

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

ОГАРЄНКО Тетяна

**МОВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ
І КОМУНІКАТИВНА МАЙСТЕРНІСТЬ ФАХІВЦЯ**

**КУРС ЛЕКЦІЙ
НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК**



Кропивницький – 2026

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

ОГАРЄНКО Тетяна

**МОВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ
І КОМУНІКАТИВНА МАЙСТЕРНІСТЬ ФАХІВЦЯ**

**КУРС ЛЕКЦІЙ
НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК**

Кропивницький – 2026

УДК 81'271:378.147

О 36

Автор:

Огаренко Т.А., кандидат філологічних наук, доцент

Рекомендовано до друку вченою радою

Центральноукраїнського національного технічного університету

(протокол № 10 від 25 травня 2026 року)

Рецензенти:

Панченко Володимир Анатолійович – доктор економічних наук, доктор наук з державного управління, професор, завідувач кафедри менеджменту авіаційної діяльності Української державної льотної академії;

Ліштаба Тетяна Василівна – кандидат філологічних наук, доцент, методист відділу ліцензування та акредитації Центру забезпечення якості вищої освіти Української державної льотної академії.

Огаренко Т.А. Мовна компетентність і комунікативна майстерність фахівця. Курс лекцій: навч. посібник [електронне видання]. Кропивницький: ЦНТУ, 2026. 70 с.

Навчальний посібник «Мовна компетентність і комунікативна майстерність фахівця» спрямований на формування у здобувачів вищої освіти високого рівня мовної культури, професійно-комунікативної компетентності та навичок ефективного усного й писемного спілкування у фаховій діяльності.

У посібнику висвітлено основні питання сучасної української літературної мови, культури професійного мовлення, мовних норм, функціональних стилів. Значну увагу приділено комунікативній майстерності фахівця, законам ефективної комунікації, запобіганню комунікативним невдачам та розвитку навичок публічного виступу.

Видання адресоване здобувачам вищої освіти різних спеціальностей, викладачам закладів вищої освіти, а також усім, хто прагне вдосконалити мовну компетентність і культуру професійного спілкування.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
ТЕМА 1. ДЕРЖАВНА МОВА – МОВА ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ.....	5
ТЕМА 2. ОСНОВИ КУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ.....	15
ТЕМА 3. СТИЛІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРНОЇ МОВИ В ПРОФЕСІЙНОМУ СПІЛКУВАННІ.....	30
ТЕМА 4. СПІЛКУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ. СУТНІСТЬ, СТРУКТУРА І ВИДИ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ	37
ТЕМА 5. ОЗНАКИ І ЧИННИКИ ЕФЕКТИВНОЇ	46
МОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ	46
ТЕМА 6. ОЗНАКИ І ПРИЧИНИ НЕУСПІШНОЇ	54
ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ.....	61
ЗРАЗОК АНКЕТИ ДЛЯ ОПИТУВАННЯ.....	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	67

ВСТУП

Сучасне суспільство характеризується стрімким розвитком інформаційного простору, активізацією професійної взаємодії та зростанням ролі комунікації в усіх сферах людської діяльності. У таких умовах особливого значення набуває мовна компетентність фахівця, адже саме вміння грамотно, чітко й доречно висловлювати свої думки забезпечує ефективність професійного спілкування, сприяє формуванню позитивного іміджу особистості та підвищує рівень професійної культури. Володіння державною мовою, дотримання норм сучасної української літературної мови, уміння будувати конструктивну комунікацію є необхідними складниками професійної підготовки майбутніх фахівців незалежно від галузі діяльності.

Українська мова як державна виконує важливу суспільну функцію – забезпечує єдність нації, сприяє розвитку культури, освіти, науки, державотворчих процесів. Водночас вона є основним засобом професійного спілкування, інструментом передачі знань, досвіду та інформації. Тому формування високого рівня мовної культури студентів закладів вищої освіти є одним із пріоритетних завдань сучасної освіти.

Навчальний посібник спрямований на формування в здобувачів освіти навичок ефективної мовної та комунікативної діяльності, розвиток культури професійного мовлення, удосконалення практичних умінь застосовувати мовні засоби відповідно до ситуації спілкування. Матеріали посібника допоможуть студентам усвідомити роль української мови у професійній сфері, оволодіти основами мовленнєвого етикету, навчитися уникати комунікативних помилок і будувати успішну взаємодію в колективі та суспільстві.

ТЕМА 1. ДЕРЖАВНА МОВА – МОВА ПРОФЕСІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ

Значення комунікації в професійній діяльності фахівців. Мова професійного спілкування

Мова професійного спілкування (МПС) – це форма сучасної української літературної мови (СУЛМ), специфіку якої зумовлюють особливості спілкування у виробничо-професійній сфері. МПС – це спеціальна мова, насичена професіоналізмами і термінами; це засіб ефективного, “мовного професійного спілкування”, це наука і мистецтво усної переконуючої комунікації, що становить фундамент професіоналізму.

У сучасному суспільстві комунікація є невід’ємною складовою професійної діяльності. Успіх будь-якої організації, підприємства чи установи значною мірою залежить від ефективності обміну інформацією між працівниками, керівниками, клієнтами та партнерами.

Комунікація – це процес передавання, сприйняття та обміну інформацією між людьми за допомогою вербальних і невербальних засобів. У професійному середовищі вона виступає інструментом організації праці, координації дій, прийняття рішень і встановлення ділових взаємин.

Обслуговуючи потреби суспільства, мова професійного спілкування як частина СУЛМ виконує низку функцій, важливих для суспільної та виробничої галузей.

Комунікативна функція МПС є ключовим інструментом взаємодії у професійній фері та забезпечує обмін інформацією у виробничих процесах. З погляду комунікації також варто розглядати тексти як результат діяльності учасників спілкування, що здійснюється через обмін письмовими матеріалами.

Ідентифікаційна функція МПС проявляється у часовому та

просторовому аспектах. Кожен працівник має власний унікальний мовний образ, який відображає не лише національні, культурні та вікові особливості, а й рівень його професійної підготовки.

Експресивна функція полягає в тому, що вона слугує універсальним засобом вираження внутрішнього світу людини. Чим краще спеціаліст володіє мовою професійного спілкування, тим точніше й яскравіше він може проявити себе як особистість.

Гносеологічна функція МПС виступає засобом пізнання виробничих процесів і міжособистісних взаємин. Фахівець спирається не лише на власний досвід, а й на загальний досвід суспільства. Ця функція охоплює не тільки накопичення знань, а й безпосередньо пов'язана з мисленням та формуванням думок.

Мислетворча функція означає, що процес мислення відбувається за допомогою мовних засобів. Мислення може бути як конкретним, так і абстрактним, тобто понятійним. Понятійне мислення передбачає оперування термінами, які логічно пов'язані між собою. Отже, мислення фактично є процесом роботи з мовним матеріалом.

Естетична функція підкреслює, що мова є основою культури, а мова професійного спілкування – фундаментом професійної культури. Вона також виступає засобом формування та передавання професійних цінностей. Номінативна функція полягає у називанні явищ і понять. Усе, що людина пізнає у професійній діяльності, отримує власну назву і саме так закріплюється у свідомості. Цей процес називають оволодінням мовою професійної сфери, а в назвах відображаються реальні явища дійсності.

Сучасний роботодавець високо цінує так звані soft skills – гнучкі навички, серед яких комунікація посідає одне з провідних місць.

Для формування комунікативної компетентності важливими є:

- участь у тренінгах;
- практика публічних виступів;

- робота над культурою мовлення;
- розвиток критичного мислення;
- вивчення психології спілкування.

Професійна комунікація охоплює усне ділове мовлення; письмове спілкування; електронну комунікацію; публічні виступи; переговори; професійний етикет.

Для фахівців економічної сфери та сфери обслуговування комунікація є не лише допоміжною навичкою, а й важливим компонентом професійної компетентності.

Ефективна комунікація забезпечує:

- обмін інформацією;
- координацію професійної діяльності;
- формування позитивного іміджу організації;
- запобігання конфліктам;
- розвиток партнерських відносин;
- підвищення продуктивності праці.

У професійній діяльності фахівець постійно взаємодіє з різними категоріями людей, а саме: колегами; керівництвом; клієнтами; інвесторами; партнерами; споживачами послуг.

Низький рівень комунікативної культури може призвести до конфліктів, втрати клієнтів, помилок у роботі та погіршення репутації організації.

Економічна діяльність безпосередньо пов'язана з постійним інформаційним обміном. Економісти, менеджери, маркетологи, фінансисти, бухгалтери повинні вміти:

- аналізувати інформацію;
- вести ділові переговори;
- презентувати результати роботи;
- складати ділову документацію;

- працювати в команді.

Комунікація в економічній сфері характеризується низкою рис: офіційністю, точністю, логічністю, переконливістю, відповідальністю за зміст інформації.

Сучасний ринок праці вимагає від економістів високого рівня комунікативної мобільності, здатності швидко адаптуватися до нових умов і працювати в багатокультурному середовищі.

Сфера обслуговування є однією з найбільш комунікативно орієнтованих сфер діяльності. Успішність роботи працівника часто визначається не лише професійними знаннями, а й якістю взаємодії з клієнтом.

До сфери обслуговування належать:

- готельно-ресторанний бізнес;
- туризм;
- торгівля;
- банківська сфера;
- транспорт;
- страхування;
- консалтингові послуги.

Основними завданнями професійної комунікації у сфері обслуговування є:

- встановлення довіри;
- виявлення потреб клієнта;
- створення позитивного емоційного враження;
- формування лояльності споживачів.

Працівник сфери обслуговування повинен:

- володіти технікою активного слухання;
- бути ввічливим;
- контролювати емоції;

- демонструвати доброзичливість;
- уміти вирішувати конфліктні ситуації.

Особливе значення має невербальна комунікація, тобто міміка, жести, інтонація, зовнішній вигляд, дистанція спілкування.

Комунікативна компетентність – це здатність ефективно взаємодіяти з іншими людьми в різних професійних ситуаціях.

Вона включає мовну компетентність, культуру мовлення, навички ділового етикету, емоційний інтелект, здатність до міжкультурної комунікації, уміння працювати в команді.

У професійній діяльності можуть виникати різні комунікативні бар'єри:

- психологічні;
- мовні;
- емоційні;
- культурні;
- організаційні;
- технічні.

Основними причинами непорозумінь є:

- невміння слухати;
- недостатня чіткість повідомлення;
- емоційна напруга;
- різниця в професійному досвіді;
- стереотипи.

Для подолання бар'єрів важливо:

- формулювати думки чітко й зрозуміло;
- використовувати зворотний зв'язок;
- дотримуватися професійної етики;
- розвивати емпатію;
- уникати конфліктогенів.

Ефективна комунікація сприяє створенню позитивного психологічного

клімату в колективі та підвищує якість професійної діяльності. Для успішної фахової діяльності потрібні такі творчі риси особистості:

- мотиваційно-творчі (потреба в самореалізації, хист до творчості тощо);
- емоційно-творчі (співпереживання (здатність відчувати емоційний настрій інших), насичений емоційний досвід тощо);
- інтелектуально-творчі (розбіжне (багатоаспектне) мислення, прозорливість, спроможність до змін, розгорнуті уява та фантазія);
- естетично-творчі (прагнення до прекрасного, естетичне співпереживання, відчуття міри, манери; почуття гумору);
- комунікативно-творчі (співпраця у творчих справах; здатність спонукати до творчості інших, збирати творчий досвід);
- екзистенційно-творчі (позитивна Я-компетентність, відмова від конформізму; власна манера діяльності).

Формування фахової мовнокомунікативної спроможності вимагає:

- ґрунтовних професійних знань та опанування поняттєво-категоріального апарату певної фахової царини та відповідної сукупності термінів;
- відмінне володіння сучасною українською літературною мовою;
- вправне професійне вживання мовних стилів і жанрів залежно від місця, часу, обставин, статусно-рольових характеристик співрозмовника;
- знання етикетних мовних формул та навичка їх застосування у професійній взаємодії;
- здатність опрацьовувати різні види текстів;
- вправність у навігації серед обсягів різнопланової та різнорідної інформації українською мовою на різних засобах комунікації;
- вміння відшукувати, добирати, сприймати, аналізувати та застосовувати інформацію профільованого спрямування;
- володіння інтерактивною комунікацією (миттєве відповідне

реагування на нові відомості у контексті попередніх даних);

- володіння засадами риторичних знань та умінь;
- здатність оцінювати комунікативну ситуацію та приймати фахове рішення і планувати комунікативні кроки.

