

ДЕРЖАВНА СЛУЖБА НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ

КАФЕДРА МОВНОЇ ПІДГОТОВКИ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

(підпис, прізвище)

« ____ » _____ 2016 р.

МЕТОДИЧНА РОЗРОБКА
для проведення занять із навчальної дисципліни
«УКРАЇНСЬКА МОВА
(ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ)»
спеціальність 261 «Пожежна безпека»
спеціалізація «Автоматичні системи пожежної та техногенної безпеки»

з теми 1.1: **«Предмет і завдання курсу, його наукові основи»**

Вид заняття: лекція

Обговорено на засіданні ПМК №

« ____ » _____ 2016 р.

Протокол № _____

Викладач: доц. Лептуга О.К. _____

Тема. Предмет і завдання курсу «Українська мова за професійним спрямуванням», його наукові основи

Мета:

- *навчальна*: повідомлення нового матеріалу з таких питань:

1. Предмет і завдання курсу «Українська мова за професійним спрямуванням», його наукові основи.

2. Поняття національної та літературної мови. Найістотніші ознаки літературної мови. Мовне законодавство та мовна політика в Україні.

3. Мовні норми.

- *розвивальна*: розвивати теоретичне мислення в студентів, концентрацію та стабільність уваги, навички сприйняття матеріалу на слух, зв'язок з іншими науками;

- *виховна*: виховувати почуття гордості за націю та повагу до української мови, її норм.

Вид заняття: проблемна лекція з елементами презентації.

Обладнання: мультимедійний набір, підручники з курсу.

Література:

1. Шевчук С.В., Клименко І.В. Українська мова за професійним спрямуванням. — Х., 2012. — 696 с.
2. Українська мова у ХХ сторіччі: історія лінгвоциду: Документи і матеріали / Упоряд. Л. Масенко та ін. — К.: Вид. дім «Києво-Могилянська акад.», 2005. — 399 с.
3. Українська мова. Енциклопедія / Редкол.: В. М. Русанівський, О. О. Тараненко (співголови), М. П. Зяблюк та ін. — К.: Українська енциклопедія, 2000. — 752 с.
4. Український правопис. — 4-те вид., випр. й доп. — К.: Наук, думка, 1993. — 240 с.
5. Універсальний довідник з ділових паперів та ділової етики. — К: Довіра, 2003. — 623 с.

Хід заняття:

I. Організаційний момент.

- рапорт чергового;
- запис дати і теми на дошці, в зошитах.

II. Повідомлення теми і мети уроку. Мотивація навчання.

III. Вивчення нового матеріалу.

1. Предмет і завдання курсу, його наукові основи.

“Українська мова (за професійним спрямуванням)” – це функціональний різновид сучасної української літературної мови, специфіку якого зумовлюють особливості спілкування у професійній сфері: мета, функції, ситуація, особистісні риси учасників спілкування.

Мова є основою для інших видів діяльності, зв'язок мови з іншими навчальними предметами (“Риторика”, “Культурологія”, іноземні мови) забезпечує цілісність і єдність світобачення спеціалістів, під впливом мови формується свідомість і самосвідомість, погляди, переконання, почуття, воля і характер, тому кожен спеціаліст зі здоров'я людини повинен вільно володіти українською мовою і її різновидом – мовою професійного спілкування.

Предметом курсу “Українська мова (за професійним спрямуванням)” є мова як соціально-культурний феномен і засіб спілкування, зокрема у професійній сфері.

Мета курсу – сформувати високий рівень комунікативної культури у сфері професійного спілкування в його усній та писемній формах, виробивши навички практичного володіння мовою в різних видах мовленнєвої діяльності в обсязі тематики, зумовленої професійними потребами.

Основні завдання курсу:

- забезпечити здобуття знань про основи професійного спілкування, його норми та правила, шляхи їх застосування;
- сприяти оволодінню особливостями української літературної мови, дотриманню вимог усного і писемного мовлення, навичок комунікативно виправданого користування засобами мови в різних ситуаціях під час створення висловлювань з дотриманням українського мовного етикету;
- формувати уміння і навички використання мовних знань на практиці;
- виробити вміння сприймати мову як мистецьке явище, що має етичну й естетичну цінність;

- виховувати повагу до української літературної мови, її культури, формувати мовленнєву компетентність.

Критеріями оцінювання знань і вмінь студентів є підготовленість до практичних занять, виконання контрольних робіт, засвоєння термінологічного мінімуму (ведення словника термінів), виконання завдань для самостійної роботи. Вивчення дисципліни розраховано на два триместри, включає в себе складання проміжного заліку і завершується іспитом.

Програму розроблено для студентів/курсантів, які навчаються за освітньо-кваліфікаційною програмою підготовки бакалаврів.

Професійно-зорієнтованій мовній освіті сприятиме використання текстів спеціальної тематики, робота з галузевою термінологією, студіювання особливостей побудови й оформлення документів, які найбільше використовуються у професійній сфері.

2. Поняття національної та літературної мови. Найістотніші ознаки літературної мови. Мовне законодавство та мовна політика в Україні.

Українська мова належить до групи слов'янських мов східнослов'янської підгрупи (росіяни, українці, білоруси).

Спробуємо окреслити місце української мови серед мов світу.

За кількістю мовців найпоширенішими мовами вважають китайську (1 200 000 000 мовців), іспанську (332 000 000), англійську (330 000 000), бенгальську, гінді, арабську, російську, португальську, японську, німецьку мови; українська за цією ознакою перебуває на 21 місці: нею користується від 42 до 50 мільйонів людей у світі (в Україні, у східній і західній діаспорі).

За давністю писемності українська належить до старописемних мов: її писемності понад тисячу років.

За генеалогічною класифікацією (походженням) українська мова належить до східної підгрупи слов'янської групи індоєвропейської мовної сім'ї.

Існують дві версії походження української мови: 1) науковці доводять, що українська мова виокремилась із праслов'янської; 2) у XII–XIII ст. українська мова сформувалася на основі давньоруської мови.

Найдавніші пам'ятки української мови: “Слово о полку Ігоровім”, ”Остромирове Євангеліє”. У XVI ст. живою українською писемною мовою написано так зване “Пересопницьке Євангеліє”. У XVIII ст. формується сучасна українська мова.

Сучасна українська літературна мова сформувалася на основі південно-східного наріччя, ввібравши в себе окремі діалектні риси інших наріч. Зачинателем нової української літературної мови був І. П. Котляревський – автор перших високохудожніх творів українською мовою („Енеїда”, „Наталка Полтавка”, „Москаль-чарівник”). Він першим використав народорозмовні багатства полтавських говорів і фольклору.

Основоположником сучасної української літературної мови по праву вважають Тараса Григоровича Шевченка. Саме він уперше „своєю творчістю підніс її на високий рівень суспільно-мовної і словесно-художньої культури, заклав основи для розвитку в ній наукового, публіцистичного та інших стилів літературної мови...”. Традиції Т. Шевченка у розвитку української літературної мови провадили далі у своїй творчості І. Франко, Леся Українка, Панас Мирний, М. Коцюбинський та інші письменники.

Літературна мова – це оброблена, унормована форма загальнонародної мови, як в писемному так і в усному різновидах обслуговує культурне життя народу, всі сфери його суспільної діяльності.

За функціональним призначенням це мова державного законодавства, засіб спілкування людей у виробничо-матеріальній і культурній сферах, мова освіти, науки, мистецтва, засобів масової інформації.

