

Рівненський державний гуманітарний університет
Філологічний факультет
Кафедра стилістики та культури української мови

Дипломна робота
на здобуття освітнього ступеня магістра

**ЗАСТОСУВАННЯ ПОЛКОДОВИХ ТЕКСТІВ НА ЗАНЯТТЯХ ІЗ
ДИСЦИПЛІНИ
«УКРАЇНСЬКА МОВА (ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ)»**

Виконала студентка VI курсу групи УМ-61
спеціальності 014 Середня освіта
(українська мова і література)

Погінець Світлана Романівна

Керівник – канд. пед. наук, доц.

Златів Леся Михайлівна

Рецензент – канд. пед. наук,

доц. Суржук Тетяна Борисівна

Рівне – 2020

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. Теоретичні аспекти застосування полікодових текстів	
на	заняттях
із	мова
мови.....	6
1.1. Поняття полікодового тексту та його види.....	6
1.2. Психологічні та психолінгвістичні аспекти застосування полікодових текстів.....	19
1.3. Лінгводидактичні аспекти застосування полікодових текстів на заняттях із української мови у вищому закладі освіти.....	27
Висновки до першого розділу.....	32
РОЗДІЛ 2.Методика застосування полікодових текстів на заняттях із дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» для студентів-математиків.....	34
2.1. Аналіз робочих програм та навчальних підручників із дисципліни«Українська мова (за професійним спрямуванням)» із боку досліджуваної проблеми.....	34
2.2. Зміст і перебіг експериментального навчання.....	40
2.3.Аналіз результатів педагогічного експерименту.....	41
Висновки до другого розділу.....	51
ВИСНОВКИ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	57
ДОДАТКИ.....	62

ВСТУП

У спілкуванні люди можуть використовувати різні канали зв'язку (і, відповідно, різні коди): зоровий, звуковий, тактильний, ольфакторний. Комунікація може бути безпосередньою (обличчя до обличчя) та опосередкованою, яка передбачає використання додаткових технічних засобів. У наш час уже звичайним стало полікодове багатоканальне мультимедійне спілкування.

Відомо, що людина значну частину знань про світ отримує саме завдяки зору, тобто візуальні знаки, до яких відносяться як малюнки (в загальному розумінні цього слова), так і друкований текст, несуть максимальну інформацію. Найбільша частина соціально значимих, багатих та суттєвих для суспільства знакових систем орієнтована на сприйняття за допомогою зору та слуху.

Започатковане наукове осмислення семіотично складних, відеовербальних, полікодових текстів було у роботах із семіотики, що обумовлювалося дослідженням зображення як особливої знакової системи, а також можливих контекстів її застосування. Перед науковцями виникло питання про необхідність чіткого розмежування у дослідженнях комунікації гомогенного та синкретичного повідомлення, яке базується на комбінації чи об'єднанні різних знакових систем.

Трапляється, що частина іконічного (візуального) повідомлення стає надлишковою, дублює мовний складник. Наукові дослідження засвідчують, що людина може мати серйозні труднощі зі сприйняттям полікодового тексту.

У сучасній українській лінгвістиці термін «полікодовий» відносно недавно почав використовуватися для позначення специфічних текстів, які включають різні за своєю природою семіотичні складники. Пропорція між новими, оригінальними повідомленнями та тими, що вже відомі людині, сприяє більш-менш успішному засвоєнню полікодових текстів. Найбільш емоційний вплив полікодовий текст має на людину в тому випадку, якщо

семантичний (нарративний) та візуально й аудіально виражений (ненарративний) аспекти зівпадають.

Використання полікодових текстів є важливим складником фахового навчання здобувачів вищої освіти, оскільки допомагає якісно іншому розумінню та засвоєнню матеріалу. За твердженням А. В. Нікітіної, текст у сучасній українській лінгвістиці вважається головним засобом вивчення мови. Він є середовищем, де функціують всі мовні одиниці та важливим складником комунікації, що об'єднує дії всіх суб'єктів педагогічної взаємодії[25].

Дослідженням тексту в українській науці займається значна частина дослідників. Зокрема, про пізнавальне, розвивальне та виховне значення різних видів тексту пишуть у своїх роботах Н. Волкова, І. Кочан, М. Пентиліук та інші. Саме полікодові тексти та їхні особливості досліджують О. Анісімова, А. Гривко, відмінності сприйняття полікодового тексту з'ясовують такі російські вчені, як А. Антонов, І. Вашуніна, О. Сонін.

