою політичної активності громадян є можливість виборців лобіювати свої інтереси у законодавчих та виконавчих органах влади.

Лобізм - політологічний термін. Він висвітлює механізм, за допомогою якого окремі громадяни можуть привернути увагу законодавців до гострих соціально-економічних та політичних проблем [5].

Отже, особливу увагу при викладанні цього курсу слід звернути на види *міждержавного* ділового спілкування. Адже студенти та студентки повинні орієнтуватися у сучасному динамічному політичному світі, особливо ті, хто вчиться на історичних і правничих факультетах. До таких документів можна зарахувати ноту, комюніке та конвенцію. Студент повинен знати, що усі вони є різновидами дипломатичного спілкування, але нота - це письмове звернення однієї держави до іншої, тоді як комюніке - офіційне повідомлення про певні міжнародні події, а конвенція як міжнародний документ (часом укладається й усередині держави між підприємствами тощо) - міжнародна угода, що може мати різний характер [1].

При подальшому влаштуванні на роботу у студентів і студенток можуть виникнути труднощі з написанням супровідного листа (у його визначенні помилилися 11,6% опитуваних), хоч зараз він є дуже поширеною формою ділового спілкування із роботодавцем і зазвичай вимагається як додаток до резюме. У такому супровідному листі повідомляються мета влаштування на роботу, свої уявлення про майбутні обов'язки та перспективи тощо. Студентам і студенткам необхідно також знати, що існують й інші супровідні листи, які додаються до накладної, рахунка-фактури, каталогу, проспекту, прейскуранта, креслень, буклетів, зразків нових товарів. Зазвичай це невеликий за обсягом папірець, що містить назви та перелік надісланих документів, зазначає С. Шевчук, автор підручника «Ділове мовлення. Модульний курс», та визначає супровідний лист як службовий лист, що додається до основного документа й інформаційно супроводжує його [6].

Хоч як це дивно, невелика кількість тих, хто брали участь в опитуванні (1,1%), не змогли правильно визначити, що таке діловий щоденник, який є невід'ємним атрибутом сучасної ділової людини для створення власної системи нотаток. Не зайвим може бути роз'яснення правил користування діловим щоденником чи блокнотом, наприклад, використання певних символів або піктограм, розбиття на тематичні блоки чи розділи за хронологічним принципом, та головних вимог до нього - мобільності, багатоваріантності та індивідуальності тощо.

У незначній кількості студентів і студенток

виникли труднощі з дефініціями таких видів ділового спілкування, як прес-реліз (у 9,39% опитаних) та прес-конференція (у 2,49% осіб), перший з яких є письмовим різновидом спілкування, а другий - усним. Доречним може бути докладніше ознайомлення студентів із особливостями проведення прес-конференції, взяття інтерв'ю та правилами оформлення прес-релізу. Для поглиблення знань та закріплення умінь і навичок можна провести ділову гру: прес-конференцію з теми «Сфери функціонування ділового стилю».

Як засвідчують результати опитування, більшість студентів і студенток орієнтуються у таких видах сучасного ділового спілкування, як рекомендаційний лист (97,79% осіб) та візитна картка (99,17% осіб).

Окрім завдання опитувальника, складеного нами, мало означувати *сферу функціонування* усного ділового стилю. Найбільше помилок було зроблено на прохання визначити домінуючий стиль спілкування у громадському транспорті (95,86% осіб відповіли, що має переважати побутовий або публіцистичний стиль) та при влаштуванні на роботу до науково-дослідної установи (26,52% осіб обрали науковий стиль). Формулювання останнього питання дезорієнтувало опитуваних, хоча зрозуміло, що при поданні документів переважатиме саме діловий стиль.

Очевидно, що усне ділове спілкування, а також сфера його вживання потребують більш пильної уваги у вивченні української мови професійного спрямування. Ті, хто вчиться, повинні знати *усталені звороти*, якими послуговуються учасники усного ділового спілкування з малознайомими або незнайомими людьми у різних ситуаціях: у транспорті, на роботі, під час ділового візиту до офіційної установи. Наприклад, «*Щиро вдячний(а) за Вашу пропозицію*», «*Дуже прикро. Проте змушений(а) повідомити Вам, що*», «*Вибачте, але я не можу погодитися з*» і т. д., та особливості побутового спілкування у родинному колі, з друзями тощо.