Літературна мова реалізується в усній і писемній формах.

Писемна форма літературної мови функціонує в галузі державної, політичної, господарської, наукової і культурної діяльності.

Усна форма літературної мови обслуговує безпосереднє спілкування людей, побутові й виробничі потреби суспільства.

Усна форма може обслуговувати виробничі і побутові потреби суспільства. В ній переважає лексика побутового характеру, використовуються переважно прості речення. Можна виділити кілька типів усного мовлення за сферами його застосування: ділова розмова, засідання, публічний виступ (лекція, промова, бесіда).

Усне мовлення відрізняється від писемного такими чинниками:

- усному мовленню властива спонтанність;
- під час усного мовлення мало уваги приділяється формі вислову, особливо з точки зору орфоепії;
- для усного мовлення характерна поширена інформативність, насиченість різноплановими фактами;
- важливим елементом усної мови є інтонація, від якої залежить зміст вислову. Саме ця ознака є однією з найсуттєвіших рис усного мовлення.

Усне мовлення допускає повтори, які використовуються з тією чи іншою метою. На особливу увагу заслуговує особисте ділове усне мовлення в процесі прийому відвідувачів, спілкування зі своїми колегами. Усне мовлення кожної людини свідчить про рівень її освіченості, культури. Сухомлинський писав: "Щоб правильно розмовляти і писати, треба прагнути до удосконалення своїх знань, набутих раніше, треба любити українську мову й свою справу".

Писемне мовлення є основним для ділових людей. Саме через ділову документацію, листування встановлюються певні ділові контакти. Одиницею писемного мовлення є текст різного характеру. Це може бути стаття, газетний текст, лист чи будь-який документ. Писемне мовлення відрізняється від усного і має такі особливості:

- писемна мова фіксується графічними знаками;
- писемна мова завжди спирається на усне мовлення і є вторинною. Вона завжди фіксує чийсь висловлену думку і сприймається органами зору;
- писемна мова – це форма в основному монологічна;

- писемне мовлення характеризується більшою регламентацією мовних засобів, точнішим добором відповідної лексики;
- в писемній мові переважає особливий стиль, загальноприйняті структури документів, правила вживання специфічних словосполучень;
- у писемній мові виділяють тексти за сферою спілкування, наприклад: накази, квитанції, накладні тощо.

Національна мова – це мова окремої нації, якою говорить переважна більшість народу якоїсь окремої країни, включає в себе літературну мову, різні територіальні діалекти, а також професійні діалекти.

Українська мова є національною мовою українського народу. Вона є вирішальним чинником національної самобутності українців.

Українська національна мова існує:

- у вищій формі загальнонародної мови – сучасній українській літературній мові;
- у нижчих формах загальнонародної мови – її територіальних одиницях.

Державна мова – це мова більшості корінного населення країни, узаконена Конституцією.

У Ст. 10 Конституції України (28 червня 1996), зафіксовано:

«Державною мовою в Україні є українська мова. Держава забезпечує всебічний розвиток і функціонування української мови в усіх сферах суспільного життя на всій території України. В Україні гарантується вільний розвиток, використання і захист російської, інших мов національних меншин України... Застосування мов в Україні гарантується Конституцією України та визначається законом».

Для реалізації ст. 10 Конституції України 1997 утворено Раду з питань мовної політики при Президенті України й департамент із здійснення мовної політики при Державному комітеті України у справах національностей та міграції.

4. Мовні норми.

Презентація «Мовні норми та їх класифікація»

IV. Підбиття підсумків заняття.

VI. Домашнє завдання: вивчити поданий теоретичний матеріал, підготувати реферати на тему: «Мовна політика в Україні», «Український правопис: етапи становлення».

ДЕРЖАВНА СЛУЖБА НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ
КАФЕДРА МОВНОЇ ПІДГОТОВКИ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

(підпис, прізвище)

« ____ » _____ 2016 р.

МЕТОДИЧНА РОЗРОБКА
для проведення занять із навчальної дисципліни
«УКРАЇНСЬКА МОВА
(ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ)»
спеціальність 261 «Пожежна безпека»
спеціалізація «Автоматичні системи пожежної та техногенної безпеки»

з теми № 1.6: «Поняття ділового спілкування»

Вид заняття: лекція

Обговорено на засіданні ПМК №

« ____ » _____ 2016 р.

Протокол № _____

Викладач: доц. Лептуга О.К. _____

Тема. Поняття ділового спілкування

Мета:

- *навчальна*: повідомлення нового матеріалу з таких питань:
 1. Спілкування і комунікація. Функції спілкування
 2. Основні закони спілкування
 3. Тенденції розвитку сучасного спілкування
- *розвивальна*: розвивати теоретичне мислення в студентів, концентрацію та стабільність уваги, навички сприйняття матеріалу на слух, зв'язок з іншими науками;
- *виховна*: виховувати почуття гордості за націю та повагу до української мови, її норм.

Вид заняття: лекція-презентація.

Обладнання: дидактичний матеріал, підручники з курсу.

Література:

1. Українська мова. Енциклопедія / Редкол.: В. М. Русанівський, О. О. Тараненко (співголови), М. П. Зяблюк та ін. — К.: Українська енциклопедія, 2000. — 752 с.
2. Шевчук С.В., Клименко І.В. Українська мова за професійним спрямуванням. — Х., 2012. — 696 с.

Хід заняття:

I. Організаційний момент.

- рапорт чергового;
- запис дати і теми на дошці, в зошитах.

II. Повідомлення теми і мети уроку. Мотивація навчання.

III. Вивчення нового матеріалу (презентація).

1. Спілкування і комунікація. Функції спілкування

Життя і діяльність суспільства неможливі без спілкування людей, оскільки воно є необхідною умовою будь-якої діяльності. Процес спілкування значною мірою визначає добробут, ефективність дій, настроїв людей тощо. Наприклад, фахівці в галузі створення та впровадження нової техніки вважають, що сама технічна ідея лише на 20% забезпечує успіх нової розробки; 80% успіху залежать від спілкування: слід довести нову ідею до спеціалістів, переконати, що вона є новою та ефективною, одержати дозвіл на апробацію, знайти охочих взяти участь у впровадженні, «проштовхнути» в реалізацію, використовуючи рекламу та інші засоби тощо. А успіх у вихованні дітей, нормальне функціонування сім'ї залежать саме від спілкування, його якості й організованості.

Часто у побутовому мовленні, а іноді й у науковій літературі спілкування ототожнюють з комунікацією. Однак поняття «спілкування» і «комунікація» різняться між собою. Поняття «спілкування» є більш загальним, а «комунікація» — конкретним, що позначає лише один із типів спілкування.

Спілкування — сукупність зв'язків і взаємодій людей, суспільств, суб'єктів (класів, груп, особистостей), у яких відбувається обмін інформацією, досвідом, уміннями, навичками та результатами діяльності.

Комунікація (лат. соттипісо — спілкуюсь із кимось) — смисловий аспект соціальної взаємодії; обмін інформацією в різноманітних процесах спілкування.

Термін «комунікація» можна вживати як синонім терміна «спілкування» з метою наголошення на процесах соціальної взаємодії.