Професійна мовна (мовнокомунікативна) спроможність особистості є ознакою становлення системи професійних знань, комунікативних умінь і навичок, ціннісних орієнтирів, загальної гуманітарної культури, інтегральних показників культури висловлювання, потрібних для якісної фахової діяльності.

Мовне законодавство і мовна політика в Україні. Державна мова в Україні

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

Державною є мова більшості корінного населення країни, тобто мова корінної національності. Державною в Україні може бути лише *літературна українська мова* як мова корінного народу. Українська мова – єдина національна мова українського народу.

У Конституції України (ст.10) зазначено: “Державною мовою в Україні є українська мова. Держава забезпечує всебічний розвиток і функціонування української мови в усіх сферах суспільного життя на всій території України. В Україні гарантується вільний розвиток, використання й захист російської, інших мов національних меншин України. Держава сприяє вивченню мов міжнародного спілкування. Застосування мов в Україні гарантується Конституцією України та визначається законом” [1].

За функціональним призначенням, виражальними можливостями, емоційно-експресивною насиченістю та милозвучністю українська

літературна мова належить до найрозвиненіших мов світу і має давні писемні традиції. Найдавніший період функціонування української літературної мови засвідчено писемними пам'ятками Київської Русі (XI – XIII ст.). У писемних пам'ятках цього періоду, написаних старослов'янською мовою, що була запроваджена просвітителами Кирилом і Мефодієм, досить виразно простежуються риси українського живого мовлення.

16 грудня 1999 року Конституційний Суд прийняв рішення про офіційне тлумачення статті 10 Конституції України щодо застосування державної мови органами державної влади, органами місцевого самоврядування та використання її у навчальному процесі в освітніх закладах країни.

Конституційний Суд ухвалив: «Положення частини першої статті 10 Конституції України, за яким "державною мовою в Україні є українська мова", треба розуміти так, що українська мова як державна є обов'язковим засобом спілкування на всій території України при здійсненні повноважень органами державної влади та органами місцевого самоврядування (мова актів, роботи, діловодства, документації тощо), а також в інших публічних сферах суспільного життя, які визначаються законом (частина п'ята статті 10 Конституції України).

Поряд з державною мовою при здійсненні повноважень місцевими органами виконавчої влади, органами Автономної Республіки Крим та органами місцевого самоврядування можуть використовуватися російська та інші мови національних меншин у межах і порядку, що визначаються законами України.

Виходячи з положень статті 10 Конституції України та законів України щодо гарантування застосування мов в Україні, в тому числі у навчальному процесі, мовою навчання в дошкільних, загальних середніх, професійно-технічних та вищих державних і комунальних навчальних закладах України є українська мова.

Рішення Конституційного Суду України є обов'язковим до виконання на території України, остаточним і не може бути оскарженим» [3].

У 2019 році був прийнятий Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» [2]. Закон був ухвалений Верховною Радою 25 квітня 2019 року та набрав чинності 16 липня 2019 року. Його поява зумовлена необхідністю зміцнення ролі української мови як основи національної ідентичності, засобу єдності суспільства та інструменту державного управління.

Мета та завдання закону. Основною метою закону є забезпечення всебічного розвитку і функціонування української мови як державної на всій території України. Закон спрямований на:

- зміцнення статусу української мови;
- забезпечення її обов'язкового використання у публічній сфері;
- створення умов для її популяризації;
- захист мовних прав громадян України.

Основні положення закону

1.*Обов'язковість використання державної мови.* Українська мова є обов'язковою для органів державної влади, місцевого самоврядування, у сфері освіти, науки, культури, медіа, обслуговування споживачів та бізнесу. Наприклад, у сфері торгівлі та готельно-ресторанного бізнесу обслуговування клієнтів має здійснюватися українською мовою, якщо інше не передбачено проханням клієнта.

2.*Сфера освіти.* Освітній процес у державних і комунальних закладах здійснюється державною мовою. Це сприяє формуванню професійної компетентності та єдиного освітнього простору.

3.*Медіа та інформаційний простір.* Закон встановлює вимоги щодо використання української мови у засобах масової інформації, телебаченні, радіо та друкованих виданнях, що сприяє зміцненню інформаційної безпеки держави.

4. *Сфера обслуговування.* Суб'єкти господарювання зобов'язані обслуговувати споживачів українською мовою. Це особливо важливо для майбутніх фахівців сфери торгівлі та готельно-ресторанного бізнесу, оскільки визначає стандарти професійної комунікації.

5. *Контроль за виконанням закону.* Для забезпечення реалізації норм закону введено посаду Уповноваженого із захисту державної мови, який здійснює контроль та реагує на порушення.

6. *Відповідальність за порушення.* Закон передбачає адміністративну відповідальність за недотримання його вимог у визначених сферах [2].

Українська мова є основною ознакою національної ідентичності та важливим чинником консолідації українського суспільства. Вона історично сформувалася на території України й стала підґрунтям державотворення та офіційною мовою держави. Між мовою та національною безпекою існує тісний взаємозв'язок, адже функціонування державної мови забезпечує культурну цілісність, суспільну єдність і зміцнення національної свідомості. Водночас володіння державною мовою є необхідною умовою професійного становлення сучасного фахівця, оскільки сприяє розвитку професійної комунікації, формуванню ділової культури, конкурентоспроможності та успішній самореалізації в професійній діяльності.

ТЕМА 2. ОСНОВИ КУЛЬТУРИ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Культура мовлення та мовленнєва культура

Успішність мовної комунікації значною мірою залежать від культури мовлення її учасників. Грамотний мовець, який здатен чітко і зрозуміло висловлювати свої думки, привертає до себе увагу, викликає симпатію і довіру. Культура мовлення значною мірою є показником рівня інтелектуального розвитку людини, її професійних здібностей.

Культура мовлення охоплює:

- 1) мовний (нормативний) аспект знання й дотримання норм літературної мови;
- 2) комунікативний аспект – вибір і вживання мовних засобів відповідно до комунікативних цілей і намірів;
- 3) етичний аспект – знання й дотримання правил мовленнєвого етикету.

Отже, якісна оцінка висловлювань комунікантів з погляду культури мовлення потребує відповіді на такі питання: чи є мовлення правильним, чи побудоване воно відповідно до літературних норм? чи є мовлення доречним, дієвим, майстерним у певній ситуації? чи відповідає мовлення правилам етики спілкування (мовленнєвому етикету)?

Культура мовлення є одним із компонентів мовленнєвої культури і входить до складу культури мовленнєвої діяльності, спілкування, загальної гуманітарної культури.

Поняття «мовленнєва культура» ширше за поняття «культура мовлення» [19].

Мовленнєва культура є важливою складовою загальної культури народу, яка охоплює мову, способи реалізації мовлення, систему загальновизнаних мовленнєвих текстів, правила й традиції спілкування, поєднання вербальних і невербальних засобів комунікації, закріплених у

мовній картині світу. Вона також включає механізми збереження, передавання та оновлення мовних традицій, мовну свідомість суспільства у побутовій і професійній сферах, а також науку про мову.

Виокремлюють мовленнєву культуру суспільства та мовленнєву культуру особистості.

Мовленнєва культура суспільства полягає у відборі, накопиченні та збереженні найкращих зразків мовлення, розвитку літературної спадщини й дотриманні норм літературної мови в усіх сферах суспільного життя.

Мовленнєва культура особистості має індивідуальний характер. Вона визначається рівнем мовної ерудиції людини та її здатністю ефективно використовувати мовні знання у спілкуванні. Така культура поєднує елементи суспільної мовленнєвої культури, але водночас передбачає власний стиль мовлення, індивідуальні мовні вподобання та рівень освіченості.

Залежно від рівня володіння літературною мовою розрізняють кілька типів мовленнєвої культури: елітарну, середньолітературну, літературно-розмовну та фамільярно-розмовну.

Елітарна мовленнєва культура вважається зразковою, оскільки характеризується бездоганим дотриманням мовних норм і вільним використанням усіх можливостей мови.

Середньолітературна мовленнєва культура допускає часткове відхилення від мовних норм і є типовою для більшості освічених носіїв мови. Літературно-розмовна та фамільярно-розмовна культури мають змішаний характер і поєднують елементи літературного та розмовного мовлення. З одного боку, вони властиві тим комунікантам, які володіють тільки розмовним стилем, з іншого – можуть бути різновидами елітарної та середньолітературної мовленнєвої культури за умови обмеженої сфери спілкування. Літературно-розмовна культура мовлення властива мовцям у неофіційному, безпосередньому спілкуванні, а фамільярно-розмовна – у близькородинному або близькодружньому спілкуванні.

Фамільярно-розмовна мовленнєва культура відрізняється загальною стилістичною зниженістю та огрубілістю мовлення, що наближає її до просторіччя.

Таким чином, культура мовлення ґрунтується на двох основних складниках: дотриманні усталених мовних норм і формуванні індивідуального стилю мовлення. Дотримання норм літературної мови забезпечує правильність і нормативність висловлювання, тоді як розвиток власного стилю сприяє вдосконаленню мовленнєвої майстерності. Високий рівень культури мовлення полягає не лише у правильному використанні мовних засобів, а й у вмінні добирати найбільш точні, доречні та ефективні мовні форми відповідно до конкретної комунікативної ситуації.

Мовні норми і правильність мовлення

Одним із основних та обов'язкових показників культури мовлення є його правильність.

Правильність мовлення – відповідність мовлення нормам сучасної літературної мови.

Правильність мовлення залежить від дотримання мовцем мовних норм.

Мовна норма – правила зразкового та загальновизнаного використання мовних засобів у певний період розвитку літературної мови.

Характерними ознаками мовних норм є відносна стабільність, поширеність, загальновживаність, загальна обов'язковість, відповідність можливостям мовної системи.

Мовне явище вважають нормативним, якщо воно відповідає структурі мови; масово та регулярно відтворюється в процесі комунікації; схвалюється та визнається суспільством.

Основними джерелами мовних норм є художні твори класиків літератури та сучасних авторів, які продовжують традиції літературної мови,

матеріали засобів масової інформації, усталена практика сучасного мововживання, а також результати лінгвістичних досліджень.

Мовні норми забезпечують збереження літературної мови, оберігаючи її від надмірного впливу діалектів, просторіччя, соціальних і професійних жаргонів, що сприяє повноцінному виконанню нею культурної та суспільної функцій.

Мовні норми кодифіковані (узаконені) в підручниках, граматиках, словниках, довідниках. Однак у мовленні їх часто порушують. Однією з основних причин цих порушень є динамічність норм. Вони, з одного боку, є стійкими (їх стабілізує традиція, мова класичної літератури), а з іншого – мінливими, оскільки мова постійно розвивається, модифікується колективними зусиллями її користувачів. Отже, норми віддзеркалюють закономірні явища й процеси, що відбуваються в мові та підтримуються мовленнєвою практикою.

Крім мовних норм, існують ще й мовленнєві норми.

Мовленнєва норма – це система найбільш усталених і загальноприйнятих способів реалізації мовних засобів, які сформувалися, були відібрані та закріплені в процесі суспільного спілкування.

Формується мовленнєва норма в процесі функціонування та розвитку мови під впливом змін соціальної структури. Тому оволодіння мовленнєвими нормами є тривалим процесом засвоєння принципів використання мовних одиниць відповідно до типів комунікації. Найголовніше в цьому процесі – усвідомлення необхідності дотримання норм мовлення для досягнення цілей комунікації.

У формуванні мовленнєвої норми діють стихійні і свідомі процеси. Стихійність пов'язана з масовим і регулярним використанням певної мовної одиниці в мовленні носіїв мови. Свідомими є процеси кодифікації стихійно сформованих мовних форм у граматиці та словниках. Норми охоплюють всі рівні мови і диференціюються в різних формах її реалізації. З огляду на це

виокремлюють норми усного (*орфоепічні норми* – правила вимови, наголосу та інтонації) та писемного (*орфографічні норми* – правила правопису; *пунктуаційні норми* – правила використання розділових знаків) мовлення.