Як бачимо, дослідження полікодових текстів посідає вагоме місце в сучасній лінгвістиці та лінгводидактиці, що й зумовило вибір теми кваліфікаційної роботи. Розв'язання проблеми використання полікодових текстів при вивченні курсу «Українська мова (за професійним спрямуванням)» є **актуальним**, оскільки допомагає домогтись вищого рівня розуміння та засвоєння мовного матеріалу студентами нефілологічних спеціальностей.

Мета дослідження – обґрунтувати ефективність застосування полікодових текстів на заняттях із дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)».

Реалізація цієї мети передбачає розв'язання таких **завдань**:

- проаналізувати поняття полікодового тексту та визначити його різновиди;
- розглянути психологічні та психолінгвістичні аспекти застосування полікодових текстів на заняттях із мови;

- з'ясувати лінгводидактичні аспекти застосування полікодових текстів на заняттях у вищому закладі освіти;
- проаналізувати робочі програми та навчальні підручники із дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)»;
- розробити експериментальну методикужастосування полікодових текстів на заняттях із дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» для студентів факультету математики й інформатики;
 - провести педагогічний експеримент і описати його результати.

Об'єкт дослідження – процес навчання української мови студентів-нефілологів, **предмет** – методика застосування полікодових текстів на заняттях із дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)».

Методи дослідження:

- 1) теоретичні (аналіз наукових здобутків, висвітлених у наукових статтях, монографіях; теоретичне осмислення передового досвіду роботи педагогів);
- 2) емпіричні (спостереження за навчальним процесом у ВЗО, спостереження за вербальною поведінкою студентів у процесі аудиторної та позааудиторної роботи, опис, анкетування, тестування, аналіз навчально-методичної документації, вивчення та узагальнення досвіду роботи викладачів РДГУ, бесіди з педагогами та студентами, педагогічний експеримент);
- 3) статистичний (кількісний і якісний аналіз результатів експериментального дослідження).

Наукова новизна дослідження полягає у виявленні, обґрунтуванні та експериментальній перевірці педагогічних умов для застосування полікодових текстів на заняттях із дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)».

Теоретичне значення роботи полягає в розробці експериментальної методики застосування полікодових текстів на заняттях із дисципліни

«Українська мова (за професійним спрямуванням)» для студентів-математиків та обґрунтуванні її ефективності.

Практичне значення дослідження. Експериментальна система навчання мови із застосуванням полікодових текстів може бути використана на заняттях із «Української мови (за професійним спрямуванням)» для студентів математичного (чи технічного) профілю навчання.

Апробація результатів дослідження здійснювалась так:

- виступи на звітних науково-практичних конференціях викладачів, студентів та аспірантів РДГУ (2019-20 рр.);

- публікація статті : Погінець С. Р. Особливості застосування полікодових текстів на заняттях із дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» / С. Р. Погінець // Пріоритети філологічної освіти : зб. наук. пр. студентів, магістрантів філол. спец. вищ. навч. закл. Рівненщини, учнів відділ. філол. та мистецтвозн. РМАНУМ. – Рівне-Острог : ФОП видавець Свинарчук Р. В., 2020. – Вип. 8. – С.35–38.

Структура роботи. Магістерське дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Загальний обсяг роботи становить 120 сторінок, основна частина – 56 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ПОЛІКОДОВИХ ТЕКСТІВ

1.1. Поняття полікодового тексту та його різновиди

На початку ХХІ століття значно збільшився потік інформації іноземними мовами, відкрився доступ до зарубіжних друкованих та електронних видань, безлічі інтернетних сайтів, який передає величезну кількість інформації, що є пізнавальною для студентів будь-якого вищого освітнього закладу, які прагнуть отримати ґрунтовні знання. У зв'язку з цим стрімке зростання візуальної інформації в сучасній комунікації викликав закономірний інтерес мовознавців до паралінгвістичних, тобто невербальних засобів, які супроводжують письмову мову, зокрема до графічного оформлення тексту. В даних умовах виникло поняття «креолізованого» або «полікодового» тексту.