Функції спілкування

Спілкування в сучасному інформаційно насиченому суспільстві виконує такі функції:

- контактну (встановлення атмосфери обопільної готовності передавати і сприймати повідомлення та підтримувати взаємний зв'язок до завершення акту спілкування);
- інформаційну (обмін інформацією, описами, запитаннями та відповідями);
- спонукальну (заохочення партнера, аудиторії або ж самого себе до виконання певних фізичних, фізіологічних, інтелектуальних, духовних та інших дій);
- координаційну (взаємне орієнтування й узгодження дій учасників спілкування щодо їх спільної діяльності);
- пізнавальну (адекватне сприйняття і розуміння змісту повідомлень, а також взаємне розуміння намірів, установок, переживань, станів один одного);
- емотивну («обмін» емоціями, збудження у партнера, аудиторії певних переживань, психічних станів тощо);
- налагодження стосунків (усвідомлення і фіксування свого місця в системі рольових, статусних, ділових, міжособистісних стосунків);
- впливову (спрямування на зміну стану, поведінки, ціннісно-мотиваційної сфери партнера: намірів, поглядів, думок, рішень, уявлень, потреб, рівня активності, смаків, норм поведінки, оцінних критеріїв тощо).

У процесі спілкування ці функції тісно взаємодіють; може також переважати якась одна або декілька.

Функції комунікації визначають її роль у суспільстві:

- Комунікація як міжособистісний (соціальний) процес і вид соціальної діяльності є одним із найважливіших чинників формування суспільства. У ньому вона виконує «цементуючу» роль.
- Комунікація — найважливіший «механізм» формування індивіда як соціалізованої особистості, пов'язаної з конкретним етносом, його культурою, історією, психологією тощо, тобто специфікою світосприйняття, світобачення.

- Комунікація є засобом корекції соціального вияву індивіда або групи.
- Комунікація забезпечує існування соціальної пам'яті, зберігання й передавання інформації між генераціями і в межах однієї генерації.
- Комунікація сприяє синхронізації життя суспільства у часі та просторі.

Типи спілкування:

1. *За участю чи неучастю мови: **вербальне (словесне)** або **невербальне спілкування**.* До засобів невербального спілкування належать міміка, жести, постава, тип одягу, зачіска тощо, а також інтонація, тембр голосу тощо.
2. *За формою реалізації: **усне спілкування** (сприяє швидкому реагуванню сторін, що спілкуються, передає всі нюанси розмови); **письмове** (більш формалізоване, може бути розірване в часі й просторі (наприклад, листування)); співрозмовниками можуть бути незнайомі люди (наприклад, художня комунікація, ділове спілкування тощо); **друковане** (характеризується уніфікаційними особливостями).*
3. *За темою спілкування: **політичне, наукове, побутове, релігійне (фідейстичне), філософське, навчально-педагогічне, виховне** та ін.* Теми, які порушуються в спілкуванні, мають вплив на його перебіг.
4. *За метою спілкування: **ділове спілкування** (переслідує конкретну предметну або інформаційну мету); **розважальне** (проведення часу в спілкуванні).*
5. *За мірою офіційності: **офіційне спілкування** (відбувається у формальних комунікативних ситуаціях: начальник — підлеглий, колега — колега, покупець — продавець тощо); **неофіційне** (відбувається в неформальних комунікативних ситуаціях, без необхідності обов'язкового підтримання статусних норм комунікації'; це спілкування друзів, приятелів, закоханих тощо).*
6. *За мірою контрольованості: **формальне спілкування** (відбувається в офіційних ситуаціях, які контролюються і регламентуються (наприклад, переговори)); **неформальне** (відбувається у ситуаціях з невимушеністю розмови (бесіда друзів)).*
7. *За кількістю співрозмовників: **внутрішнє** (комунікант спілкується сам із собою); **міжособистісне** (спілюються двоє); **комунікація в межах малої мовної групи** (3-5 комунікантів); публічне (20-30 і більше); **масова комунікація** (1000 і більше учасників) пов'язана зі спілкуванням за допомогою газет, журналів, телебачення, радіо, Інтернету тощо; **міжнародна та міжкультурна комунікації** (відбувається між представниками різних етносів, народів, рас тощо. Однією з її форм є телевізійні мости, учасниками яких можуть бути мільйони глядачів і слухачів).*
8. *За соціальними чинниками: **особистісно зорієнтоване** (скероване на встановлення особистісних стосунків, передусім духовних, товариських) і **соціально орієнтоване** (скероване на встановлення*

статусних, рольових, ієрархічних тощо стосунків, наприклад начальник — підлеглий).

9. *За формою спілкування: закрите спілкування* (спілкування, за якого зміст розмови перебуває ніби на задньому плані, а на передньому — сам процес спілкування, його форма і правила (світське спілкування, розмови на загальні теми)); *відкрите* (у ньому порушуються будь-які теми, висловлюється власна точка зору (ділова розмова, розмова друзів, закоханих)); *змішане спілкування* (має в собі елементи обох типів спілкування: викладач — студент, лікар — пацієнт тощо).
10. *За свободою вибору партнера: ініціативне спілкування* (співбесідники мають змогу вибирати своїх партнерів по комунікації, уникати спілкування з неприємними людьми); *вимушене спілкування* (людина вступає у нього незалежно від своїх бажань (розмова з начальником)).
11. *За тривалістю: постійне* (переважає у колективах і сім'ях); *періодичне* (у випадку кількаразових зустрічей, наприклад з лікарем); *короткотривале* (спілкування з попутниками в транспорті, в черзі); *довготривале* (з друзями тощо).

2. Основні закони спілкування

У комунікації, як і в системі мови, діють певні закони. Вони пов'язані із закономірностями процесу комунікації, психологічними особливостями учасників спілкування, їх соціальними ролями. Комунікативні закони нежорсткі, з плином часу можуть змінюватися, мають національну специфіку. Водночас за необхідності вони виявляються у будь-яких типах міжособистісного і масового спілкування, а тому їх можна вважати об'єктивними законами комунікації.

Комунікативні закони — *найзагальніші нежорсткі тенденції, які наявні у всіх типах групового і масового спілкування.*

Реалізуються вони незалежно від того, хто конкретно спілкується, з якою метою, в якій ситуації тощо.

Правила спілкування — *рекомендації щодо ефективного спілкування, які склалися в суспільстві й віддзеркалюють комунікативні традиції певного етносу.*

Вони засвоюються шляхом наслідування і навчання й реалізуються в спілкуванні переважно автоматично.

Закон дзеркального розвитку спілкування: співбесідники у процесі спілкування імітують стиль один одного. Ця імітація відбувається автоматично, підсвідомо. Наприклад, якщо в розмові хтось раптом починає говорити пошепки, інші мимоволі звертають на це увагу і понижують гучність голосу. І навпаки, якщо співбесідник починає говорити голосно, інші учасники спілкування відчують бажання підвищити голос.

Дія закону віддзеркалення починається тоді, коли хтось із учасників спілкування відхиляється від його норм. У разі зародження конфлікту дію цього закону можна нейтралізувати: якщо хтось починає кричати, а йому

демонстративно відповідають тихо й повільно, то співбесідник обов'язково (за законом віддзеркалення) стане говорити тихіше.

Цей закон впливає на тематику розмов, поставу тіла учасників спілкування, ритм їхніх рухів, навіть дихання. Він дає змогу налагодити добрі стосунки між комунікантами, тобто є одним із найважливіших принципів безконфліктного спілкування.

Закон залежності ефективності спілкування від комунікативних зусиль: ефективність спілкування прямо пропорційна комунікативним зусиллям. Тобто чим більше комунікативних зусиль затрачає адресант, тим вища ефективність його мовленнєвого впливу.