До норм, що визначають правильність усного і писемного мовлення, належать:

1) лексичні норми – правила вибору слова з низки одиниць, близьких йому за значенням, а також його вживання в тих значеннях, які воно має в літературній мові;

2) граматичні норми, які охоплюють:

а) словотвірні норми – правила поєднання частин слова і створення нового слова за певною моделлю;

б) морфологічні норми – правила побудови граматичних форм слів різних частин мови;

в) синтаксичні норми – правила побудови словосполучень і речень;

3) стилістичні норми – правила вживання мовної одиниці відповідно до законів жанру, особливостей функціонального стилю та умов спілкування;

4) орфоепічні норми – правильна вимова, яка запобігає нерозумінню або неправильному розумінню висловлення;

5) орфографічні норми – регулюють правильне написання слів;

5) пунктуаційні норми – правильне вживання розділових знаків для точної передачі змісту.

Отже, правильність мовлення передбачає дотримання правил вимови, наголосу, правопису, слововживання, граматики й стилістики, що робить мовлення чітким, точним, виразним. Правильність мовлення є однією з умов ефективності комунікації.

Комунікативні якості мовлення

Культура мовлення, окрім дотримання літературних норм, передбачає

вибір і вживання мовних засобів відповідно до комунікативних завдань. Носії мови мають володіти функціональними стилями, а також орієнтуватися на умови спілкування, що суттєво впливає на те, як вони говорять або пишуть у конкретну хвилину.

З огляду на комунікативний аспект до основних якостей мовлення, що забезпечують ефективність комунікації та характеризують рівень мовленнєвої культури мовця, крім правильності мовлення, зараховують також: точність, ясність, доступність, логічність, чистоту, естетичність, багатство, виразність, доречність і змістовність мовлення.

Точність мовлення – це комунікативна якість, яка полягає у повній відповідності змісту висловлювання реальній дійсності та задуму мовця. Вона ґрунтується на здатності чітко й логічно мислити, глибокому знанні предмета мовлення, правильному розумінні значень слів, а також умінні доречно використовувати мовні засоби відповідно до функціонального стилю тексту.

Точність залежить від правильності слововживання, вміння обрати необхідний синонім, врахування багатозначності та омонімії, правильного сполучення слів. Мовлення є точним, якщо мовець добирає слова і конструкції, що точніше за інших передають відтінки смислу, істотні саме для цього висловлювання.

Поняття «точність висловлювання» відображає два аспекти: точність у відтворенні дійсності, що пов'язана з істинністю висловлювання (правда або брехня), і точність вираження думки у слові, що припускає певні недоліки – відсутність конкретності, сплутування близьких за звучанням, але різних за значення слів (паронімів) тощо.

Ясність мовлення – характеристика, що формує зрозумілість мовлення для адресата, відповідно, потребує найменших зусиль у сприйнятті та розумінні висловлювання навіть при складності його змісту.

Досягається вона правильністю й точністю, а також урахуванням мовцем обізнаності та мовленнєвих навичок співрозмовника. Ясність

пов'язана з бажанням мовця зробити своє мовлення придатним для сприйняття партнером по спілкуванню, тому дуже важлива для дієвості мовлення.

Доступність мовлення – якість мовлення, що передбачає дохідливість висловлювання, здатність певної форми мовлення бути зрозумілою адресату, зацікавити його.

Дохідливість пов'язана з ясністю, хоча не все, що ясно викладене, може бути доступним для розуміння кожної людини. Наприклад, прочитана ясною мовою лекція з ядерної фізики може бути недоступною філологам.

Логічність мовлення – якість мовлення, що пов'язана з відповідністю висловленого законам логіки.

Для досягнення логічності мовлення необхідно дотримуватися таких правил:

1. Урахування лексичної сполучуваності (сполучуваність одного слова з іншим у фразі або реченні не може бути суперечливою).

2. Дотримання правильного порядку слів, що сприяє логічній послідовності висловлювань.

3. Використання вставних слів, що увиразнюють послідовність викладу (наприклад, «по-перше», «по-друге», «скажімо», «отже», «нарешті» тощо).

4. Продукування послідовних і несуперечливих висловлювань (дотримання теми розмови, відсутність переривання тощо).

5. Членування мовлення на логічно й за змістом поєднані частини (наприклад, формулювання думки, її конкретизація, розвиток, перехід до іншої теми).

6. Урахування традиційного змістово-логічного членування мовлення на три частини (вступ, основна частина, завершальна частина).

Логічність вважають мисленневою основою мовлення. Вона передбачає логічну співвіднесеність висловлювань. Висловлювання мають відображати логіку дійсності, логіку думки й характеризуватися логікою мовленнєвого

вираження. Логічність думки (або змісту висловлювання) означає правильність відображення фактів дійсності та їх зв'язків (причина – наслідок, схожість – відмінність тощо), доцільність висунутої гіпотези, наявність аргументів «за» чи «проти», зведення аргументів до висновків.

Логічності досягають завдяки уважному ставленню до всього дискурсу, зв'язності думок і чіткому композиційному задуму.

Чистота мовлення – формується відсутністю в мовленні чужих для літературної мови елементів або елементів, що не дозволені нормами моралі (слова-паразити, діалектизми та просторіччя, варваризми, жаргонізми, вульгаризми).

Цієї якості мовлення можна досягти завдяки знанню стилістичної характеристики вживаних слів, продуманості мовлення, униканню багатослівності, повторів, бажанню дотримуватися літературних норм.

Естетичність мовлення – уникнення в мовленні засобів вираження, які неприйнятні літературною мовою й можуть бути образливими для честі та гідності людини засобів вираження.

Багатство мовлення – якість мовлення, що визначає набір мовних засобів (лексичних, граматичних, стилістичних), якими людина володіє і вміло користується відповідно до ситуації.

Воно зумовлене різноманіттям засобів вираження думки, значним лексичним запасом. Досягти цього можна, читаючи художню літературу, періодичну пресу, вдумуючись у граматичні й стилістичні особливості текстів, відтінки значень слів.

Виразність мовлення – якість мовлення, що забезпечується вибором таких мовних засобів, які посилюють враження від висловлювання, викликають і підтримують інтерес у адресата, впливають на його розум і почуття.

Для виразності мовлення важливим є самостійність мислення мовця та його внутрішня впевненість у значущості висловлювання, а також уміння

обирати оригінальні способи передавання умісту його думки. Виразності мовлення досягають використанням художніх прийомів, мовленнєвих фігур (антитеза, паралелізм, риторичне питання, повтор тощо) і тропів (порівняння, перифраз, метонімія, синекдоха, епітет, гіпербола тощо), прислів'їв, фразеологічних зворотів, крилатих виразів тощо.

Доречність мовлення – якість мовлення, що передбачає сувору відповідність мовлення умовам і цілям спілкування, змісту інформації, що передається, обраному жанру й стилю викладу, індивідуальним особливостям автора та адресата.

Виокремлюють:

1) *контекстуальну доречність* (відповідність мовних засобів певному текстовому оточенню),

2) *ситуативну доречність* (відповідність мовних засобів конкретній ситуації спілкування)

3) *особистісно психологічну доречність* (відповідність мовних засобів культурі мислення мовця, його ідейним позиціям і переконанням, шанобливому ставленню до адресата).

Доречність мовлення забезпечується правильним розумінням ситуації та вмінням користуватися мовними ресурсами з урахуванням реєстрових складових дискурсу (особи адресата та конкретних обставин спілкування): мовлення є доречним, якщо реєстрові характеристики дискурсу відповідають ситуації спілкування.

Змістовність мовлення – якість мовлення, що передбачає інформаційну новизну і насиченість мовленнєвого твору.

Вона безпосередньо пов'язана з пізнавальною діяльністю мовця та передбачає осмислення ключових положень “мови, зануреної в життя” і передавання їх суті в узагальненій формі. Автор має розкрити кожне положення в такому обсязі, який є достатнім і зрозумілим для конкретного адресата. При цьому змістова структура висловлювання повинна бути чітко

підпорядкована головній ідеї (темі) тексту.

Для оцінювання змістовності мовлення використовують такі критерії: істинність, науковість, новизна, актуальність, прагматичність.

Змістовність мовлення забезпечується ретельним добором матеріалу мовлення, настановою адресанта на досягнення своєї мети.

Комунікативні якості мовлення необхідні для максимального впливу на адресата, вони оптимально забезпечують потреби спілкування та свідчать про високу мовленнєву культуру мовця.

Акустичні параметри мовлення

Важливу роль у процесі комунікації відіграють акустичні (звукові) якості усного мовлення. Блискучої за змістом промови не сприймуть слухачі, якщо вона буде виголошена недостатньо гучно, монотонно, невиразно, із запинками та мовленнєвими помилками. Від голосу мовця значною мірою залежатиме, будуть його слухати чи ні. Тому вміле володіння голосовим апаратом також належить до культури мовлення.

Усі органи голосового апарату беруть участь у створенні членороздільних звуків, надають усному мовленню таких характеристик, як гучність, темп, висота, тембр, дикція.

Гучність мовлення – параметр мовлення, пов'язаний з інтенсивністю звучання.

Вона дає змогу донести мовлення до всієї аудиторії. На гучність впливає психологічний стан мовця, його впевненість у собі та здатність контролювати себе. При цьому голос є другорядним механізмом. Обов'язкова умова гучності – уміння забезпечувати правильне дихання.

Важливою особливістю голосу поряд з гучністю є *виразність*. В окремому слові виразність реалізується завдяки наголосу. Він допомагає розрізняти поняття, наголошувати на важливості певного слова у фразі.

Для акцентування на певних смислових частинах висловлювання їх вимовляють переважно гучніше за незначні.

Темп мовлення – характеристика мовлення, яка досягається швидкістю мовлення, тривалістю звучання слів, інтервалами й тривалістю пауз.

Швидкість мовлення залежить від змісту мовлення та особливостей мовця. За даними досліджень зазвичай оратори вимовляють до 150 слів за хвилину. Мовлення переважно стриманіше, якщо зміст повідомлення важливіший.

Пауза має потужне значення за умови правильного її використання. Ця тимчасова перерва у звучанні допомагає налагодити дихання, зорієнтуватися при переході від однієї думки до іншої, привертнути увагу слухачів до тих фрагментів, які потребують наголошення. В усному мовленні доводиться робити паузу частіше, ніж це відповідає розділовим знакам у його писемному варіанті, задля чіткості й виразності.

Висота голосу – параметр мовлення, що визначається частотою коливання голосових зв'язок.

Зміну висоти тону називають *мелодикою*. Висхідна мелодика характеризується підвищенням висоти голосу, її використовують зазвичай при формулюванні питання. Нисхідна мелодика переважно використовується у твердженнях, спонуканнях, тому характеризується зниженням висоти голосу. Безперечно, у мовленні можливі перехідні варіанти, тобто висхідно-нисхідні чи нисхідно-висхідні.

Такі характеристика, як гучність, наголос, темп, висота, мелодика, ритм і паузація, є складниками *інтонації*. Вона слугує засобом прискорення інформаційного обміну й перебуває в нерозривній єдності зі звуковим рівнем усного мовлення. Інтонація забезпечує структурну цілісність висловлення, допомагає розрізнити комунікативні типи повідомлень (питання, спонукання, оклик, розповідь тощо). Вона є важливим фактором виокремлення інформаційно важливих слів, фрагментів для комунікативного впливу.

Дикція – параметр мовлення, що охоплює правильність і чіткість вимови.

Чіткість артикуляції – це точність вимовляння звуків у слові; вона впливає на розбірливість усного мовлення. Більшість людей не має дефектів мовлення, однак ступінь чіткості артикуляції в них може бути різним. Чіткість артикуляції може залежати від ситуації спілкування, тому виокремлюють повний стиль вимови, нейтральний, розмовний.

Показником високої культури мовлення є вмiле користування голосовим апаратом, оскільки це є умовою ефективної комунікації. На адресата мовлення значною мірою впливають акустичні параметри мовлення.

Від них залежить сприйняття та інтерпретація отриманих повідомлень і навіть бажання спілкуватися.

Культура слухання

Необхідною умовою успішного мовленнєвого спілкування є вміння слухати співрозмовника. Під час процесу слухання проявляється рівень комунікативної культури особистості, її вихованість та ставлення до співрозмовника, зокрема повага до інших людей. Уміння слухати розглядається як один із ключових показників загальної культури людини.