Під час вивчення курсу «Українська мова професійного спрямування» студенти та студентки мають усвідомити, що усне ділове спілкування може бути публічним і приватним (залежно від кількості співрозмовників і завдань спілкування). Спілкування ділового характеру може відбуватися віч-на-віч і заочно, скажімо, телефоном, телефаксом тощо. Розглянемо кілька основних його видів.

Спілкування під час прийому відвідувачів - це вид усного офіційно-ділового спілкування службової особи з відвідувачами від імені установи, яку вона представляє. Основними вимо-

гами до цього виду спілкування є виразність мовлення, суворе дотримання регламенту, означення часу, коли можна вийти на зв'язок у майбутньому, якщо в цьому є потреба; бажані також уважність, ввічливість і доброзичливість.

Телефонна розмова - заочна службова розмова зі співбесідником, що передбачає такі складові компоненти: момент установа зв'язку (називаємо своє прізвище і повідомляємо, від чийого імені йтиме розмова; те саме бажано почути у відповідь); виклад справи (чіткий, короткий, без зайвих подробиць); закінчення розмови (ініціатива належить тому, хто телефонує).

Ділове засідання (нарада) - високоефективний метод управління персоналом установи чи організації. Народи можуть бути найрізноманітнішими - інформаційними, диспетчерськими, дискусійними. Вони передбачають максимальну увагу організатора до кожної пропозиції, розкутість думки і обов'язково повинні підводити до розв'язання проблеми.

І, нарешті, *публічний виступ* - залучення аудиторії до розширення її політичних, економічних чи спеціальних наукових знань шляхом виголошення перед нею якогось тексту у вигляді лекції, доповіді тощо. Бажане не читання тексту доповіді у присутності аудиторії, а розмова (бесіда) з присутніми. Точність формулювань, своєрідність, бездоганність мови, логічність і доступність викладу, простота і природність поведінки - ось складові успішного публічного виступу.

У підготовці публічного виступу потрібно враховувати певні *психологічні засоби впливу* на розум, почуття та волю слухачів, як, наприклад, переконливий, приємний, спокійний, природний голос, живий (зацікавлений) тон розмови, правильна та чітка вимова слів та продумана розстановка логічних наголосів у фразах (недотримання цього пункту може надати висловлюванню небажаної двозначності) тощо.

І письмові, й усні форми ділового спілкування обов'язково мають бути підпорядковані головній меті - своєчасному, ефективному розв'язанню конкретного ділового питання.

Аналізуючи досвід цивілізованих країн, зокрема практику підготовки ділових людей у США, Японії, Данії (фірма «Time Manager International», яку очолює всесвітньо відомий спеціаліст у галузі менеджменту та ділової комунікації проф. Клаус Мьоллер), вітчизняні науковці дійшли висновку про необхідність тіснішої координації зусиль усіх зацікавлених сторін у справі державної ваги - підготовки висококваліфікованих кадрів за прогресивними й інтенсивними методами для потреб України [4].

Враховуючи місію вищої гуманітарної освіти, а саме формування висококваліфікованого спеціаліста для потреб народного господарства, науки, культури, освіти, який вільно володіє живим словом, ми ставимо питання про необхідність оптимізації навчального процесу у вищій школі з метою формування ораторських здібностей особистості.

На необхідності оволодіння основами *риторики ділової комунікації* студентів: майбутніх політиків, депутатів усіх рівнів, юристів, менеджерів, журналістів, лекторів, рекламних агентів тощо - політичного, судового, академічного, лекційно-пропагандистського, військового красномовства наголошує доктор педагогічних наук, професор Г. М. Сагач у своїх працях «Золотослів», «Мистецтво ділової комунікації», «Риторика у ділових іграх» та ін.

Для успішного формування ораторських здібностей ділової комунікації у студентів педагог теж має володіти основами риторики. У його спілкуванні зі студентами та студентками повинні переважати не лише інформативні, а й спонукальні, переконуючі елементи.

На основі проведеного педагогічного експерименту Г. Сагач стверджує, що, крім класичних методів, ефективними у формуванні риторичної особистості студента виявилися такі: метод рольових і ділових ігор, метод словесної дії, розв'язання ситуативних завдань, творчі конкурси, мікровиступи на задану тему, виступи-імпровізації, самоаналіз і рецензування, відеотренінги, відеопрактикуми тощо [4].