Дослідники Г.Ейгер і Л.Юхт ще у 1974 році виокремили опозицію моно- і полікодових текстів [12]. На думку Ф. Бацевича, «до полікодових текстів в широкому семіотичному сенсі повинні бути віднесені випадки поєднання природного мовного коду з кодом будь-якої іншої семіотичної системи (зображення, музика і т. п.)» [3, с. 71]. Термін «полікодовий текст» використовується Л.Большіяноюю і Л.Большаковою [5, с. 196]. А. Сонін називає полікодовими «тексти, побудовані на поєднанні в єдиному графічному просторі семіотично гетерогенних складових – вербального тексту в усній або письмовій формі, та зображення, а також знаків іншої природи» [36, с. 116].

Проблема вивчення креолізованих текстів в сучасному мовознавстві є однією з найбільш актуальних. Для позначення цього феномена використовується також термін «ізовербальний комплекс» (А. А. Бернацька), «ізоверб» (А. В. Міхєєв), «відеовербальний текст» (О. В. Пойманова), семіотично ускладнений текст (Т.П. Семенюк, Л.Л. Макарук),

лінгвовізуальний комплекс (О.В. Оленюк) та ін. Як видно з перерахованих номінацій, серед дослідників немає єдиної думки про природу цього феномена, оскільки серед термінів натрапляємо на такі, які надмірно розширюють поняття креолізованого тексту (семіотично ускладнений текст) або звертають увагу на ті характеристики, які не є специфічними для нього (відеовербальний текст). Щоб конкретизувати це поняття, можна звернутися до робіт Е. Е. Анісімової, яка визначає, що креолізованими слід називати тільки ті тексти, домінанту поля паралінгвістичних засобів яких утворюють образотворчі засоби, тобто малюнки [1]. Як зазначає Л. М. Найдоньова, креолізовані тексти можуть бути текстами з частковою креолізацією і текстами з повною креолізацією [24]. До першої групи можна віднести газетні, науково-популярні і художні тексти, в яких вербальні й іконічні елементи перебувають в автосемантичних відношеннях, коли вербальна частина порівняно автономна й образотворчі елементи тексту мають більш факультативний характер. Велика спаяність, злиття компонентів виявляється в текстах із повною креолізацією, в яких між вербальним та іконічним компонентами встановлюються синсемантичні відношення: вербальний текст повністю залежить від образотворчого ряду, і саме зображення виступає як облігаторний (обов'язковий) елемент тексту. Така залежність зазвичай спостерігається в рекламі (плакат, карикатура, оголошення та ін.), а також в наукових і особливо науково-технічних текстах [25]. Більшість інтернет-текстів можна віднести до другого типу креолізованих текстів, оскільки зображення має суттєве, іноді найважливіше, значення в сприйнятті таких текстів [17].

Ставлення до тексту як незамкнутого, пов'язаного з безліччю інших текстів, потребує іншої практики читання. Лінійний документ може бути легко прочитаний у порядку появи тексту в книзі. Читаючи лінійний текст, ми поглинаємо всю інформацію блок за блоком, працюючи з нелінійним текстом, ми вибираємо те, що нам видається невідомим і цікавим. Книга читається справа наліво, або зліва направо, або зверху вниз – це залежить від

нас [16]. Наприклад, гіпертекст, один з типів нелінійного тексту, – це багатовимірний мережа, в якій будь-яка точка тут пов'язана з будь-якою точкою де завгодно.

Виділяють 3 різновиди нелінійного тексту: монокодовий, дікодовий і полікодовий текст. Зупинимось докладніше на розгляді зазначених типів нелінійного тексту. Монокодовий текст – це гомогенне лінійне або нелінійне утворення, що включає коди тільки однієї семіотичної системи, перш за все знакової системи мови (в її письмовій формі). Прикладами монокодового нелінійного тексту є інтертекст і деякі види гіпертексту (енциклопедія, словник, художній текст з коментарями, але без ілюстрації). Першим досліджував явище взаємодії текстів М. М. Бахтін. На його думку, кожен текст пов'язаний із іншими текстами особливими діалогічними відношеннями. «Твір – ланка в ланцюзі мовного спілкування; як і репліка діалогу, він пов'язаний з іншими творами – висловлюваннями: і з тими, на які він відповідає, і з тими, які на нього відповідають»[цит. за : 3].