Культура слухання передбачає свідому організацію процесу сприйняття інформації, що забезпечує її ефективне розуміння, а також сприяє підтриманню позитивної та конструктивної атмосфери спілкування.

Вона передбачає володіння різними стилями, прийомами слухання, навички концентрації уваги, самоконтролю в емоційному плані, дотримання етичних норм поведінки.

Дослідження засвідчують, що ефективно сприймати почуте здатні не більше 10% людей.

Основними недоліками слухання є:

- 1) сприйняття без обмірковування (звукове мовлення є лише тлом для будь-якої діяльності);
- 2) уривчасте сприйняття (тільки окремі фрагменти звукового мовлення інтерпретуються як потрібні);
- 3) вузькість сприйняття (прослухане не проаналізовано критично, тому зв'язок з реальністю неповний).

Основними показниками «поганого слухача» є такі:

- особа робить вигляд, що слухає, киває, піддає, але не вловлює зміст;
- особа бажає, щоб слухали його, і не виявляє бажання, терпіння вислухати іншого;
- особа не дослуховує мовця й пропущену інформацію домислює;
- особа уважно слухає тільки ті фрагменти мовлення, які, на його думку, важливі для нього;
- особа слухає й чекає на помилку чи обмовку, щоб звернути на неї увагу.

3-поміж факторів, що заважають ефективному слуханню, виокремлюють:

- 1) значний обсяг інформації, яку щодня отримує людина та яка не настільки важлива, унеможливорює уважне сприйняття всіх усних повідомлень;
- 2) зосередження на власних турботах, неуважність,
- 3) різна швидкість усного мовлення, що змушує слухача відволікатися й перебивати пришвидшувати чи уповільнювати темп мовця.

Досягнення цілей слухання передбачає активну розумову обробку отриманої інформації з боку слухача. У зв'язку з цим виокремлюють різні цільові установки слухання.

1. *Слухання для розуміння інформації* передбачає виділення ключових слів і словосполучень, що узагальнюють основні питання та проблеми

обговорення.

2. *Слухання для запам'ятовування інформації* ґрунтується на використанні мнемонічних прийомів, таких як конспектування, повторення, перефразування та створення уявних образів почутого.

3. *Слухання для аналізу й оцінювання інформації* вимагає здатності критично осмислювати зміст повідомлення, розпізнавати логічні помилки в аргументації, а також розмежовувати фактичні дані та суб'єктивні судження.

Для ефективного слухання необхідно використовувати різні стилі слухання залежно від ситуації спілкування. Можна виділити чотири основні стилі слухання, які ґрунтуються на певних мовленнєвих прийомах.

1. **Активне (рефлексивне) слухання.** Потребує активного зворотного зв'язку з метою контролю точності сприйняття почутого. Такий вид слухання особливо важливий під час премовин, у конфліктних ситуаціях. Активне слухання передбачає словесну форму підтвердження розуміння повідомлення. З'ясування, перефразування, резюмування є основними видами рефлексивних відповідей.

2. **Пасивне (нерефлексивне) слухання.** Виражається в умінні уважно слухати, не втручаючись у мовлення співрозмовника. Така форма може бути корисною, коли співбесідник має бажання обговорити наболілі питання, виразити гнів, просто виговоритися. Така пасивна мовленнєва поведінка насправді потребує психічного, емоційного, інтелектуального, фізичного напруження, для створення комфортної ситуації може супроводжуватися невербальними діями.

3. **Емпатичне слухання.** Його визначальною рисою є здатність людини співпереживати, співчувати. Застосовуються всі прийоми рефлексивного слухання: з'ясування, перефразування, резюмування, однак різниця в меті слухання. Метою активного, рефлексивного слухання є якнайточніше розуміння повідомлення співрозмовника, його ідей, а для емпатичного важливіше зрозуміти емоційне забарвлення змісту, почуття співрозмовника та

їхнє значення для сприйняття іншого.

4. Критичне слухання. Такий вид слухання протилежний емпатичному.

Розуміння повідомлення не є первинною метою, насамперед важливе критичне сприйняття інформації. Таке слухання доцільне, наприклад, під час конференції, ділової наради, дискусії, тобто на заходах, де потрібні критичні погляди на певні проблеми.

Отже, мовленнєва культура залежить від володіння мовними нормами, комунікативних та акустичних вмінь, культури слухання особи.

Контрольні питання

1. Наскільки культура мовлення важлива в професійній діяльності?
2. Як співвідносяться поняття «правильність» і «нормативність» мовлення?
3. Опишіть комунікативні якості мовлення. Які умови їх досягнення?
4. Наскільки важливі для культури мовлення акустичні параметри мовлення?
5. Яка роль культури слухання в мовленнєвому спілкуванні?
6. Які основні показники «поганого слухача»?

ТЕМА 3. СТИЛІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРНОЇ МОВИ В ПРОФЕСІЙНОМУ СПІЛКУВАННІ

Поняття стилю. Основні функціональні стилі сучасної української мови

Мовний стиль – це різновид літературної мови, який використовується відповідно до мети, умов і сфери спілкування та характеризується певними мовними засобами. Стилi обслуговують певну сферу суспільної діяльності мовців. В українській літературній мові традиційно виділяють п'ять функціональних стилів:

- 1) науковий;
- 2) офіційно-діловий;
- 3) публіцистичний;
- 4) художній;
- 5) розмовний, або стиль побутового мовлення.

В усній формі вирізняють тільки один стиль – розмовний. Писемна форма має чотири функціональні стилі: офіційно-діловий, науковий, публіцистичний, художній. Незважаючи на те що кожен стиль має свої специфічні засоби, у будь-якому з них містяться загальномовні спільні одиниці, тому мовні стилі не функціонують відокремлено один від одного.

Кожний стиль має своє призначення; систему мовних засобів; стилістичні норми; сферу поширення (коло мовців); підстилi й жанри реалізації. Стилi розрізняються лексичними (набір слів), фразеологічними (усталені словосполучення), граматичними (будова речень, словосполучень) особливостями.

Характеристика стилів сучасної української мови.

Науковий стиль

1. Загальні ознаки. У науковому стилі важливою є логічна послідовність, узагальненість, чіткість, точність, стислість, конкретність,

об'єктивність, доказовість. Форма висловлення містить аргументацію, висновки, що свідчать про правильність побудови теоретичних узагальнень.

2. Призначення. Основна мета наукового стилю – повідомлення про результати наукових досліджень, доведення теорій, обґрунтування гіпотез, систематизація знань.

3. Сфера поширення. Наука, техніка, освіта.

4. Мовні засоби. Особливістю наукового стилю є продуктивне вживання наукової термінології, абстрактної лексики. З погляду синтаксичного оформлення типовими є складні синтаксичні конструкції, прості речення, ускладнені відокремленими членами; використовуються таблиці, схеми, графіки, діаграми. Характерною особливістю наукового стилю є цитування й наявність посилань.

5. Жанри, у яких реалізується науковий стиль: дисертація, монографія, стаття, куослва робота, підручник, лекція, рецензія, відгук, анотація.

6. Підстилі:

- власне науковий (монографія, стаття, наукова доповідь, тези);
- науково-популярний (статті в неспеціальних журналах);
- науково-навчальний (підручники, бесіди).

Офіційно-діловий стиль

1. Загальні ознаки. Офіційно-діловий стиль характеризується точністю, чіткістю, однозначністю формулювань, стандартизованістю, логічністю, послідовністю викладу, відсутністю емоційності та суб'єктивності, об'єктивністю, нормативністю, лаконічністю та формалізованістю.

2. Призначення. Виконує функцію регулювання офіційно-ділових відносин, фіксації прав і обов'язків, оформлення управлінських рішень, передавання інформації в адміністративній, правовій та суспільній сферах.

3. Сфера поширення. Державне управління, право, діловодство, міжнародні відносини, економіка, адміністративна діяльність.

4. *Мовні засоби.* Офіційно-діловий стиль характеризується використанням:

- канцеляризмів (згідно з, відповідно до, на підставі);
- юридичної та адміністративної термінології;
- стандартних мовних конструкцій і кліше;
- безособових і узагальнених форм (встановлено, передбачено, визначено);
- переважанню іменників над дієсловами;
- прямим значенням слів;
- складних речень із чіткою структурою;
- відсутністю емоційно-експресивної лексики.

5. *Жанри, у яких реалізується стиль.* Закон, указ, постанова, наказ, договір, заява, довідка, протокол, акт, службовий лист, звіт, інструкція, розпорядження.

6. *Підстили.* Законодавчий (закони, кодекси); дипломатичний (міжнародні угоди, ноти); адміністративно-канцелярський (накази, заяви, довідки, листування).

Публіцистичний стиль

Загальні ознаки. Публіцистичний стиль – це стиль засобів масової інформації, громадсько-політичної літератури, виступів, статей, нарисів, репортажів, інтерв'ю, блогів і публічних звернень. Його основною ознакою є поєднання логічності, доказовості та емоційної виразності. Публіцистичний стиль характеризується доступністю викладу, актуальністю тематики, переконливістю та суспільною спрямованістю. Він має не лише інформувати, а й впливати на думки, почуття та поведінку людей.

Призначення. Основне призначення публіцистичного стилю – повідомлення суспільно важливої інформації, формування громадської думки, переконання читача або слухача в правильності певних ідей, поглядів

чи оцінок. Цей стиль сприяє активному впливу на аудиторію, спонукає до роздумів, оцінювання подій, громадянської активності.

Сфера поширення. Публіцистичний стиль використовується у сфері суспільно-політичного, культурного та громадського життя. Він функціонує в газетах, журналах, на телебаченні, радіо, в інтернет-виданнях, соціальних мережах, публічних виступах, лекціях, дискусіях, агітаційних матеріалах. Окремі жанри публіцистики можуть поєднувати ознаки художнього стилю (нарис, есе, фейлетон) або наукового стилю (стаття, аналітичний огляд, доповідь).

Мовні засоби. Для публіцистичного стилю характерні:

а) суспільно-політична та загальноживана лексика, пов'язана з актуальними подіями, проблемами суспільства, економіки, культури, освіти, політики;

б) емоційно-експресивна лексика, яка передає ставлення автора до подій чи явищ, допомагає впливати на аудиторію, викликати співпереживання, обурення, захоплення, підтримку;

в) образні засоби мови: епітети, метафори, порівняння, риторичні запитання, повтори, цитати, афористичні вислови;

г) синтаксичні особливості: окличні, питальні, спонукальні речення, заклики, звертання, короткі динамічні конструкції, що посилюють емоційний вплив тексту;

д) чіткість і логічність викладу, поєднання фактів із авторськими оцінками та коментарями.

5. Жанри реалізації: публіцистична стаття, виступ, фейлетон, нарис, памфлет, дискусія.

6. Підстилі: стиль засобів масової інформації (газети, журнали, телебачення, радіо); публіцистичний (памфлети, нариси, фейлетони); науково-публіцистичний (літературно-критичні статті).

Художній стиль

Загальні ознаки. Художній стиль – це стиль художньої літератури, який використовується в прозових, поетичних і драматичних творах. Основною його ознакою є образність, емоційність та естетичний вплив на читача. Художній стиль відзначається багатством мовних засобів, індивідуальністю авторського мовлення, використанням тропів і стилістичних фігур. Його головне завдання – не лише повідомити певну інформацію, а й створити художній образ, викликати емоції та переживання.

Призначення. Призначення художнього стилю полягає у змалюванні дійсності через художні образи, впливі на почуття, уяву та естетичні смаки читача. За допомогою художнього слова автор передає власне бачення світу, характерів, подій, формує моральні й духовні цінності людини.

Сфера поширення. Художній стиль використовується у творах художньої літератури: романах, повістях, оповіданнях, новелах, поезіях, драмах, байках, казках, есе. Він охоплює сферу мистецтва слова та може поєднувати елементи інших стилів залежно від задуму автора, персонажів і тематики твору.

