

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**Харківський національний педагогічний університет
імені Г.С. Сковороди**

Український мовно-літературний факультет імені Г.Ф. Квітки-Основ'яненка
Кафедра української мови
Кафедра українознавства і лінгводидактики
Кафедра української і світової літератури

ФІЛОЛОГІЯ ХХІ СТОЛІТТЯ

**МАТЕРІАЛИ
VII ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
СТУДЕНТСТВА Й НАУКОВОЇ МОЛОДІ**

27 квітня 2017 року

м. Харків

УДК 811.161.2

*Ткаченко Анна Олександрівна**Харків, Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди
Наук. кер.: д. філол. н., проф. К.Ю. Голобородько*

ЕТИКЕТ ДІЛОВОГО ЛИСТУВАННЯ

Діловий етикет є показником стану взаємин між партнерами і державами, мовою міжнародних та бізнес-відносин. Одним із засобів обміну інформацією між організаціями й підприємствами є службові листи. Знання норм ділового етикету допоможуть встановлювати, підтримувати та розвивати ділові зв'язки; ефективно спілкуватися з колегами та діловими партнерами; краще розуміти та поважати культурні особливості країн та регіонів бізнес-партнерів. Таким чином, тема етикету ділового листування є надзвичайно актуальною, оскільки сучасні службові листи використовуються в усіх сферах ділової та службової діяльності.

Ділова кореспонденція постійно перебуває в полі зору науковців. Мовознавці значну увагу приділяли вивченню службових листів: С.В. Глущик [1:97] дослідив поняття ділового листа та його особливості; А.С. Головач [2] проаналізував специфіку оформлення ділової кореспонденції; класифікацію службових листів розробив А.Н. Діденко [4:57]; дослідженням етикету ділового мовлення та листування займалися Т.Б. Гриценко, С.В. Шевчук [3; 6].

Мета роботи – систематизувати та проаналізувати особливості службових листів як одного з основних видів довідково-інформаційних документів.

Мета дослідження зумовлює реалізацію таких завдань: визначити основні вимоги до оформлення ділового листа; охарактеризувати особливості складання службових листів; з'ясувати основні вимоги до змісту службового листа; дослідити значення етикету для досягнення успіхів у діловій сфері; здійснити порівняльний аналіз паперових та електронних ділових листів; проаналізувати типові помилки при складанні ділової кореспонденції.

Під час розробки даної теми були використані такі методи дослідження: аналіз, індукція, дедукція, синтез і систематизація.

Необхідно зауважити, що в усі часи листування відіграло важливу роль у дипломатичному спілкуванні: за відсутності складних засобів комунікації, це був чи не найзручніший вид укладання угод чи договорів на відстані.

До складання та оформлення листів ще здавна висувалися чіткі вимоги, з метою дотримання яких укладалися відповідні збірники.

Службовий лист будь-якої організації має бути складений та оформлений на спеціальному бланку, у разі відсутності якого використовують загальний бланк з обов'язковим відтворенням довідкових даних про організацію: поштової адреси, номерів телефонів, факсів, телексів, рахунків у банку, адреси електронної пошти, інших відомостей у разі потреби.

Будь-який службовий лист повинен мати заголовок до тексту. Наявність цього реквізиту значно полегшує роботу зі службовим листом на всіх етапах його проходження – від реєстрації в організації-адресанті до направлення до справи після виконання в організації-адресаті.

Текст службового листа має бути викладений стисло, грамотно, зрозуміло і коректно, без повторів та вживання слів і зворотів, які не мають смислового навантаження [5; 6].

Правила ввічливості вимагають відповісти на одержаний лист протягом 7 - 10 днів.

Основою службового листа є текст. Характерними ознаками тексту повинні бути правильність; змістовність; послідовність та логічність викладу; точність; доречність та доцільність. Правильно оформлений, недвозначний за змістом, бездоганний з погляду структури, грамотно написаний лист стане запорукою успіху справи організації, сприятиме створенню доброго враження про неї.

На початку тексту службового листа можна вжити звертання у ввічливій формі, що починається такими словами: *Шановний; Вельмишановний; Високоповажний; Пане* і завершується знаком оклику.