У спілкуванні ж, навпаки: щоб досягти комунікативного успіху, необхідно застосовувати весь арсенал вербальних і невербальних засобів, дотримуватись законів, правил, конвенцій спілкування, норм етикету тощо, тобто затрачати більше зусиль. Досвід свідчить, що коротко висловлені прохання і розпорядження виконують з меншим бажанням, оскільки вони сприймаються як невічливі, агресивні.

Закон прогресивного зростання нетерпіння слухачів: чим довше говорить мовець, тим неухважніші й нетерплячіші його слухачі. За даними дослідників, друга половина промови оратора завжди видається приблизно вдвічі довшою від першої, а останні десять хвилин — утричі довшими за перші десять. Отже, ефективне мовлення повинне бути коротким і тривати не довше 10 хвилин.

Закон зниження рівня інтелекту аудиторії зі збільшенням її чисельності: чим більше людей слухає промовця, тим нижчим є середній рівень інтелекту аудиторії. Тобто в цьому законі знаходить своє втілення «ефект натовпу», який полягає в тому, що в натовпі людина гірше мислить логічно; домінує права півкуля головного мозку, яка «відповідає» за емоції. Тому в натовпі посилюються емоційні реакції й послаблюється інтелектуальна діяльність, знижується критичність сприйняття, людина стає довірливішою і легше піддаються впливам оточення. З огляду на це лектору, оратору, проповіднику слід брати до уваги кількість слухачів. Найважче переконати одного слухача.

Закон комунікативного самозбереження: людина у спілкуванні намагається зберегти досягнуту нею комунікативну рівновагу. Так, нова ідея, висловлена співрозмовнику, як правило, спершу ним піддається сумніву, навіть відхиляється. Згодом вона може бути схваленою. Закон комунікативного самозбереження дає змогу людині підтримувати внутрішній спокій, рівновагу, підкидаючи дратівливу інформацію, трансформуючи її и спокійнішу.

Закон ритму спілкування: співвідношення говоріння і мовчання в мовленні кожної людини — величина постійна. У кількісному вияві вона становить приблизно 1:23. Отже, людина говорить менше, ніж мовчить. Цей закон діє в житті кожної людини чітко. Звичний ритм «спілкування необхідно витримувати. В іншому разі «'явиться психічний неспокій, можливі стреси, погіршення настрою і загального стану здоров'я.

Ритм спілкування залежить від статі — жінки відчувають більшу потребу в говорінні, ніж чоловіки; від віку — у дітей і молоді величезна потреба у спілкуванні, у людей середнього віку вона зменшується, а в похилому віці

знову зростає. Існує також національна специфіка реалізації цього закону. Мало розмовляють фіни, естонці, шведи, норвежці, народи Півночі; значно активніше спілкуються італійці, іспанці, французи. Українці належать до народів з великим обсягом словесного спілкування.

Закон мовленнєвого самовпливу: словесне втілення ідеї або емоції формує цю ідею або емоцію у мовця. Як свідчить практика, словесне втілення певної думки дає змогу людині впевнитися в ній, остаточно утвердити її для себе. Відомий старий анекдот: «Іване, я тобі вже двадцять разів пояснювала, сама нарешті зрозуміла, а ти все ще не розумієш!». На цьому законі, зокрема, ґрунтується аутогенне тренування, в основі котрого — словесні команди, які подає людина сама собі і які регулюють її психічні та фізичні стани: «Я спокійний, серце б'ється рівно, у мене хороший настрій» тощо.

Закон довіри до зрозумілих висловлювань: чим простіше мовець висловлює свої думки, тим краще його розуміють і більше йому вірять.

Йдеться про апеляцію до вічних і простих істин. Цей закон стосується також форми висловлення згаданих істин: вона не повинна бути ускладненою.

Закон притягування критики: чим більше людина виділяється в оточенні, тим більше про неї лихословлять і критикують її вчинки. Дію цього закону пояснюють психологічно: все, що привертає увагу, стає предметом обговорення; концентруються ж переважно на недоліках людей, що певним чином виділилися, з метою опустити їх до свого рівня. Американський фахівець з проблем спілкування Дейл Карнегі зазначав: «Не сварять лише пень від зрубаного дерева, ти ж не можеш стати пнем». Американський менеджер Ел Ньюхарт зауважував: «Не звертайте увагу на тих, хто у всьому вам перечить. Коли ви досягнете успіху, насмішки перетворяться на поздоровлення. Ті, хто сміявся над вами, почнуть сміятися разом з вами».

Закон самовиникнення інформації: у разі дефіциту інформації в певній групі спілкування інформація самопороджується у вигляді чуток. Раз народившись, вони можуть стати причиною появи інших чуток.

Закон прискореного поширення негативної інформації: інформація негативного змісту має тенденцію до швидшого поширення, ніж позитивна. Дія цього закону пов'язана з підвищеною увагою людей до негативних факторів, оскільки позитивне швидко сприймають за норму і перестають обговорювати.

Закон спотворення інформації («зіпсутого телефону»): будь-яка інформація, яку передають у групі спілкування, спотворюється в процесі передавання. Міра спотворення інформації прямо пропорційна кількості осіб, які її передають. Причини спотворення — суб'єктивна інтерпретація інформації кожною особою, яка її отримує, а також дія «правила коментування», тобто особистісного ставлення до змісту інформації. Спотворення спричиняється також невмінням слухати співбесідника, іноді — небажанням демонструвати те, що все зрозуміло.

Закон емоційної афіліації («зараження»): особи, які перебувають в однаковому емоційному стані, прагнуть об'єднатися в групу і спілкуватися один з одним. Збуджені люди створюють групи і навіть натовпи; люди н

поганому настрої шукають друзів по нещастю; веселій людині хочеться спілкуватися з веселими партнерами.

Закон мовленнєвого посилення емоцій: емоційні вигуки людини посилюють емоцію, яку ця людина переживає в даний момент. Встановлено, що словесна констатація емоції посилює її в півтора-два рази. Це явище активно використовують у пропаганді, рекламі, деяких медитативних і релігійних практиках.

Закон мовленнєвого поглинання емоцій: у разі послідовної вдумливої розповіді про емоцію, яку переживають, вона поглинається мовленням і щезає. Це явище відоме як «поскаржитись комусь на життя».

3. Тенденції розвитку сучасного спілкування

У другій половині ХХ ст. характер спілкування істотно змінився, що зумовлено впливом науково-технічного прогресу і науково-технічної революції.

Персоніфікація особистості — усвідомлення людиною індивідуальної неповторності, несхожості на інших людей.

Персоніфікація впливає на мобільність, культуру особистості, почуття власної гідності, духовні й матеріальні потреби. Персоніфікація особистості значною мірою позначається на спілкуванні, яке в сучасному суспільстві характеризується певними особливостями.