Мовні засоби. Для художнього стилю характерні:

а) різноманітна лексика – загальноживана, емоційно забарвлена, діалектна, розмовна, застаріла, індивідуально-авторська;

б) широке використання художніх засобів: епітетів, метафор, порівнянь, персоніфікацій, гіпербол, символів, алегорій, що створюють яскраві образи;

в) емоційність та експресивність мовлення, які допомагають передати почуття персонажів і ставлення автора до подій;

г) синтаксичне різноманіття: прості й складні речення, діалоги, монологи, риторичні запитання, окличні конструкції, інверсія;

г) індивідуальний авторський стиль, який виявляється у доборі мовних засобів, побудові образів та особливостях мовлення персонажів.

Розмовний стиль

1. Загальні ознаки. Розмовний стиль є найдавнішим стилем будь-якої національної мови. Це стиль повсякденного усного спілкування людей у побуті, родині, на роботі, у неофіційних ситуаціях. Основними його ознаками є невимушеність, емоційність, простота, природність і безпосередність мовлення. Розмовний стиль характеризується вільним добором мовних засобів, використанням жестів, міміки, інтонації, які доповнюють зміст висловлювання.

2. Призначення – це засіб повсякденного спілкування для обміну інформацією, думками, враженнями.

3. Сфера поширення. Розмовний стиль використовується у сфері побутового спілкування: у родині, серед друзів, знайомих, колег, у приватному листуванні, телефонних розмовах, діалогах, повідомленнях у соціальних мережах. Найчастіше він реалізується в усній формі, але може виявлятися і в неофіційних письмових текстах.

4. Мовні засоби: побутова загальноживана лексика, емоційно забарвлені, просторічні слова, жаргонізми, скорочені слова, звертання, вигуки, діалектизми, обірвані речення.

Контрольні питання

1. Які стилі традиційно виокремлюють у сучасній українській мові?
2. Проаналізуйте відмінності між основними функціональними стилями української мови за критеріями: мета, сфера вживання, мовні засоби.
3. Який стиль, на вашу думку, є найбільш формалізованим і чому?
4. Обґрунтуйте доцільність використання різних мовних засобів у науковому та офіційно-діловому стилях. Як змінюється структура тексту залежно від стилю?

5. Які наслідки порушення стильових норм у професійному спілкуванні (наприклад, використання розмовної лексики в офіційних документах). Які це може мати правові або комунікативні наслідки?

6. Який стиль необхідно обирати для спілкування в професійній сфері?

ТЕМА 4. СПІЛКУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ. СУТНІСТЬ, СТРУКТУРА І ВИДИ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Сутність і загальна характеристика процесу комунікації

Комунікація – це процес спілкування та передавання інформації між людьми або різними системами. Вона охоплює взаємодію, обмін повідомленнями й відомостями у суспільстві, створення та поширення інформації, а також засоби й способи забезпечення зв'язку між учасниками спілкування. Отже, *комунікація* – це процес передавання інформації від однієї системи до іншої за допомогою сигналів або спеціально організованих матеріальних носіїв.

У структурі комунікації обов'язково наявні щонайменше три елементи: відправник повідомлення, саме повідомлення та його отримувач.

Суб'єктами комунікації можуть виступати окремі особи, організації, установи або навіть держави. Об'єкт комунікації (повідомлення) має як матеріальну форму (лист, книга, SMS, подарунок, жест, мовлення), так і нематеріальну (емоції, ставлення, довіра чи недовіра, любов або ненависть тощо).

Залежно від характеру процесу виокремлюють такі типи комунікації:

1. матеріальна (транспортна, міграційна, енергетична, епідеміологічна);
2. генетична (біологічна, спадкова, видова);
3. психічна (внутрішньоособистісна, автокомунікація);
4. суспільна.

Суспільна комунікація як категорія окреслюється тим, що вона:

1) є найважливішим способом здійснення суспільних зв'язків між людьми;

2) визначає умови й узагальнений соціально-психологічний механізм взаємодії суспільних об'єктів, дієвість якого проявляється на всіх рівнях

соціокультурної організації суспільства;

3) характеризується як особливий вид мотивованої та цілеспрямованої активності, що спрямована на обмін думками, знаннями й досвідом, уявленнями й емоціями, нормативними зразками діяльності й поведінки, що пронизують усі сторони способу життя людей.

Основними завданнями суспільної комунікації є передавання думки від джерела до реципієнта з метою впливу на нього, зміни поведінки й суспільних установок останнього, донесення суспільних знань.

Виділяють такі основні принципи суспільної комунікації:

- пріоритет культурних цінностей і ознак, що формують певну ієрархію значущості;
- забезпечення рівних прав усіх громадян на доступ до інформації як прояв демократичності;
- орієнтація на загальнолюдську культуру, а також національні, етнічні, конфесійні та соціальні особливості (принцип ідентичності);
- дотримання загальноприйнятих морально-етичних норм як на національному, так і на світовому рівнях.

Рівень розвитку соціальної комунікації в суспільстві (як глобальному, так і національному) визначається загальним рівнем культури цього суспільства, його традиціями та культурними надбаннями. Водночас сама система соціальної комунікації, забезпечуючи передавання культурних цінностей і знань, впливає на розвиток суспільної культури та особливості функціонування соціальної сфери.

Виділяють три головні (основні) ролі соціальної комунікації:

- інформаційна (пізнавальна) – завдяки соціальній комунікації у громаді поширюються відомості про об'єкти, їх властивості, події, вчинки та перебіги;
- експресивна – соціальна комунікація має спроможність передавати оціночну інформацію про об'єкти або події, вираз чи здобуття певних переживань, емоцій;

- прагматична (мотиваційна, спонукальна) – соціальна комунікація є інструментом, який спонукає людину до певної дії або відгуку.

Для реалізація цих трьох цілей зміст повідомлень повинен включати:

- знання та вміння (учасник комунікативного акту щось знає, вміє, має можливість поділитися своїм досвідом з іншими людьми);
- стимули (вольові впливи, які надихають до діяльності);
- емоції (комуніканту важливо емоційно «розрядитися», здобути співчуття, а реципієнт прагне позитивних емоцій та душевного спокою).

Принципи комунікації:

- будь-яке спілкування є взаємодією, яка визначається обміном відомостями, а отже мають бути щонайменше дві сторони – суб'єкти комунікаційної взаємодії;

- будь-яке спілкування як інформаційна взаємодія спирається на засаду зворотного зв'язку;

- будь-яке спілкування має символічний характер;

- «принцип мінімальної основи» – для здійснення комунікації потрібна наявність хоча б одного спільного джерела та приймача основи у вигляді сукупності символів або порядків прийому та передачі, кодування та декодування відомостей;

- «принцип нерівноцінності комунікативних систем» – спілкування можливе лишень при розбіжності (частковому незбігу) інформаційних можливостей систем, що взаємодіють, адже повний збіг абсолютно знецінює будь-який обмін відомостями між комунікантами;

- обсяг інформації, що передається, обернено пропорційний частоті сигналів, що надсилаються – чим більш нечастий сигнал (знак), тим він є більш змістовним.

Різновиди соціальної комунікації

Єдиної типології комунікації не існує, оскільки вчені класифікують її за різними критеріями. Виокремимо основні типи.

За критерієм використовуваної кодової системи розрізняють вербальну та невербальну комунікацію.

Вербальна комунікація здійснюється за допомогою одиниць природної мови, таких як звуки, морфеми, слова, словосполучення тощо.

Невербальна комунікація – обмін інформацією за допомогою невербальних кодів: міміка, погляди, жести, рухи тіла, оточення, матеріальні предмети, що мають символічні значення тощо.

До провідних невербальних кодів людської комунікації належать:

- парамова: просодика (тембр, висота голосу, артикуляція, ритм, темп, інтонація, манера) та екстралінгвістика (паузи, зітхання, кашель, сміх, плач);
 - кінесика (міміка, жести, контакт очима, рух тіла, постава, хода);
 - проксеміка (застосування простору, зокрема відстань між комунікантами, їх просторове розташування, вплив території);
 - графеміка (почерк, шрифти, інтервали, текстові виділення, розділові знаки тощо);
 - зовнішній вигляд (одяг, зачіска, тип і розміри тіла та обличчя, прикраси, косметика, предмети особистого вжитку);
 - такесика (дотик, поцілунки, погладжування, обійми);
 - сенсорика (запахи тіла та косметики, аромати кухні, поєднання кольорів, звуків);
 - хронеміка (використання часу, тривалість спілкування, час роздумів)
- [19].

На думку дослідників, у спілкуванні невербальні сигнали передають приблизно 60-80% інформації.

Невербальні повідомлення можуть виконувати різні функції у процесі

спілкування: вони здатні доповнювати, дублювати або замінювати вербальні висловлювання, а також іноді навіть суперечити їм чи регулювати поведінку співрозмовника.

На відміну від вербальних засобів, невербальним повідомленням притаманні такі особливості, як багатозначність, залежність від ситуації, синтетичний характер та спонтанність.

За способом реалізації мовного коду розрізняють усну, писемну та друковану комунікацію.

Усна комунікація є найбільш залежною від різноманітних перешкод – фізичних, психологічних, фізіологічних і семантичних. Вона значною мірою спирається на пам'ять співрозмовників, яка не завжди є точною та надійною. Слухачі можуть забувати частину почутого, не помічати важливих деталей або по-своєму інтерпретувати інформацію. Чим довшим є шлях повідомлення від мовця до адресата в часі й просторі, тим більшою стає ймовірність спотворення змісту висловлювання.

Писемна комунікація здебільшого є заздалегідь підготовленою, унормованою та більш офіційною. Письмові тексти зазвичай проходять редагування, тому містять небагато помилок. Така форма спілкування не потребує миттєвого зворотного зв'язку й може відбуватися незалежно від часу та місця перебування учасників комунікації. Однією з головних її ознак є тривале збереження інформації.

За адресованістю комунікацію поділяють на персональну та надперсональну.

Персональна комунікація спрямована на конкретного адресата, наприклад особистий лист чи привітання. *Надперсональна* комунікація орієнтована на широку або невизначену аудиторію, як-от реклама, теленовини чи комікси.

За способом взаємодії учасників виокремлюють монолог, діалог і полілог.

Монолог – це форма мовлення, розрахована переважно на пасивне сприйняття слухачами або аудиторією. Монологічне висловлювання часто буває підготовленим і продуманим, тому в ньому ретельно добираються мовні засоби та чітко організовується структура тексту.

Діалог – це форма спілкування між двома особами, які по чергово виступають то мовцем, то слухачем. Для діалогу характерний активний і швидкий обмін інформацією, взаємовплив співрозмовників та безпосереднє сприйняття повідомлень. Діалогічне мовлення переважно є ситуативним і спонтанним. Репліки співрозмовників тісно пов'язані між собою за змістом, тому зрозуміти окреме висловлювання можна лише в контексті всієї розмови. У діалозі часто використовуються елементи розмовного стилю: короткі або незавершені репліки, звертання, запитання, вигуки, побутова лексика. Через спонтанність діалогу в ньому нерідко трапляються мовні помилки та відхилення від літературних норм.

Полілог – це спілкування трьох і більше осіб, які беруть приблизно однакову участь у розмові. Як і в діалозі, учасники постійно змінюють ролі мовця та слухача. Полілог характеризується спільною темою спілкування, ситуативністю, спонтанністю та нелінійністю розвитку розмови.

За рівнем офіційності виділяють офіційну та неофіційну комунікацію.

Офіційна комунікація здійснюється відповідно до встановлених норм, правил і процедур та охоплює такі форми взаємодії, як ділові переговори, службові зустрічі, укладання контрактів, офіційні заяви тощо.

Натомість *неофіційна* комунікація характеризується вільним, невимушеним і нерегламентованим характером. Вона відбувається у неформальному середовищі та не вимагає дотримання статусних або протокольних правил (наприклад, приватне листування, розмови між друзями, телефонні бесіди тощо).

Функції, цілі, мотиви комунікації

Будь-яка комунікація як процес соціальної взаємодії людей передбачає досягнення визначеної комунікативної мети.

Мета комунікації – передбачений адресантом результат, на який спрямована комунікативна діяльність.

Повідомлення передаються з різною метою: для інформування (наприклад, теленовини чи пресрелізи), попередження (дорожні знаки, сигнали небезпеки), пояснення (інструкції, навчальні посібники), опису подій або явищ (усні розповіді, документальні фільми), розваги (анекдоти, художні фільми), а також переконання чи впливу на думку людини (реклама, плакати). Найчастіше комунікація поєднує кілька цілей одночасно. Наприклад, фільм може не лише розважати, а й інформувати, пояснювати, описувати певні події чи навіть застерігати. Основою будь-якої комунікації є потреби окремої людини або певної групи людей.