Якщо у листі звертаються до всього колективу або до групи людей, то використовують такі звертання: *Шановні колеги! Шановні панове! Шановні добродії! Шановні акціонери!*

У службових листах не дозволяється використовувати звертання, притаманні кореспонденції приватного характеру, наприклад: *Дорогий; Любий; Милій.*

Якщо в тексті листа, адресованого окремій особі, а не узагальненій організації, вживаються займенники *Ви, Вас, Вам, Вами, Ваш, Ваші*, то їх друкують з великої літери, а займенники *ми, нас, нам, нами, наш, наші* - з малої.

Після тексту з нового рядка над реквізитом «Підпис» можна розмістити так звану заключну формулу ввічливості. Найчастіше у службових листах вживають такі форми: *З повагою; Зі щирою повагою; З повагою та найкращими побажаннями; Із вдячністю та пошаною.*

Після заключної формули ввічливості розділовий знак не ставлять, а з наступного рядка розміщують підпис.

Необхідно зауважити, що етикет – це набір традиційних, проте змінюваних з часом норм поведінки. Оновлення знань етикету необхідне для того, щоб урівноважити вплив сучасних технологій на ділове спілкування. Наприклад, сьогодні часто використовують електронну пошту, спілкування за допомогою якої вимагає додаткової ввічливості. У наш час за наявності телефонного зв'язку та Інтернету роль ділового листування не слід недооцінювати. Воно й надалі залишається одним із найпоширеніших видів обміну інформацією.

Активне функціонування мережі Інтернет в усіх сферах життєдіяльності людини впливає на комунікативні особливості соціуму, зумовлює вироблення нових форм спілкування як у приватній сфері, так і в офіційно-діловій. Одним із найпопулярніших видів ділової кореспонденції є електронні листи. Як і будь-який інший вид комунікації, спілкування за допомогою електронної пошти має свої вимоги та правила: найменування (назва) листів із зазначенням у відповідному рядку «Тема» основної думки повідомлення; відповідність розміру та формі листа його призначенню; чіткість та лаконізм при наданні

відповіді; використання слів ввічливості та дотримання вимог правопису; необхідність перевірки тексту листа та його редагування.

Спільні та відмінні риси електронних листів з їх паперовими відповідниками

Спільне	Відмінне
<ul style="list-style-type: none"> - широке використання у кличній формі звертань; - наявність традиційних форм на початку і в кінці послання; - наявність у тексті особливих словосполучень з дієсловами наказового способу; - використання побажань, вітань; невимушеність у доборі мовних засобів; - безпосередність у вираженні емоцій; - вживання граматичних конструкцій, властивих розмовній мові; - функціональне призначення. 	<ul style="list-style-type: none"> - обмежене використання в електронному листі родинно-побутового спілкування; - довільна й необмежена практика обміну листами, при цьому скорочується відстань у часі й електронні листи набувають ознак діалогічної (чи полілогічної) розмови, чого немає у звичайних листах; - динамічність: сучасні технічні засоби дають змогу отримувати й надсилати електронні листи дуже швидко, що скорочує часокількісно відстань між електронними листами; - використання спрощених синтаксичних конструкцій, що вплинуло на змістову й стилістичну форму листа; - використання специфічних шаблонів початку і закінчення в ділових електронних листах; - у звичайному листі обов'язкова поштова адреса комуніканта, а в електронному сьогодні адресу змінила коротша інформація — електронна адреса особи чи організації; - листування між незнайомими комунікантами (листування в одному напрямкові). Оскільки написання одного листа і надсилання його на величезну кількість поштових електронних адрес є справою технічно нескладною, за наявності доступу до електронних баз таких адрес з'явилася можливість надсилати листи здебільшого рекламного характеру невідомим адресатам. Надсилання такої кореспонденції спричинило появу ще одного явища, характерного для електронного листування – спаму (лист, який не розрахований на зворотний зв'язок і написаний із метою зацікавити адресата).

Таким чином, електронні листи мають як низку спільних рис зі своїми паперовими відповідниками, зокрема у функціональному призначенні та у використанні етикетних форм спілкування, так значну кількість розбіжностей: форма, обсяг (для всіх електронних листів характерним є надмірний лаконізм у викладі), використання специфічних шаблонів початку і закінчення, динамічність тощо.