1. Розширюються сфери спілкування.
2. Час спілкування з тими, хто цікавить особистість, неухильно скорочується; багато часу забирає робота, транспорт; на спілкування з близькими залишається все менше часу.
3. Збільшується питома вага коротких, поверхових мовленнєвих контактів; люди відучуються виголошувати розлогі монологи.
4. Скорочується час спілкування з людьми за рахунок зростання часу «спілкування» із засобами масової інформації.
5. Ухилення від спілкування в силу перевантаженості різноманітними типами комунікації протягом дня. Люди втомлюються від спілкування з різними малознайомими чи навіть незнайомими людьми, виконуючи різноманітні службові обов'язки. За спостереженнями сучасних психологів, людина, яка живе у великому місті й добирається до місця роботи кількома видами транспорту, зустрічається за день як мінімум з 10-ма тисячами незнайомих людей, що провокує втому і небажання спілкуватися вдома.
6. Збільшується час примусового спілкування людей похилого віку в сім'ї: в окремих сім'ях старші люди тижнями спілкуються лише з близькими.
7. Розширюється примусове спілкування за місцем роботи. Результат праці людини залежить від узгодженої та ефективної співпраці з іншими колегами, тому надзвичайно важливим чинником є формування доброзичливої атмосфери за місцем роботи.
8. Інтенсифікується спілкування у сфері обслуговування.
9. Зростає рівень знеосіблення спілкування, збільшується кількість ситуацій, в котрих люди спілкуються, не знайомлячись, не вступаючи в

особистісні стосунки; відбувається лише інформаційний обмін без налагодження духовних зв'язків.

10. Накопичення інформації поглинає значно більше часу, ніж її обговорення. Люди дивляться фільми, читають газети, слухають радіо, але менше обговорюють інформацію, яку вони отримали.

11. Зростає частка емоційного спілкування в загальному обсязі комунікації. Часто спілкування набирає форму емоційного вибуху.

12. Розширюється сфера застосування усного мовлення. Люди все менше листуються, частіше спілкування відбувається по телефону, із застосуванням Інтернету тощо. Катастрофічно знижується культура писемного мовлення, погіршується грамотність.

13. Зростає частка спілкування за допомогою засобів сучасного зв'язку (факс, мобільний телефон, електронна пошта, Інтернет).

14. Скорочується ініціативне спілкування, але збільшується частка спілкування офіційного, примусового, рольового, фатичного.

Отже, персоніфікація об'єктивно стала причиною ускладнення міжособистісного спілкування, збільшений комунікативних конфліктів та інших типів непорозумінь у спілкуванні людей. Цим і зумовлена необхідність формування культури спілкування, оскільки вони — важливий чинник суспільної інтеграції.

V. Підбиття підсумків.

VI. Домашнє завдання.

Конспект.

ДЕРЖАВНА СЛУЖБА НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ
КАФЕДРА МОВНОЇ ПІДГОТОВКИ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

(підпис, прізвище)

« ____ » _____ 2016 р.

МЕТОДИЧНА РОЗРОБКА
для проведення занять із навчальної дисципліни
«УКРАЇНСЬКА МОВА
(ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ)»
спеціальність 261 «Пожежна безпека»
спеціалізація «Автоматичні системи пожежної та техногенної безпеки»

з теми № 1.11: «**Поняття про ораторську (риторичну) компетенцію**»

Вид заняття: лекція

Обговорено на засіданні ПМК №

_____ 2016 р.

Протокол № _____

Викладач: доц. Лептуга О.К. _____

Тема. Поняття про ораторську (риторичну) компетенцію

Мета:

- *навчальна*: розглянути поняття риторики, з'ясувати правила підготовки до публічного виступу.
- *розвивальна*: розвивати теоретичне мислення в студентів, концентрацію та стабільність уваги, навички сприйняття матеріалу на слух, зв'язок з іншими науками;
- *виховна*: виховувати почуття гордості за націю та повагу до української мови, її норм.

Вид заняття: лекція-презентація.

Обладнання: дидактичний матеріал, підручники з курсу.

Література:

1. Шевчук С. В., Клименко І. В. Українська мова за професійним спрямуванням: Підручник. – 3-тє вид., виправл. і доповнен. – К.: Алерта, 2012. – 696 с.

Хід заняття:

I. Організаційний момент.

- рапорт чергового;
- запис дати і теми на дошці, в зошитах.

II. Повідомлення теми і мети уроку. Мотивація навчання.

III. Вивчення нового матеріалу.

1. Риторика як мистецтво професійного спілкування

Усе, що постає у людській свідомості, набуває форми слова. Система знаків, яку іменовано мовою, фіксує знання про світ, що оточує людину, є важливим чинником її самоусвідомлення, дає їй змогу виразити свої ставлення до навколишньої дійсності. Мова виражає думку і почуття людей, вона є основним засобом їх спілкування.

Отже, одна із головних функцій мови – комунікативна, тобто функція спілкування. Виступаючи публічно, людина виражає, утверджує себе, одночасно впливаючи на інших. Красномовство – це сила, з допомогою якої вдається впливати на світ, змінювати його, реалізувати власну волю.

Термін “риторика” походить від грецького слова, яке означає наука про ораторське мистецтво, красномовство. Латиною поняття “красномовство” як “мистецтво говорити” позначається словом *eloquentia* – словенція. Наука про красномовство виникла як спроба осмислити закономірності гарного прозового мовлення, яке в активному суспільстві цінується значно менше, ніж художнє, поетичне слово. І все ж, поруч з поетами, які говорили про речі високі, використовуючи віршову форму, поставали оратори зі словом на політичні теми, промовами в суді тощо. У

зв'язку з цим постала потреба вивчати закони ораторства, яке вже в античності стало справжнім мистецтвом.

Отже, **риторика – це наука про способи переконання, ефективні форми мовленнєвого впливу на аудиторію з урахуванням її особливостей.**

Класична риторика – наука про загальні способи переконання у вірогідному чи можливому, що основані на чіткій системі логічних доведень, майстерність та мистецтво віднаходити ці способи і користуватися логікою аргументації; теорія художнього мовлення.

Сучасна риторика – це теорія та майстерність ефективного (доцільного, впливового, гармонійного) мовлення. Предметом сучасної загальної риторики є загальні закономірності мовленнєвої поведінки, що діють у різних ситуаціях спілкування, сферах діяльності, та практичні можливості використання їх з метою створення ефективного висловлювання. Ефективність мовлення визначається найменшими втратами в процесі його передавання від мовця до слухача у всіх трьох типах інформації, які зазвичай містять мовлення: понятійно-логічні, оціночні (+ або -), емоційні.

Закони риторики

Концептуальний закон.

Базовим законом риторики є концептуальний закон, який полягає у винайденні задуму, ідеї, створенні концепції. За своєю суттю цей закон передбачає пошук істини шляхом всебічного аналізу предмета.

Процес розробки концепції складається з такої послідовності дій:

1. Своє бачення суб'єктом предмета (теми).
2. Аналіз предмета (теми), тобто вибір проблем для вивчення.
3. „Привласнення” суб'єктом чужого досвіду по вивченню обраної проблеми (прилучення до цінностей людського досвіду).
4. Пропускання чужого досвіду крізь призму свого бачення і навпаки (чуже + своє) і формування позиції.

Отже, процес створення концепції – це досить складна й напружена мисленнєво-мовленнєва діяльність людини, але не зробивши цієї досить нелегкої роботи, вона впадає в дилетантизм, що виражається в нездатності розв'язувати суперечності, сприяє появі і накопиченню безвихідних ситуацій.

Після того, як розроблено задум, починається наступний етап діяльності – „запуск” задуму в суспільство. Першим законом цього етапу є **закон моделювання аудиторії**, знання й застосування якого дозволяє досить повно вивчати тих, на кого треба орієнтувати загальний задум.

Закон моделювання аудиторії передбачає системне вивчення аудиторії, тобто тих, на кого розраховується викладення концепції (один суб'єкт чи ціла соціальна група), на основі соціально-демографічних, соціально-психологічних та індивідуально-особистісних ознак.