Потреба – стан особистості, пов'язаний із відчуттям потреби або нестачі чогось. Її розглядають як особливий психічний стан людини, як усвідомлення чи відчуття напруги, незадоволення, дискомфорту, як віддзеркалення в психіці людини невідповідності між внутрішніми й зовнішніми умовами життя.

Людські потреби численні. У піраміді людських потреб виділено п'ять щаблів:

- фізіологічні (біологічні) потреби (їжа, пиття, повітря, сон);
- потреби захищеності (одяг, житло, почуття безпеки);
- потреби зв'язків (любов, приятелювання, родина);
- потреба шани (самоповага, визнання, вплив);
- потреба самовиконання (бути собою, самовираження, зрілість).

Процес задоволення людських потреб передбачає 2 кроки:

- 1 – мотивація – спонукання до діяльності, що спрямовується певним

мотивом, тобто підставою, приводом будь-якої дії.

2 – здійснення діяльності, тобто виконання сукупності послідовних кроків з метою досягнення певного підсумку, що відповідає потребам і характеризується мотивом.

Мотиви необхідно відрізнити від мети. Мотиви можуть стосуватися різних сфер людської діяльності (інтелектуальної, фізичної, духовної тощо). Прикладом мети може бути запрошення приятеля до ресторану, а мотиви в цьому випадку різноманітні: відсвяткувати щось, відпочити, продемонструвати свою успішність. Частина мотивів людина може не усвідомлювати, тоді як мета комунікативної діяльності зазвичай є для неї усвідомленою. Загалом процес комунікації значною мірою зумовлюється мотивами та цілями її учасників.

У життєдіяльності людини комунікація виконує низку важливих функцій. Під функціями комунікації розуміють призначення окремого комунікативного акту, а також роль комунікації як цілісного явища.

Єдиної загальноприйнятої класифікації функцій не існує, однак можна розглянути одну з підходів, яка враховує позиції всіх учасників комунікативного процесу. Відповідно виокремлюють такі функції:

1. Інформаційну – обмін повідомленнями, думками, ідеями, намірами та рішеннями.
2. Соціальну – формування й розвиток культури взаємин між людьми.
3. Експресивну – вираження та розуміння емоційних станів і переживань.
4. Прагматичну – регулювання поведінки та діяльності, а також координація спільних дій.
5. Інтерпретаційну – правильне розуміння намірів, установок і станів співрозмовника, а також адекватне тлумачення повідомлень.

Функції комунікації окреслюють її роль у суспільстві. Комунікація із застосуванням природної мови виконує єдину роль: вона слугує посередником для усіх видів соціальної діяльності, допомагає у соціалізації індивідів, накопичує суспільний досвід та дозволяє передавати його від покоління до покоління, зберігає культуру, а також є елементом цивілізаційної, етнічної та групової самосвідомості.

Отже, суспільна комунікація є умотивованим потребами процесом соціальної взаємодії людей, у результаті якого досягаються визначені комунікативні цілі; вона виконує різні функції й забезпечує формування суспільства в цілому.

Контрольні питання

1. Запропонуйте своє обґрунтування необхідності комунікації.
2. Коли варто використовувати усну, а коли – письмову комунікацію?
3. Назвіть основні функції комунікації.
4. Яка роль невербальних засобів у процесі комунікації?
5. Які мотиви комунікації?

ТЕМА 5. ОЗНАКИ І ЧИННИКИ ЕФЕКТИВНОЇ МОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Ефективна мовна комунікація

Комунікацію, яка забезпечує досягнення запланованого результату, називають успішною або ефективною.

Ефективна мовна комунікація є процесом обміну інформацією, що сприяє реалізації комунікативних намірів учасників спілкування та водночас налагодженню й підтриманню міжособистісних взаємин.

Рівень ефективності комунікації визначається низкою показників, серед яких ключову роль відіграють прагматичний і соціально-психологічний аспекти. З прагматичного погляду ефективність пов'язується з досягненням поставлених комунікантами цілей у конкретній ситуації спілкування та здатністю подолати можливі перешкоди на шляху до результату. Соціально-психологічний аспект передбачає, що важливим критерієм є ступінь задоволення учасників самим процесом комунікації та характером міжособистісних відносин.

У різних ситуаціях комунікація може мати неоднаковий рівень ефективності для кожного з учасників і не завжди є однаково успішною для всіх сторін взаємодії.

Залежно від комунікативних намірів учасники можуть орієнтуватися як на співпрацю і взаєморозуміння, так і на конфліктну взаємодію (наприклад, коли метою є свідоме створення негативної реакції у співрозмовника).

Загальний рівень ефективності мовної комунікації визначається реалізацією двох основних соціально значущих функцій - взаємодії та впливу.

У процесі мовленнєвої взаємодії учасники взаємно впливають один на одного з метою досягнення певного результату, що зумовлено як практичною доцільністю, так і їхніми комунікативними намірами. Саме тому ефективність спілкування значною мірою пов'язують із результативністю мовленнєвого

впливу адресанта на адресата, тобто процесом регулювання діяльності однієї особи іншою за допомогою мовних засобів.

Комунікативні закони

Важливою складовою успішної комунікації є знання законів, за якими здійснюється мовна комунікація (спілкування), та вміння застосовувати їх.

Комунікативні закони (закони спілкування) – найзагальніші об'єктивні закономірності процесу комунікації, що виявляються в різних комунікативних ситуаціях і не залежать від того, хто спілкується, на яку тему, з якою метою, в якій ситуації тощо.

Комунікативні закони мають загальнолюдський характер, однак дещо різняться в різних народів, тобто національно забарвлені. Вони можуть змінюватися також і з плином часу

Комунікативні закони не передаються людині при народженні, їх засвоюють у процесі спілкування, з комунікативної практики.

Питання класифікації законів спілкування було предметом досліджень Ф. С. Бацевича [7], зокрема, він звертав увагу на декілька основних типів.

Закон залежності ефективності спілкування від комунікативних зусиль: ефективність комунікації (спілкування) прямо пропорційна комунікативним зусиллям, тобто чим більше комунікативних зусиль витрачає адресант під час спілкування, тим вищою є ефективність його мовленнєвого впливу.

Закон довіри до простих слів: чим простіше мовець висловлює свої думки, тим краще його розуміють і більше йому вірять. Більшість простих істин є вічними, тому апеляція до них гарантує інтерес і увагу співрозмовника.

Закон прогресивного зростання нетерпіння слухачів: чим довше говорить мовець, тим неухважніше та нетерплячіше його слухають.

Закон зниження рівня інтелекту аудиторії зі збільшенням її чисельності: чим більше людей слухає промовця, тим нижчий середній рівень інтелекту аудиторії. Спрацьовує ефект натовпу: коли слухачів багато, вони починають гірше мислити, хоча інтелект кожної окремої людини при цьому зберігається.

Закон ритму спілкування: співвідношення говоріння та мовчання в мовленні кожної людини – величина постійна. Кожній людині потрібен певний час для говоріння і мовчання. Ритм спілкування значною мірою залежить від соціальних і культурних чинників.

Закон первинного заперечення нової ідеї: нова, незвична ідея, яку повідомляє співрозмовник, спершу заперечується. Якщо людина отримує інформацію, що суперечить її поглядам або уявленням, вона спочатку сприймає її як помилкову, шкідливу.

Закон детального обговорення дрібниць: люди охоче зосереджуються на обговоренні незначних питань і готові приділяти їм більше часу, ніж важливим проблемам.

Закон мовленнєвого самовпливу: словесне вираження ідеї або емоції формує цю ідею або емоцію мовця. Якщо людина своїми словами пояснює щось співрозмовнику, вона сама починає краще розуміти суть того, про що говорить.

Закон прискореного поширення негативної інформації: інформація негативного змісту, що може призвести до змін у соціальному статусі людей, має тенденцію до швидшого поширення, ніж позитивна. Люди більше цікавляться негативними фактами, а все позитивне швидко сприймають як норму і перестають обговорювати.

Закон спотворення інформації під час її передавання («зіпсований телефон»): будь-яка інформація, яку передають, спотворюється під час передавання; ступінь спотворення інформації прямо пропорційний кількості осіб, які її передають.

Закон самовиникнення інформації: у разі дефіциту інформації в певному середовищі інформація самопороджується у вигляді чуток, що може зумовити появу інших чуток.

Закон дзеркального розвитку спілкування: під час спілкування співрозмовники імітують стиль один одного. Вони роблять це автоматично, підсвідомо. Наприклад, якщо один із комунікантів розмовляє пошепки, інший мимоволі знижує гучність голосу і починає шепотіти.

Закон комунікативних зауважень: якщо один із комунікантів у спілкуванні порушує деякі комунікативні норми, інший зазвичай має бажання зробити йому зауваження, змусити змінити комунікативну поведінку. Так, галасливого співрозмовника просять говорити тихіше, сором'язливого – бути сміливішим.

Закон притягування критики: чим більше людина виділяється в оточенні, тим більше про неї лихословлять і критикують її вчинки. Неординарна людина завжди є об'єктом підвищеної уваги і критики з боку інших.

Закон відторгнення публічної критики: людина не сприймає публічної критики на свою адресу (практично у 100% випадків). Кожна особистість має високу внутрішню самооцінку. Саме тому повчання, критику або непрохану пораду сприймають як мінімум насторожено – як демонстративний сумнів у компетентності і здатності приймати самостійне рішення.

Закон відхилення публічної критики за аналогією: коли публічно критикують когось у присутності іншої людини, яка має подібні недоліки, вона практично ніколи не сприймає цю критику на свою адресу за аналогією, тобто відводить критику від себе.

Закон емоційної афіліації («зараження»): люди, які перебувають в однаковому емоційному стані, прагнуть об'єднатися в групу і спілкуватися один з одним. Збуджені люди можуть створити навіть натовп. Людина в

поганому настрої шукає подібних до себе, а весела людина – веселих партнерів.

Закон мовленнєвого посилення емоцій: емоційні вигуки людини посилюють емоцію, яку вона переживає. Досліджено, що словесна констатація емоції посилює її приблизно в два рази.

Закон мовленнєвого поглинання емоцій: у складній розповіді про емоцію, яку переживають, вона поглинається мовленням і зникає.

Закон емоційного пригнічування логіки: перебуваючи в емоційному стані, людина погано говорить і погано розуміє тих, хто до неї звертається [7].

Отже, людська комунікація здійснюється за законами, які розкривають певні закономірності її процесів з огляду на комунікативний контекст. Знання цих законів дає змогу орієнтуватися в процесі інформаційного обміну, здійснювати ефективний мовленнєвий вплив на адресата. Багато із цих комунікативних законів активно використовують у політиці, рекламі, психотерапії, судових і релігійних практиках.

Комунікативна позиція і способи її посилення

Комунікативна позиція адресанта – це його становище у процесі спілкування відносно інших учасників комунікації, яке визначається рівнем авторитетності мовця та ступенем впливу його висловлювань у конкретній ситуації мовлення.

Комунікативна позиція адресанта вже на початку мовленнєвого контакту може бути сильною (наприклад, позиція керівника в розмові з підлеглим) і слабкою (наприклад, позиція студента в розмові з викладачем). Однак комунікативна позиція може змінюватися в різних ситуаціях і навіть упродовж однієї комунікативної події.

Мистецтво мовленнєвого впливу полягає в умінні адресанта посилити свою комунікативну позицію, захистити її від тиску адресата і послабити його

комунікативну позицію. Цього можна досягти адекватним використанням правил і прийомів мовленнєвого впливу.

Правила мовленнєвого впливу – це практичні рекомендації щодо ефективного впливу на адресата в різних комунікативних ситуаціях (як краще? як ефективніше?).

Прийоми мовленнєвого впливу – це конкретні способи реалізації певного комунікативного правила.

Правила мовленнєвого впливу можна погрупувати за кількома критеріями (факторами) [19].