Під час аналізу текстів службових листів були виявлені такі види помилок:

1. Композиційні помилки.

Наприклад: *ХТЗ імені Малишева просить повести навчання керівного складу з питання складання текстів службових документів.*

При зворотному способі побудови описова частина стоїть після висновку.

Наприклад: *Проектом програми семінару передбачена доповідь Вашої організації на тему «Уніфікація систем документації».*

Композиційна стрункість службового листа визначається послідовністю викладу, характером і обсягом відомостей, що включаються до документа.

Правильне сприйняття тексту досягається за допомогою лаконічного викладу суті справи. У змісті листа необхідно виділяти головне, а подробиці та другорядні деталі опускати. Кожен аргумент потрібно доповнювати важливими фактами і цифрами.

2. Логічні.

Наприклад: *За результатами I семестру найвищі показники успішності з української мови мають учні б – А класу. Такі ж високі показники мають учні б-Б класу.* Протиріччя: найвищі показники може мати лише один із класів. Таким чином, із двох суджень одне істинне, а інше – ні.

3. Синтаксичні.

Типові порушення в побудові словосполучень, пов'язаних зв'язком керування, є результатом низького мовно-культурного рівня, недостатнього знання української мови. Варто перевірити, наприклад, чи правильні відмінки вживаються: завідувач кафедри, командував армією, згідно з наказом, відповідно до розкладу, усупереч проханню, ужити заходів. Складними випадками керування, що можуть призвести до помилок, є:

- близькозначні слова-синоніми можуть вимагати різних відмінків: *оволодіти (чим?) англійською мовою - опанувати (що?) англійську мову*; слова-пароніми мають не тільки різне значення, а й різне керування (чи можливості керування): *оснований (на чому?) на правилах – заснований (ким?) науковцем*; нерозрізнення керування в українській і російській мовах: однакове за значенням дієслово у різних мовах може вимагати від додатків неоднакових відмінкових форм: *дякувати (кому?) учителю – благодарить (кого?) учителя*; неправильне використання прийменників. Вони можуть бути зайві, напр.: *не поступаються за рівнем – треба не поступаються рівнем; повниться від щастя – треба повниться щастям та ін..*

Дотримання синтаксичних норм керування сприяє чіткості формулювання, точності викладу, а отже, зрозумілості, дохідливості ділового чи наукового стилю.

Таким чином, можна зробити висновки, що зазвичай труднощі при складанні службових документів викликають варіанти узгодження присудка з підметом, сполучення збірних іменників й іменних конструкцій з числівниками.

4. Морфологічні. Наприклад: *тридцять двоє осіб* – тридцять дві особи (складені числівники ніколи не повинні включати збірні числівники).

5. Лексичні.

Невиправдане вживання іноземних слів (*репрезентувати* – *представити*); неправильне використання слів і термінів; застосування плеоназмів і тавтологій та ін.

Наприклад: *Здійснювати преміювання* – *преміювати* (*розщеплення присудка*).

6. Стилiстичні.

Найпоширеніша з них – штучне подовження мови. Системи автоматичного перекладу не тільки продублюють стилістичні помилки вихідного документа, а й можуть додати нових. Як правило, програми помиляються, обираючи з варіантів можливого перекладу слова такий, що не відповідає стилістичному оформленню документа.

Таким чином, текст – головний реквізит, завдяки якому складається та оформлюється весь документ. Грамотним вважається текст документа, у якому логічно викладено думки, правильно вжито відповідні терміни і застосовано слова на позначення та роз'яснення понять. Відсутність помилок – це запорука правильного й однозначного витлумачення інформації адресатом.