Соціально-демографічні ознаки становлять собою перший ступінь вивчення аудиторії, спрямований на розкриття „зовнішньої оболонки” людини. До цієї групи можна віднести такі ознаки: стать, вік, національність, освіту, професію, склад сім'ї тощо.

Соціально-психологічні ознаки характеризують поведінку декількох суб'єктів одночасно, тобто це ознаки, властиві одразу декільком суб'єктам. До них можна віднести такі: мотиви поведінки, потреби, ставлення до предмета мовлення та суб'єкта, який його викладає, рівень розуміння предмета.

Мотив поведінки розглядається як фактор, який зумовлює дії суб'єктів (відповідає на запитання: що збудило суб'єкта до дії). Охарактеризуємо три мотиви:

- Морально-дисциплінарний мотив (зовнішній, примусовий фактор спонукання), не підкріплений бажанням суб'єкта;
- Емоційно-естетичний мотив (фактор, заснований на цікавості, але не підкріплений волею суб'єкта; звідси „скороминучість” цього мотиву);
- Інтелектуально-пізнавальний мотив (фактор, зумовлений бажанням і волею суб'єкта до пізнання). Стійкий інтелектуально-пізнавальний мотив виводить людину на рівень саморозвитку, тобто запуску в ній активного внутрішнього фактору.

Потреби розуміються як категорія, яка визначає вибір суб'єкта (відповідає на питання: що це мені дає? Навіщо це мені? що я від цього отримаю?). Можна виділити два види потреб: усвідомлені та неусвідомлені. Усвідомлена потреба буває:

- Особистісна (суб'єкт отримує інформацію тільки для себе, з урахуванням власного інтересу, тобто „замикає” інформацію на собі);
- Професійна (суб'єкт сприймає інформацію з урахуванням професійних інтересів, тобто збагачує свій професійний досвід, турбується про тих, на кому відбивається його рівень компетентності);
- Громадська (суб'єкт піднімається до рівня усвідомлення вкладу в суспільство як основної умови нормального, повноцінного життя людини: чим більше я вкладу в суспільство, тим більше отримаю від нього і навпаки). Громадська потреба розвиває в людини розуміння того, що усі члени суспільства (хочуть вони цього чи не хочуть) є взаємозалежними.

Ставлення до предмета мовлення та суб'єкта, який його викладає, - це реакція суб'єкта, котрий сприймає інформацію.

Індивідуально-особистісні ознаки становлять собою наступний крок у вивченні внутрішнього світу людини, який направлений на розкриття особливостей кожного суб'єкта зокрема, тобто на дослідження будови внутрішнього світу суб'єкта: типу нервової системи, типу й способу мислення, особливостей характеру, типу темпераменту, ступеня розвитку основних функцій – інтелектуальної, емоційної, рухливої, інстинктивної тощо.

Соціально-демографічні та соціально-психологічні ознаки аудиторії необхідно вивчати ще на підготовчому етапі (до безпосереднього спілкування), тобто прогнозувати. Індивідуально-особистісні ознаки вивчаються в процесі безпосереднього спілкування.

Закон моделювання аудиторії дозволяє побудувати наступний крок „запуску” концепції – виробити стратегію її реалізації.

Стратегічний закон передбачає системну побудову програми впливу на конкретну аудиторію.

Стратегія (програма дій) характеризується такими ознаками: динамічністю, гнучкістю, варіативністю (порівняйте: концепція є щось універсальне, загальне, більш або менш стабільне). Інакше кажучи, та сама концепція може мати декілька стратегій залежно від аудиторії (на кожну аудиторію вибудовується своя програма дій) та етапів реалізації концепції (скільки етапів, стільки й стратегій).

Тактичний закон передбачає систему дій по підготовці ефективної реалізації стратегій. До складових цього закону належать аргументація і активізація мислення та почуттєво-емоційної діяльності аудиторії.

Класифікація аргументів

Сильні	Слабкі	Неістинні
„доказ від факту” (доказ, побудований на аналізі факту, тобто на вивченні причинно-наслідкових зв’язків, які впливають з факту).	„Доказ від сумніву” (доказ, зумовлений особистими сумнівами переконуючого субекта); „доказ від авторитету” (доказ, який визначається загальною вірою переконуючого та переконуваного в авторитет „третьої сторони”); „доказ від впевненості” (доказ, який впливає з особистої впевненості переконуючого).	„Доказ від загрози” (доказ, заснований на загрозі аудиторії); „Доказ від обіцянки” (доказ, заснований на обіцянці аудиторії з боку переконуючого); „доказ від засудження” (доказ, заснований на засудженні мовця і аудиторії третьою стороною).

Аргументація як частина тактичного закону спрямована головним чином на реалізацію завдання.

Для здійснення цього необхідно звернутися до другої частини тактичного закону – активізації мисленнєвої та почуттєво-емоційної діяльності аудиторії, яка спрямована на реалізацію над завдання, тобто досягнення практичної мети – збудження до дії.

Активізація передбачає таку послідовність дій:

- зацікавити аудиторію (призначений для включення емоційно-естетичного впливу в адресата, яке досягається використанням: шокова терапія, реклама, аудіовізуалізація);

- викликати аудиторію на роздуми (спіральний спосіб (багаторазове повторення тієї самої думки, але кожного разу при цьому збагаченої новою інформацією; розгортання тези у вигляді поєднання в свідомості різних образів);

- вивести аудиторію на рівень обговорення (передбачає пошук загальних точок зіткнення, який досягається логіко-психологічними, психологічними та аудіовізуальними прийомами).

Мовленнєвий закон передбачає вираження думки в дієвій словесній формі (ДСФ). ДСФ становить собою систему комунікативних якостей мовлення (правильність, виразність, ясність, точність, ємність, стислість, доцільність).

Мовленнєвий закон завершує стадію організації мисленнево-мовленнєвої діяльності (підготовчий етап) і відкриває наступний етап – управління мисленнево-мовленнєвим процесом.

Закон ефективної комунікації передбачає систему дій суб'єкта з метою налагодження контакту на всіх етапах комунікації як необхідну умову ефективної реалізації продукту мисленнево-мовленнєвої діяльності.

Системно-аналітичний закон передбачає аналіз якості та ефективності продукту мисленнево-мовленнєвої діяльності.

Системно-аналітичний закон базується на двох етапах критичної діяльності: на самоаналізові (суб'єкт аналізує свій продукт, свої дії) та аналізові інших (суб'єкт аналізує чужий продукт і дії іншого суб'єкта).

У підсумку відзначимо, що хоча системно-аналітичний закон завершує риторичну формулу, однак він не робить її замкненою завдяки тому, що сам по собі символізує вічний процес удосконалення всього існуючого на землі.

V. Підбиття підсумків.

VI. Домашнє завдання.

Конспект.

ДЕРЖАВНА СЛУЖБА НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ
КАФЕДРА МОВНОЇ ПІДГОТОВКИ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

(підпис, прізвище)

« ____ » _____ 2016 р.

МЕТОДИЧНА РОЗРОБКА
для проведення занять із навчальної дисципліни
«УКРАЇНСЬКА МОВА
(ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ)»
спеціальність 261 «Пожежна безпека»
спеціалізація «Автоматичні системи пожежної та техногенної безпеки»

з теми № 2.1: **«Національний стандарт України. Склад реквізитів документів. Оформлювання сторінки»**

Вид заняття: лекція

Обговорено на засіданні ПМК №

« ____ » _____ 2016 р.