Фактор зовнішності:

- охайний, привабливий зовнішній вигляд;
- одяг повинен бути відповідним очікуванням адресата і характеру ситуації;
- певні кольори, помірна модність в одязі посилюють комунікативну позицію;
- візуальна позитивність (гарна статура, фізична привабливість, високий зріст) посилює комунікативну позицію.

Фактор дотримання комунікативної норми:

- дотримання норм мовленнєвого етикету й норм культури мовлення;
- щире зацікавлення проблемами співрозмовника;
- звертання до адресата на ім'я;
- спонукання співрозмовника до розмови про себе;
- запевнення партнера в його значущості;
- підтримання зорового контакту з адресатом не менше половини часу спілкування;

Фактор фізичної поведінки:

- збереження привітного виразу обличчя, усміхайтесь;
- відповідність рух тіла очікуванням адресата і характеру ситуації, використання жестів, що підкреслюють вербальні повідомлення;

- використання відкритих поз;
- звернення обличчям до співрозмовника;
- для посилення комунікативної позиції торкайтеся співрозмовника (за спину, плече або руку).

Фактор голосу:

- робіть паузи;
- додержання однакового темпу мовлення;
- вираження емоцій голосом;
- уникнення монотонності;
- відповідність інтонації змісту мовлення й ситуації;
- доречне підвищення або зниження відповідно до ситуації гучності голосу.

Фактор організації простору спілкування:

- відповідність відстані між співрозмовниками очікуванням адресата й характеру ситуації;
- використання персональної, соціальної, інтимної зон відповідно до ситуації;
- переконання співрозмовника на його території (наприклад, у його кабінеті);
- розміщення зліва від співрозмовника;
- вертикальне положення: чим вище, тим ефективніше (наприклад, позиція за трибуною тощо).

Фактор змісту мовлення:

- тема розмови повинна зацікавити адресата;
- повідомлення позитивної інформації;
- зведення до мінімуму негативної інформації;
- наведення аргументів;
- наведення приклади із життя;
- незначна кількість цифр;

- уживання слів, які викликають образи (більше конкретних слів замість абстрактних, узагальнювальних);
- уживання загальноживаної лексики, уникнення книжних, професійних слів;
- уникнення категоричних висловлювань.

Фактор обсягу інформації:

- лаконічне висловлювання;
- співрозмовник говорить більше за вас;
- уживання коротких речень.

Фактор адресата:

- урахування особливостей адресата (вік, стать, рівень знань, досвід, інтереси тощо) при виборі способів мовленнєвого впливу;
- подання інформації індуктивним способом – від конкретного до загального;
- урахування гендерних особливостей спілкування.

Сильна позиція з урахуванням різних факторів сприяє успішній комунікації.

Контрольні питання

1. Яку комунікацію можна назвати ефективною?
2. Які закони спілкування ви знаєте?
3. Які закони, на вашу думку, найважливіші для продуктивного спілкування?
4. Як різні фактори спілкування впливають на формування правил комунікації?

ТЕМА 6. ОЗНАКИ Й ПРИЧИНИ НЕУСПІШНОЇ МОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Неуспішне мовне спілкування

Мовне спілкування не в усіх ситуаціях минає легко й гладко. Ускладнення можуть ставатися практично на кожному етапі інформаційного обміну через об'єктивні й суб'єктивні чинники. Ідеться про неуспішне спілкування.

Неуспішне мовне спілкування – інформаційний обмін, що унеможливорює досягнення запланованого ефекту.

В одній ситуації спілкування може бути неуспішним для всіх його учасників або для декого із них.

Ознакою неуспішного спілкування є комунікативний збій (недостатнє розуміння партнера по спілкуванню) або комунікативний провал (неадекватне спілкування, повне нерозуміння комунікантами один одного).

На позначення різного типу непорозумінь під час мовного спілкування (діалогу) найчастіше вживають термін «комунікативна невдача».

Комунікативна невдача – негативний результат спілкування (діалогу), недосягнення адресантом комунікативної мети та прагматичних намірів, а також відсутність взаєморозуміння та згоди між комунікантами.

До комунікативних невдач відносять нездійснення або неповне здійснення комунікативного наміру адресанта через повне або часткове нерозуміння його повідомлення адресатом, а також непередбачуваний та небажаний ефект (наприклад, образа, роздратування, подив), що виникає під час діалогу. Їх пов'язують з особистими характеристиками комунікантів, обставинами спілкування, процесами вербалізації та розуміння, труднощами досягнення комунікативних і практичних цілей, порушенням принципу комунікативної контактності [19, с. 64].

Причинами комунікативних невдач можуть бути комунікативні шуми або різні види перешкод у процесі спілкування. Так, повідомлення може не дійти до адресата через порушення телефонного зв'язку (фізичний бар'єр); правильне розуміння інформації може бути ускладнене через незнання мовного коду, яким користується адресант (лінгвістичний бар'єр); а відсутність згоди між учасниками комунікації може виникати через соціальні чинники, зокрема вікові відмінності (соціальний бар'єр).

Водночас непорозуміння між комунікантами не завжди призводять до повного провалу спілкування, тому доцільно розрізняти повну комунікативну невдачу та комунікативні ускладнення. Останні можуть бути подолані за допомогою додаткових мовленнєвих дій, таких як уточнення, перепитування, пояснення, навідні запитання чи перефразування, що сприяє відновленню нормального перебігу комунікативного процесу.

Комунікативний саботаж

У практиці професійної взаємодії нерідко трапляються явища, що ускладнюють чи зводять нанівець комунікацію. Одним із таких явищ є *комунікативний саботаж* – приховане чи явне перешкоджання ефективному обміну відомостями.

Комунікативний саботаж – це сукупність мовленнєвих і поведінкових дій, спрямованих на зрив, ускладнення чи спотворення процесу спілкування. Він може бути як свідомим (умисним), так і несвідомим (викликаним низьким рівнем комунікативної культури, емоційним станом або відсутністю навичок взаємодії).

Основні ознаки комунікативного саботажу:

- порушення логіки та послідовності обговорення;
- ігнорування змісту повідомлення співрозмовника;
- відмова від конструктивного діалогу;

- навмисне створення бар'єрів у спілкуванні;
- використання маніпулятивних чи деструктивних мовленнєвих стратегій.

У діловому контексті комунікативний саботаж може мати серйозні наслідки: зниження ефективності роботи, конфлікти, погіршення психологічного клімату, втрату довіри між колегами чи партнерами.

Причини цього явища різноманітні й можуть бути як індивідуальними, так і організаційними:

Психологічні чинники:

- страх відповідальності або змін;
- невпевненість у собі;
- емоційне вигорання;
- особистісні конфлікти.

Соціально-організаційні чинники

- неефективна корпоративна культура;
- відсутність чітких комунікаційних норм;
- конкуренція між працівниками;
- неузгодженість ролей і обов'язків.

Комунікативні чинники

- низький рівень мовної та комунікативної компетентності;
- невміння слухати;
- відсутність навичок аргументації та ведення діалогу.

У діловому спілкуванні комунікативний саботаж може проявлятися в різних формах.

Ігнорування. Співрозмовник не реагує на повідомлення, уникає відповідей, демонструє відсутність зацікавлення.

Ухилення від теми. Намір змінити тему або перевести розмову в інше русло, щоб уникнути обговорення важливих питань.

Перекручення інформації. Навмисне чи несвідоме спотворення змісту

повідомлення, що призводить до неправильного розуміння.

Формалізація спілкування. Надмірне дотримання формальних процедур без реального змістовного обміну відомостями.

Агресивна чи пасивно-агресивна поведінка. Використання сарказму, іронії, прихованих образ чи демонстративної байдужості.

Маніпуляції. Спроби вплинути на співрозмовника через тиск, нав'язування чи викривлення фактів.

Наявність комунікативного саботажу в організації має низку негативних наслідків:

- зниження якості управлінських рішень;
- затримки у виконанні завдань;
- виникнення конфліктів;
- погіршення командної взаємодії;
- формування недовіри та напруженості;
- зниження продуктивності праці.

Ефективне подолання комунікативного саботажу потребує комплексного підходу.

Розвиток комунікативної компетентності. Проведення тренінгів, навчання навичкам активного слухання, аргументації, ведення переговорів.

Формування культури відкритого спілкування. Заохочення до висловлення думок, створення атмосфери довіри та взаємоповаги.

Чіткість комунікаційних процесів. Визначення правил взаємодії, розподіл ролей і відповідальності.

Управління конфліктами. Використання конструктивних стратегій розв'язання конфліктів.

Зворотний зв'язок. Регулярне обговорення результатів роботи та якості комунікації.

Особиста відповідальність. Усвідомлення кожним учасником комунікації власної ролі у досягненні ефективної взаємодії.

Типологія комунікативних невдач

Існують різні підходи до дослідження комунікативних невдач, однак вони мають низку спільних рис. Зокрема, у більшості з них розглядаються універсальні типи невдач, характерні для різних форм і видів спілкування; здійснюється виявлення, опис і систематизація причин їх виникнення, а також пропонуються можливі способи подолання. Водночас у таких підходах підкреслюється необхідність комплексного аналізу та узагальненої класифікації комунікативних невдач.

Комплексну типологію комунікативних невдач запропонував Ф. Бацевич [7, с. 215-250], назвавши їх *комунікативними девіаціями* і розподіливши на чотири групи:

1. Комунікативні девіації, спричинені адресантом.

Цей тип девіацій зумовлюють:

- порушення підготовчих умов комунікації (небажання, неготовність адресанта починати комунікативний акт);
- недоречні комунікативні акти;
- несвоєчасні комунікативні акти;
- незбалансовані комунікативні акти (розбіжність світоглядних орієнтацій з адресатом, нечіткість виділення адресата, неврахування фізичного, ментального стану адресата, його когнітивних чинників);
- створення дезорієнтованих комунікативних актів (невміння побудувати необхідні мовленнєві жанри, побудова незрозумілого адресатові мовленнєвого акту).

2. Комунікативні девіації, спричинені адресатом. Вони зумовлені психічними, фізичними та іншими станами адресата і стосуються його інтерпретації повідомлень адресанта. Виокремлюють:

- девіації в неочікуваних адресатом комунікативних актах (небажання починати комунікацію, непідготовленість до комунікації);

- девіації в очікуваних адресатом комунікативних актах (підміна пресупозицій адресанта, висування неіснуючих імплікатур дискурсу, не тих ілокутивних сил мовленнєвих актів, різниця в ідіолексиконах та у сприйнятті світу).

3. Комунікативні девіації, спричинені контактом. Цей тип девіацій пов'язаний із ненормативною поведінкою учасників спілкування, ознаками якої можуть бути:

- невмотивована зміна стратегій (наприклад, перехід від серйозного до жартівливого тону);

- недотримання постулатів кооперативного спілкування;

- недотримання постулатів етикетного спілкування;

- створення атмосфери і реєстру спілкування, які ускладнюють процес (наприклад, душевний реєстр під час спілкування запеклих ворогів);

- порушення законів референції (наприклад, «Тоді навіщо ж ти його питав?» – «Кого його?»);

- зміна інформації в каналі комунікації (як результат комунікативного шуму).

4. Комунікативні девіації, пов'язані з мовним кодом. Вони зумовлені рівнем мовної компетенції учасників комунікації. Виокремлюють:

- девіації на етапі членування початкового задуму (тавтологічність, економія мовних зусиль);

- девіації на етапі категоризації (аномальна категоризація дії, процесу, стану);

- девіації на етапі пропозиціонування (добір нестандартного конверсива, неідіоматична лексикалізація, накладання синонімів, надлишкова лексикалізація, створення ненормативного фразеологізму);

- девіації на етапі побудови поверхневої структури повідомлення (аномальна побудова поверхневої синтаксичної структури повідомлення, аномальна побудова поверхневої лексико-семантичної структури повідомлення) [7, с. 215-250].

Отже, комунікативні невдачі можуть бути зумовлені впливом практично будь-якого з компонентів комунікативного акту. Головною умовою їх запобігання є комунікативна грамотність, що передбачає володіння комплексом знань, умінь і навичок, які забезпечують ефективне та безконфліктне здійснення усного й писемного мовлення.