У результаті проведеного дослідження ми дійшли до таких висновків:

- у наш час ділове листування залишається одним з найпоширеніших видів обміну інформацією;
- діловий лист набув відповідних рис, що характеризують його в усіх аспектах, до нього висувають певні вимоги, які полегшують роботу з ним не тільки під час складання, а й за використання його за призначенням;
- виклад тексту ділового листа має бути лаконічним, послідовним, переконливим і коректним; факти й події слід висвітлювати об'єктивно, всі аспекти розглядуваного питання викладати зрозуміло, стисло, але достатньою мірою повно;
- службовий лист оформляють на бланку для службового листа або на чистому аркуші паперу;
- повністю опрацьований службовий лист містить у собі такі основні реквізити: штамп (повна назва установа - автора листа), номер і дата листа, назва установи-адресата, текст листа;
- характерними ознаками тексту повинні бути правильність; змістовність; послідовність та логічність викладу; точність; доречність та доцільність;
- правильно оформлений, недвозначний за змістом, бездоганний з погляду структури, грамотно написаний лист стане запорукою успіху справи організації, сприятиме створенню доброго враження про неї.

Перспективою подальших розвідок є детальний аналіз типових помилок при складанні текстів службових листів, створення електронного посібника для вдосконалення та подальшого студіювання лексико-стилістичних особливостей службових документів з метою регулювання ділових і виробничих контактів, зв'язків між суб'єктами ділового партнерства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Глушик С.В. та ін. Сучасні ділові папери / С.В. Глушик, О.В. Дияк – К.: А.С.К., 2000. – 173с.
2. Головач А.С. Зразки оформлення документів: Для підприємств і громадян. – К.:

Сталкер, 1997. - 349 с. **3. Гриценко Т.Б.** Етика ділового спілкування. Навчальний посібник / К. : Центр учбової літератури, 2007.- 344 с. **4. Діденко А.Н.** Сучасне діловодство: Навч. посіб. – К.: Либідь, 1998. - 256 с. **5. Зубков М.Г.** Сучасне українське ділове мовлення: Навч. посіб. для вищ.і серед.спеціальн.навч.закладів. – Х.: Торсінг, 2001. - 384с. **6. Шевчук С.В.** Українське ділове мовлення. – К.: Вища шк., 1998. – 271 с.

УДК 811.161.2

Чіхрай Тетяна Іванівна

Острог, Національний університет «Острозька академія»

Наук. кер.: к. філол. н., доц. Л.С. Мініч

МЕТАФОРА ЯК ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ ФЕНОМЕН: ВИКОРИСТАННЯ У ФУТБОЛЬНОМУ ДИСКУРСІ МЕТАФОР З ІНШИХ ВИДІВ ДІЯЛЬНОСТІ

Постановка проблеми і її зв'язок з найважливішими науковими й практичними завданнями. Когнітивна метафора є одним із продуктивних засобів номінації у термінології футболу. Когнітивна метафора виступає однією з форм концептуалізації дійсності. Завдячуючи метафоричним асоціаціям під час пошуків нових термінів футбольна лексика активно проникає у ряд інших професійних галузей.

Актуальність статті, її мета, завдання, методи наукових досліджень. Актуальність теми роботи зумовлена потребою з'ясування ролі концептуальної метафори у футбольному дискурсі українського інтернет-простору. Дослідження спортивного дискурсу в медіапросторі уможливить розв'язання таких проблем: інституційний дискурс як спілкування у заздалегідь визначених межах; трансляція та поглинання різних спеціальних дискурсів засобами масової інформації та Інтернетом; еволюція жанрових систем; особливості реалізації інтенцій різних типів. Тож постає необхідність дослідження цих явищ як одиниць когнітивної лінгвістики. Мета роботи – виявлення концептуальних метафор футбольного дискурсу в інтернет-просторі, які запозичені з інших видів діяльності, розкриття їхнього функційного навантаження. Відповідно до напрямку дослідження, роботу виконано на основі методів, які доповнюють один одного: порівняльного, систематизації та описовий із використанням етимологічного, словотвірного, структурно-семантичного. Основним методом, який ми використали у нашій роботі, є метод концептуального аналізу. На сьогодні це провідний метод у когнітивній лінгвістиці. Також у семасіологічному функційно-комунікативному аналізі доцільно поєднувати структурний і концептуальний підходи.

Основний матеріал дослідження з обґрунтуванням одержаних наукових результатів. Симбіоз футбольної активності з іншими професійними сферами є доволі продуктивним. До футбольної мовної системи належать і окремі лексичні одиниці, і часом – мікросистеми термінів. У зв'язку з цим футбольна термінологіка постає як відкрита, динамічна структура, що знаходиться на етапі постійного розвитку і збагачення.