Протокол № _____

Викладач: доц. Лептуга О.К. _____

Тема. Національний стандарт України. Склад реквізитів документів. Оформлювання сторінки

Мета:

- *навчальна*: повідомлення нового матеріалу з таких питань:
 1. Особливості офіційно-ділового стилю.
 2. Діловодство. Документ. Класифікація документів
 3. Державний стандарт України. Склад реквізитів документів
- *розвивальна*: розвивати теоретичне мислення в студентів, концентрацію та стабільність уваги, навички сприйняття матеріалу на слух, зв'язок з іншими науками;
- *виховна*: виховувати почуття гордості за націю та повагу до української мови, її норм.

Вид заняття: лекція з елементами презентації.

Обладнання: дидактичний матеріал, підручники з курсу.

Література:

1. Дідук Г. Ділова та наукова мова. Ділові папери. Правопис у таблицях: Навч. посіб. — Тернопіль: ТДПУ, 2002. — 150 с.
2. Довідник з культури мови / За ред. С. Я. Єрмоленко. — К.: Вища школа, 2005. — 400 с.
3. О. Тараненко (співголови), М. П. Зяблюк та ін. — К.: Українська енциклопедія, 2000. — 752 с.
4. Український правопис. — 4-те вид., випр. й доп. — К.: Наук, думка, 1993. — 240 с.
5. Універсальний довідник з ділових паперів та ділової етики. — К: Довіра, 2003. — 623 с.

Хід заняття:

I. Організаційний момент.

- рапорт чергового;
- запис дати і теми на дошці, в зошитах.

II. Повідомлення теми і мети уроку. Мотивація навчання.

III. Вивчення нового матеріалу.

1. Особливості офіційно-ділового стилю.

Офіційно-діловий стиль — це мова ділових паперів, роз--поряджень, постанов, програм, заяв, автобіографій, резолюцій, протоколів, законів, актів, наказів, анкет, розписок тощо. Це один з найдавніших стилів. Його ознаки знаходимо в документах XI—XII ст. (Мстиславова грамота 1130 р.), в українсько-молдавських грамотах, українських грамотах XIV та XV ст., українських літописах (офіційні листи, угоди і т. ін.). Для всіх текстів офіційно-ділового стилю характерні й спільні мовні риси.

1. Наявність реквізитів, які мають певну черговість. У різних видах ділових паперів склад реквізитів неоднаковий, він залежить від змісту документа, його призначення та способу обробки. Закріплення за реквізитами постійного місця робить документи зручними для зорового сприймання, спрощує їх обробку. Підпис є обов'язковим реквізитом будь-якого документа.

2. Точність, послідовність і лаконічність викладу фактів, гранична чіткість у висловленні. Діловий стиль позбавлений образності, емоційності та індивідуальних авторських рис.

3. Наявність усталених мовних зворотів, певна стандартизація початків і закінчень документів. Найхарактерніші прояви стандартизації такі:

а) широке вживання готових словесних формул типу у зв'язку з, відповідно до, з метою, згідно з, що спрощує й полегшує процес укладання окремих видів документів;

б) повторюваність тих самих слів, форм, зворотів; конструкцій як результат досягнення однотипності вираження думки.

4. Лексика здебільшого нейтральна, вживається в прямому значенні. Залежно від того, яку саме галузь суспільного життя обслуговує офіційно-діловий стиль, він може містити суспільно-політичну, професійно-виробничу, науково-термінологічну лексику.

5. Для чіткої організації текст ділиться на параграфи, пункти, підпункти.

6. У текстах часто вживаються словосполучення з дієсловами у формі теперішнього часу із значенням позачасовості, постійності дії. рішення надсилається, має місце, виробнича рада розглядає. Вживаються і такі звороти, як з оригіналом згідно, складено й завірено (засвідчено) у двох примірниках, вжити заходів, визнати за можливе, звернутися із заявою, надати слово, оголосити подяку, накласти резолюцію.

7. Найхарактерніші речення — прості поширені (кілька підметів при одному присудку, кілька присудків при одному підметі, кілька додатків при одному з головних членів тощо). Вживаються також складні речення із сурядним і підрядним зв'язком.

7. Найхарактерніші речення — прості поширені (кілька підметів при одному присудку, кілька присудків при одному підметі, кілька додатків при одному з головних членів тощо). Вживаються також складні речення із сурядним і підрядним зв'язком.

2. Діловодство. Документ. Класифікація документів

Основною одиницею офіційно-ділового стилю є документ. Документи використовуються в різних галузях людської діяльності, ділянках знань, сферах життя.

Документ:

1) письмовий акт, здатний служити доказом юридичних відносин або юридичних фактів, що спричиняють правові наслідки;

2) офіційне посвідчення особи (паспорт, трудова книжка тощо);

3) достовірне історичне письмове джерело.

Документ — це результат відображення конкретної інформації на спеціальному матеріалі за визначеним стандартом чи формою.

Ознаки документа:

- достовірність;

- точність;
- логічність;
- лаконічність;
- аргументованість;
- емоційна нейтральність;
- структурна й композиційна чіткість;
- прогнозування результативності;
- доступність викладу;
- відповідність нормам і вимогам ОДС.

Наукова дисципліна, яка вивчає структуру і властивості документальної інформації, розвиток форм документів, методи і засоби автоматизованої обробки, зберігання, пошуку й використання їх, називається *документалістикою*.

Діловодство — це діяльність, яка охоплює питання документування та організації роботи з документами в процесі управлінської діяльності.

Особливості сучасного діловодства полягають, насамперед, у переведенні його на державну мову, широкому застосуванні комп'ютерних систем оброблення та друкування документів, необхідності дотримання вимог чинних державних стандартів у цій галузі, впровадження раціональних прийомів роботи.

Дотримання стандартів з діловодства у практичній роботі органів управління та документування сприяє встановленню чіткого організаційно-технічного порядку, викоріненню бюрократизму й тяганини.

Класифікація документів – це поділ їх на класи за найбільш загальними ознаками схожості та відмінності. Мета класифікації полягає в підвищенні оперативності роботи апарату управління та *відповідальності виконавців*.

Презентація «Класифікація документів»

3. Державний стандарт України. Склад реквізитів документів

ДСТУ 4163-2003 «Державна уніфікована система документації. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлювання документів»

Документи, що їх складають в установі, організації, повинні мати такі обов'язкові реквізити:

- назва організації (07);
- назва виду документа (10) (не зазначають у листах);
- дата (11);
- реєстраційний індекс документа (12);
- заголовок до тексту (19);
- текст документа (21);
- підпис (23).

V. Підбиття підсумків.

VI. Домашнє завдання: конспект, підготувати доповідь на тему «Історія виникнення документів».

ДЕРЖАВНА СЛУЖБА НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ
КАФЕДРА МОВНОЇ ПІДГОТОВКИ

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

(підпис, прізвище)

« ____ » _____ 2016 р.

МЕТОДИЧНА РОЗРОБКА
для проведення занять із навчальної дисципліни
«УКРАЇНСЬКА МОВА
(ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ)»
спеціальність 261 «Пожежна безпека»
спеціалізація «Автоматичні системи пожежної та техногенної безпеки»

з теми № 2.8: «Термін та його ознаки. Термінологія як система»

Вид заняття: лекція-презентація

Обговорено на засіданні ПМК №

« ____ » _____ 2016 р.