Контрольні питання

1. У чому сутність неуспішної комунікації? Укажіть її основні ознаки.
2. Охарактеризуйте види комунікативних бар'єрів. Як вони впливають на перебіг мовної комунікації (спілкування)?
3. Охарактеризуйте комунікативний саботаж як явище процесу спілкування. Які можуть бути наслідки його використання?
4. Укажіть основні джерела комунікативних невдач.
5. Які комунікативні невдачі спричиняються недостатньою мовною компетенцією комунікантів?

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Підготувати проєкт «Комунікація як шлях до успіху: роль ефективного спілкування в бізнес-середовищі»

Мета проєкту:

Показати значення ефективної комунікації в досягненні особистого та професійного успіху в бізнесі, розкрити види комунікацій, бар'єри в спілкуванні та стратегії їх подолання.

Підсумковий продукт: презентація.

Форма захисту: виступ з презентацією, відповіді на запитання.

Структура проєкту:

1. Вступ:

- Актуальність теми.
- Мета та завдання дослідження.
- Короткий опис підходу до реалізації проєкту.

2. Теоретична частина: обрати одне з питань, що винесені на розгляд при вивченні дисципліни, сформулювати коротко основні теоретичні положення цього питання. Наприклад: «Поняття комунікації: визначення, функції, види (вербальна, невербальна, ділова тощо, їхня роль у бізнес-спілкуванні)», «Комунікаційні бар'єри та способи їх подолання»; «Міжкультурна комунікація та її значення для міжнародного бізнесу»; «Мовні маніпуляції: за й проти»; «Закони спілкування та їхня реалізація в економіко-бізнесовій структурі».

3. Практична частина:

- Збір й аналіз матеріалу (фото-, відеофіксація лексичних, орфографічних, граматичних помилок у публічних матеріалах, відео-, аудіоматеріали прикладів бізнес-комунікації).
- Аналіз прикладів з реального бізнесу (відомі кейси: успіхи та

провали через комунікацію).

- Опитування серед студентів / працівників про важливість комунікації.

- Аналіз результатів (графіки, діаграми).

- Розробка порад або мінігайду з ефективною комунікації для молодих бізнесменів (мінігайд – це стисла, концентрована версія посібника або путівника, що містить основну інформацію про конкретну тему, процес чи продукт).

4. Висновки:

- Основні підсумки проєкту.
- Практичне значення отриманих результатів.
- Пропозиції для впровадження в професійне життя.

5. Список використаних джерел:

Наукова та бізнес-література, статті, відеоматеріали, сайти.

6. Додатки:

Анкети, скрини опитувань, графіки, фото з роботи над проєктом.

Етапи підготовки проєкту:

1. Формування команди (за потреби) – 1 день.
2. Обрання напрямку дослідження (теоретичний, прикладний або змішаний) – 1-2 дні.
3. Пошук та аналіз джерел інформації – 3-5 днів.
4. Розробка структури проєкту – 1 день.
5. Проведення практичної частини (опитування, збір інформації, аналіз кейсів, інтерв'ю, складання мінігайдів) – 3-7 днів.
6. Оформлення тексту та візуалізація (слайди, діаграми) – 3 дні.
7. Підготовка до захисту (репетиція, розподіл ролей, відповіді на запитання) – 1-2 дні.

Формат захисту проєкту:

- Тривалість презентації: 7–10 хвилин, обсяг – 12-17 слайдів.
- Форма захисту: індивідуальна або командна.
- Використання візуальних матеріалів: PowerPoint / Canva / Google Slides.
- **Обов'язкові елементи презентації:**
 - Назва та мета проєкту.
 - Основні тези теоретичної частини.
 - Практичні результати.
 - Висновки та пропозиції.
- Відповіді на запитання викладача та аудиторії – 3–5 хв.

Критерії оцінювання (за шкалою 100 балів):

Критерій	Макс. кількість балів
Актуальність і логіка теми	10
Доречність і достатність теоретичного аналізу	10
Якість практичної частини	35
Оформлення проєкту (візуальне, текстове)	10
Презентаційні навички	15
Робота в команді (за потреби)	5
Висновки та їх обґрунтованість	5
Відповіді на запитання	10

Корисні поради:

- Уникай сухої теорії – додавай живі приклади (компанії Apple, Tesla, Google, український бізнес).
- Використовуй відеофрагменти, цитати, меми (доречно).
- Обери стиль презентації, який підходить для бізнес-формату: чіткість,

- впевненість, мінімалізм.
- Репетируй виступ перед одногрупниками або дзеркалом.
 - Учися слухати та відповідати коротко, але конкретно.

ЗРАЗОК АНКЕТИ ДЛЯ ОПИТУВАННЯ

Анкета: *Роль комунікації в досягненні успіху в бізнесі*

Мета опитування:

Дослідити ставлення респондентів до комунікації, її важливість у професійному житті та визначити основні труднощі в спілкуванні в бізнес-середовищі.

1. Стать:

- А Чоловік
- Б Жінка

2. Вік:

- А До 18
- Б 18–24
- В 25–34
- Г 35–44
- Д 45 і більше

3. Чи пов'язана ваша діяльність з бізнесом?

- А Так, я студент економічного/бізнес-напряму
- Б Так, я працюю в бізнесі
- В Ні, але планую в майбутньому
- Г Ні

4. Наскільки ви вважаєте важливою комунікацію для успіху в бізнесі?

(Оцініть за шкалою від 1 до 5, де 1 – зовсім не важливо, 5 – надзвичайно важливо)

- А 1
- Б 2

В 3

Г 4

Д 5

5. Які форми комунікації ви використовуєте найчастіше? (можна вибрати кілька)

А Особисте спілкування

Б Телефонні дзвінки

В Електронна пошта

Г Чати / месенджери (Telegram, WhatsApp, Viber тощо)

Д Відеозустрічі (Zoom, Google Meet тощо)

6. З якими труднощами в комунікації ви стикаєтесь найчастіше? (оберіть до 3 варіантів)

А Непорозуміння через різне тлумачення слів

Б Низький рівень емпатії / емоційного інтелекту

В Погане слухання співрозмовника

Г Відсутність зворотного зв'язку

Д Бар'єри між поколіннями

Е Культурні / мовні відмінності

Ж Власна невпевненість

З Інше (вказіть): _____

7. Як ви вважаєте, що найбільше впливає на ефективність комунікації? (оберіть до 2 варіантів)

А Чіткість думок

Б Уміння слухати

В Невербальна комунікація (жести, міміка)

Г Володіння мовою

Д Авторитет / харизма співрозмовника

Е Досвід комунікації

8. Чи проходили ви тренінги або курси з комунікативних навичок?

- А Так
- Б Ні, але хотів/ла б
- В Ні, і не планую

9. Як ви оцінюєте свій рівень комунікативних навичок?

- А Низький
- Б Середній
- В Вище середнього
- Г Високий

10. На вашу думку, чи може вдала комунікація компенсувати брак досвіду чи знань у бізнесі?

- А Так
- Б Частково
- В Ні
- Г Важко сказати

11. Ваш коментар або порада щодо ефективної комунікації в бізнесі (необов'язково):

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Конституція України. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*, 1996, № 30, ст. 141. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Про забезпечення функціонування української мови як державної : Закон України від 25.04.2019 № 2704-VIII. *Відомості Верховної Ради (ВВР)*, 2019, № 21, ст.81. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text>
3. Про засади державної мовної політики : Закон України від 2013 р. №5029-VI. *Відомості Верховної Ради (ВВР)*. 2013, № 23, ст. 218. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5029-17#Text>
4. Рішення Конституційного Суду України у справі за конституційними поданнями 51 народного депутата України про офіційне тлумачення положень статті 10 Конституції України щодо застосування державної мови органами державної влади, органами місцевого самоврядування та використання її у навчальному процесі в навчальних закладах України (справа про застосування української мови). Справа № 1-6/99. м. Київ, 14 грудня 1999 року. № 10-рп/99. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v010p710-99#Text>
5. Бацевич Ф. С. Вступ до лінгвістичної генології. Київ : Видавничий центр «Академія», 2006. 247 с.
6. Бацевич Ф. С. Нариси з комунікативної лінгвістики. Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. 281 с.
7. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Видавничий центр «Академія», 2004. 342 с. URL : <https://surl.li/rbzxne>
8. Гарбар І. В., Гарбар А. І. Культура мовлення : навчальний посібник. Миколаїв : НУК, 2023. 228 с.
9. Кацавець Р. Ділова українська мова. За новим Українським правописом : навч. посіб. Вид. 3-тє, доповн. Київ : Алерта, 2025. 350 с.

10. Кацавець Р. С. Мова державних службовців : навч. посібник. Київ : Алерта, 2023. 220 с.
11. Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. Суми : Сумський державний університет, 2011. 187 с.
12. Мацько Л. І., Кравець Л. І. .Культура української фахової мови: навч. посібник Київ : ВЦ «Академія», 2007. 359 с.
13. Навчальний посібник «Українська мова (за професійним спрямуванням)». URL: <https://nmetau.edu.ua/ua/mdiv/i2036/p-3/e303>
14. Огаренко Т. Етичність мовлення в бізнес-середовищі: протидія мовним маніпуляціям і токсичній комунікації. *Причорноморські філологічні студії*. Видавничий дім «Гельветика», Випуск № 9, 2025. С. 98-104. URL: <https://doi.org/10.32782/bsps-2025.9.13>
15. Огаренко Т. А. Мовний чинник формування особистості. *Особистість та освіта в умовах сучасних соціокультурних викликів: ціннісно-світоглядні та науково-методичні аспекти* : Збірник матеріалів науково-практичної конференції, 22 лютого 2024 р., м. Дніпро, КЗВО «ДАНУ» ДОР» / Наук. ред. О. Є. Висоцька, техн. ред. Н. В. Дев'ятко. Дніпро: КЗВО «ДАНУ» ДОР», 2024. С. 168-170. URL: https://drive.google.com/file/d/1tnPT_HfzqdlQ7UoHtd4RjVgv37S5Wlf1/view?usp=sharing
16. Огаренко Т. А. Прономінативи як засіб вираження толерантності в діловому спілкуванні. *Perspectives of contemporary science: theory and practice* : proceedings of the 1st International scientific and practical conference. SPC “Sci-conf.com.ua”. Lviv, Ukraine. 2024. Pp. 635-638. URL: <https://surl.li/wyyalx>
17. Огаренко Т. Правильність мовлення як показник культури фахівця. *Perspectives of contemporary science: theory and practice*: Proceedings of the 7th International scientific and practical conference. SPC “Sci-conf.com.ua”. Lviv, Ukraine, 19-21.08.2024. Pp. 574-576. URL: <https://surl.li/zvhvth>

18. Огаренко Т. А., Черноус О. В. Українська мова : практикум [електронне видання]. Кропивницький : Донецький державний університет внутрішніх справ, 2024. 156 с.
19. Основи теорії міжкультурної комунікації : курс лекцій [для студентів ОР «Магістр» спеціальності «Мова та література (новогрецька)»] / Укладач Н.К.Кобиленко. Маріуполь: МДУ, 2016. 76 с. URL: https://repository.mu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2098/1/kl_teoria_mizhkult_komun.pdf
20. Пентилюк М. І. Ділове спілкування та культура мовлення : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2010. 224 с.
21. Пономарів О. Культура слова: Мовностилістичні поради : навч. посібник. 2-ге вид., стереотип. Київ : Либць, 2001. 240 с.
22. Українська мова за професійним спрямуванням: курс лекцій / Укладачі: А. М. Куза, О. В. Дерпак, Г. А. Барабаш. Львів: ЛНАУ, 2020. 120 с.
23. Український правопис : схвалено Постановою Кабінету Міністрів України № 437 від 22 травня 2019 р. Репринт. вид. Харків : Право, 2022. 292 с.
24. Холод О. М. Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. Київ : КиМУ, 2010. 391 с.
25. Шевчук С. Українське ділове мовлення : навч. посіб. Вид. 11-те, випр. і допов. Київ : Алерта, 2025. 314 с.
26. Шевчук С. Українська мова за професійним спрямуванням : підручник. Київ : Алерта, 2023. 536 с.
27. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації : навч. пос. Київ : ВЦ «Академія», 2010. 312 с. URL: <http://194.44.152.155/elib/local/sk/sk756619.pdf>

Навчальне видання

ОГАРЄНКО Тетяна

**Мовна компетентність
і комунікативна майстерність фахівця**

Курс лекцій

Навчальний посібник