На сьогодні існує небагато теоретичних розробок і прикладів практичного використання комунікативно-діяльнісних підходів до вивчення курсу «Українська мова професійного спрямування». На нашу думку, дослідникам слід би

було більше уваги звертати на комунікативно спрямовані методи навчання (тренінги, методи ситуацій та випадків тощо).

Висновки

1. У викладанні курсу «Українська мова професійного спрямування» існує чимало проблем та труднощів. Багато аспектів у вивченні цього курсу потребують ширшого та докладнішого розгляду з урахуванням реалій сучасного життя.

2. Письмове пілотне опитування, до якого були залучені 362 особи, та вивчення теоретичної і практичної літератури з цього курсу, а також з риторики, психології та інших дотичних дисциплін, показало, що зміст курсу «Українська мова професійного спрямування» потребує значного оновлення та розширення.

3. Необхідно звернути більшу увагу на усне ділове спілкування та конкретизування сфери його функціонування для студентів і студенток, а також зробити акцент на вивченні документів міждержавного спілкування, таких як комюніке, нота.

4. Для підвищення компетентності студентів і студенток під час складання документів та усного ділового спілкування можна розробити ділові ігри «Розмова роботодавця та претендента на певну посаду» та провести прес-конференцію «Сфери функціонування ділового стилю спілкування» тощо. Ці та інші навчальні ігри дають студентам і студенткам змогу демонструвати себе в різних ролях і випробовувати на практиці теоретичні знання ділових документів (резюме, супровідний лист, заява) та основ усного ділового спілкування (звертання, прохання, вибачення), у тому числі навички невербального спілкування, такі як міміка, жести, вміння володіти собою тощо.

1. Гуць М. В., Олійник І. Г., Ющук І. П. Українська мова у діловому спілкуванні: Навчальний посібник.- К.: БІНОВАТОР, 2005.- С. 5, 245, 19-20.
2. Онкович Г. В. Теоретичні основи використання ЗМІ у навчанні української мови студентів-нефілологів.- Автореф. дис. ... док. пед. наук.- К., 1995.- 40 с
3. Михайлюк В. О. Формування культури ділового мовлення у студентів аграрного вузу (на матеріалі спеціальностей «Облік і аудит» та «Менеджмент організації»). Автореф. дис... канд. пед. наук.- К.: Національний педагогічний ун-т ім. М. П. Драгоманова, 1999.- 28 с
4. Сагач Г. М. Золотослів.- К.: Райдуга, 1993.- С 118-120.
5. Тренінг-семінар «Використання комунікативних стратегій у діяльності організацій третього сектору», липень-серпень 2003 р. // http://pr-center.org.ua/biblio_m.html.
6. Шевчук С. В. Ділове мовлення. Модульний курс: Під-

ручник.- К.: Літера ЛТД, 2005.- С 165.

7. Михайлюк В. О. Українська мова професійного спрямування: Навчальний посібник.- К.: ВД «Професіонал», 2005.- 496 с
8. Глушиць С. В., Дияк О. В., Шевчук С. В. Сучасні ділові папери.- К.: А. С. К., 2005. - 400 с.
9. Паламар Л. М., Кацавець Г. М. Мова ділових паперів.- К.: Либідь, 1996.- 245 с
10. Прадід Ю. Ф. Українське ділове мовлення.- Сімферополь: Квадранал, 2003.- 150 с.
11. Сагач Г. М. Мистецтво ділової комунікації.- К.: Київ, ін-т банкірів банку «Україна», 1996.- С 19-21.
12. Сагач Г, М. Риторика в інтелектуальних іграх.- К.: Знання, 1990.- 28 с.
13. Онкович Г. В. Читаймо газету разом! Част. І. Пресо-дидактика: Навч. посібник.- К.: ІСДО, 1993.- 60 с.

J. Kulbabska

«THE UKRAINIAN LANGUAGE WITH PROFESSIONAL APPROACH» -
PROBLEMS AND PROSPECTS OF THE COURSE

The aim of the article is the attempt to show some current problems of the course «the Ukrainian language with professional approach» as well as possible and essential prospects in its development and renovation. General conclusions by results of the pilot investigation, which was conducted to clarify the level of students' knowledge of the basic rules of business communication, are given here.