Протокол № _____

Викладач: доц. Лептуга О.К. _____

Тема. Термін та його ознаки. Термінологія як система

Мета:

- *навчальна*: повідомлення нового матеріалу з таких питань:
 1. Історія і сучасні проблеми української термінології
 2. Термін та його ознаки. Термінологія як система
 3. Загальнонаукова, міжгалузєва і вузькоспеціальна термінологія. Професіоналізми і номенклатурні назви
- *розвивальна*: розвивати теоретичне мислення в студентів, концентрацію та стабільність уваги, навички сприйняття матеріалу на слух, зв'язок з іншими науками;
- *виховна*: виховувати почуття гордості за націю та повагу до української мови, її норм.

Вид заняття: лекція-презентація.

Обладнання: дидактичний матеріал, підручники з курсу, презентація.

Література:

1. Загнітко А. П., Данилюк І. Г. Українське ділове мовлення: професійне і непрофесійне спілкування. – Донецьк, 2004. – 480 с.
2. Сучасні ділові папери : навч. посібник / Глущик С.В. , Дияк О.В., ... – Х. : Фоліо: Майдан, 2004. - 288 с.
3. Шевчук С. В., Клименко І. В. Українська мова за професійним спрямуванням: Підручник. – 3-тє вид., виправл. і доповнен. – К.: Алерта, 2012. – 696 с

Хід заняття:

I. Організаційний момент.

- рапорт чергового;
- запис дати і теми на дошці, в зошитах.

II. Повідомлення теми і мети уроку. Мотивація навчання.

III. Вивчення нового матеріалу.

1. Теоретичний матеріал.

1. Історія і сучасні проблеми української термінології

Літературна мова, крім загальноживаної частини, має численні підмови, які задовільняють потреби спілкування людей в найрізноманітніших сферах. Однією з таких підмов є **наукова мова** (інші назви – мова науки й техніки, фахова мова), найголовнішу частину якої становить термінологія.

Наукова термінологія – вище породження людської думки, національної за своїми витоками і формою, міжнародної за поширенням.

Професійне спілкування в будь-якій галузі неможливе без термінології.

Вивчення проблем термінології надзвичайно актуальне з кількох причин.

По-перше, термінологія є головним джерелом поповнення лексичного складу високорозвинених сучасних мов. Саме термінологія як частина природної людської мови є найуніверсальнішим засобом зберігання, передавання, оброблення інформації. Обсяги ж інформації зростають шаленими темпами: за даними науковців, зараз її обсяги подвоюються через кожні п'ять–сім років, що спричиняє так званий “термінологічний вибух” – появу великої кількості нових термінів.

По-друге, наукове знання інтернаціональне за своєю природою. У сучасному світі відбуваються потужні інтеграційні процеси, які не оминають наукової сфери і висувають проблему міжнародної стандартизації термінів як основи для порозуміння між фахівцями різних країн.

По-третє, українська термінологія, яка повинна розвиватися разом із термінологіями інших національних мов, має низку специфічних проблем, зумовлених історично, гостру потребу у створенні національних термінологічних стандартів, термінологічних словників тощо.

Українська термінологія – одна з найдавніших природно сформованих національних терміносистем, витоки якої сягають **періоду Київської Русі**. Свідченням цього є слова, зафіксовані в “Повчанні дітям” Володимира Мономаха, у Київському літописі, пізніше – в Галицько–Волинському літописі, “Руській правді” тощо: *ремственик, купець, ціна, вира, продаж, мито, дань* (“податок”), *ряд* (“угода”).

Інтенсивний розвиток української термінології розпочинається з **другої половини 19 століття**.

20-ті роки 20 століття (період українізації в УРСР) називають “золотим десятиліттям” української термінології. Уперше за всю свою історію термінологія в Україні розвивалася за визначеним планом і за державної підтримки.

З **1990** року з набуттям українською мовою статусу державної розпочався новий період розвитку української термінології.

2. Термін та його ознаки. Термінологія як система

Термін (від латин. *terminus* – *межа, кінець*) – це слово або словосполучення, яке позначає поняття певної галузі знання чи діяльності людини.

Термінологія – 1) розділ мовознавства, що вивчає терміни (у цьому значенні все частіше використовують слово **термінознавство**); 2) сукупність термінів певної мови або певної галузі. Наприклад, можемо говорити про англійську, польську, російську, українську та ін. термінологію, а також про термінологію математичну, юридичну, хімічну, технічну тощо.

Основні ознаки терміна:

1. **Системність.** Кожний термін входить до певної терміносистеми, у якій має термінологічне значення. За межами своєї терміносистеми термін може мати зовсім інше значення, пор: **ножиці цін** “розбіжність рівнів і динаміка цін у сфері міжнародної торгівлі на окремі групи товарів” і значення загальноживаного слова *ножиці*.

2. **Точність.** Термін повинен якнайповніше й найточніше передавати суть поняття, яке він позначає: *короткотерміновий кредит, чекодавець*. Неточний термін може бути джерелом непорозумінь між фахівцями, тому іноді говорять, що науковці спершу домовляються про терміни, а вже потім приступають до дискусії.
3. **Тенденція до однозначності** в межах своєї терміносистеми. Якщо більшість слів загальнонавчаної мови багатозначні, то більшість термінів – однозначні, що зумовлено їхнім призначенням
4. **Наявність дефініції.** Кожний науковий термін має дефініцію (означення), яка чітко окреслює, обмежує його значення.

Класифікація термінів. Загальнонаукова, міжгалузєва і вузькоспеціальна термінологія. Професіоналізми і номенклатурні назви

Це свідчить про те, що терміни неоднакові за ступенем спеціалізації їхнього значення. Залежно від ступеня спеціалізації значення терміни можна поділити на три основні групи:

1. **Загальнонаукові** терміни, тобто терміни, які вживаються практично в усіх галузєвих термінологіях, наприклад: *система, тенденція, закон, концепція, теорія, аналіз, синтез* і т. д. Слід зазначити, що такі терміни в межах певної термінології можуть конкретизувати своє значення, пор.: *валютна система, економічні закони*. До цієї категорії відносять і загальнотехнічну термінологію (*машина, пристрій, агрегат*).
2. **Міжгалузєві** терміни – це терміни, які використовуються в кількох споріднених або й віддалених галузєх: *амортизація, екологічні витрати, санація, технополіс, приватна власність*.
3. **Вузькоспеціальні** терміни – це терміни, характерні лише для певної галузі, наприклад: *лізинг, банківська гарантія*.

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

Професіоналізми – це слова або вислови, притаманні мові людей певної професійної групи. Суттєва різниця між термінами і професіоналізмами полягає в тому, що терміни – це офіційні наукові назви поняття, а професіоналізми виникають як розмовні, неофіційні заміники термінів. Професіоналізми на відміну від термінів, як правило, емоційно забарвлені, є переосмисленими словами загального вжитку. Вони можуть бути незрозумілі людям, які не належать до певної професії, пор.: *підвал* у мові поліграфістів, *бобик, бублик* у мові водіїв тощо.

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

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

передають як систему назв об'єктів певної науки, так і сукупність назв одиничних об'єктів (наприклад, у географічній номенклатурі – *Чорне море, Шацькі озера, річка Десна*), видові назви (у ботанічній лексиці назви дерев: *дуб, смерека, ялина*).

V. Підбиття підсумків.

VI. Домашнє завдання.

Конспект.