Гіпертекст також можна розглядати як монокодовий текст, якщо він не містить фотографії, малюнки та інші елементи образотворчості. Гіпертекст покликаний допомогти читачеві зрозуміти текст в релевантному для нього соціокультурному контексті. Тексти розрізняються за ступенем залежності від гіпертексту: чим більше одиниць вихідного тексту прокоментовано, тим частіше виникає потреба зазирнути в гіпертекст. Гіпертекст є одним з інструментів зняття неоднозначності й можливої невизначеності тексту. Гіпертекст – це нелінійноорганізований обсяг політематичних коментарів, що інтегрують інформаційні ресурси, які не пересікаються, між якими при необхідності можуть бути встановлені перехресні покликання [15]. У гіпертексті здійснена інтеграція величезного, але фрагментарного знання про ту соціальну, психологічну, дискурсивну дійсність, яка відображена в лінійному тексті. Дікодовий текст – нелінійне гомогенне утворення, що включає коди двох (грец. *Di* – «двох») знакових систем. Прикладом дікодового тексту є креолізований текст.

Із позиції комунікантів, креолізований текст принципово не відрізняється від гомогенного вербального тексту. Тому, з метою визначення феномена полікодового тексту, звернемося до поняття «текст» і його категорій [14].

Текстом (*лат. textus* – *тканина, сплетіння*) називається результат мовномисленнєвого процесу, реалізованого автором у вигляді конкретного письмового (або усного) твору відповідно до мотивів, цілей, обраної теми, задумана ідея, що характеризується певною структурою, композиційною, логічною і стилістичною єдністю. Однією з основних ознак тексту є цілісність і зв'язність. Це пояснюється тим, що текст як об'єкт лінгвістичного дослідження представляється, перш за все, як інформаційна та структурна єдність, як функціонально завершене мовне ціле. Під цілісністю розуміється єдність тексту, його здатність існувати в комунікації як внутрішньо і зовнішньо організоване ціле. Зв'язність полягає в змістовному і формальному зв'язку частин тексту. Обидві категорії діалогічно взаємопов'язані і взаємообумовлюють одна одну.

Цілісність полікодового тексту задається комунікативно-когнітивною настановою адресанта (автора тексту, його «співавторів» в особі художника, фотографа, редактора та ін.), єдиною темою, що розкривається вербальними, іконічними й іншими паралінгвістичними засобами. У мовному спілкуванні полікодовий текст постає складним текстовим утворенням, в якому вербальні й іконічні елементи утворюють одне візуальне, структурне, смислове та функціональне ціле, яке орієнтоване на комплексний прагматичний вплив на адресата [17].

Роль вербальних й іконічних засобів в реалізації задуму автора/авторів не є однозначною. Б. Карлаваріс пропонує розрізнити чотири типи ілюстрацій в тексті:

- 1) домінувальну ілюстрацію, яка констатує текст;
- 2) рівноцінну ілюстрацію, яка використовується в текстах, де певна частина інформації передається переважно іконічними засобами;

3) супроводжувальну ілюстрацію, яка застосовується в тексті як доповнення, для пояснення вербальної частини;

4) 4) декоративну ілюстрацію, що виконує функцію прикраси тексту, реалізовує естетичні цілі спілкування.

Зв'язність полікодового тексту проявляється в узгодженні, тісній взаємодії вербального та іконічного компонентів, вона виявляється на різних рівнях: змістовому, свідомо-мовному, змістовно-композиційному [цит. за :3].

Наступна категорія тексту – це категорія модальності. Щодо тексту поняття «модальність» досі не отримало свого загальновизнаного тлумачення і його межі в лінгвістичній літературі залишаються досить розпливчастими. Зазвичай під модальністю розуміється текстова категорія, що виражає ставлення мовця до того, що повідомляється, його оцінку змісту тексту.

У широкому сенсі слова *модальність* можна витлумачити як категорію, що включає найрізноманітніші види кваліфікації інформації, яка повідомляється; разом з суб'єктивною (емоційною, позитивною, негативною і ін.) й об'єктивною (логічною, інтелектуальною і ін.) оцінку змісту тексту. Текстова модальність при цьому проявляється по-різному: в одних текстах домінує або є єдиною можливою об'єктивна оцінка (перш за все, в наукових, ділових текстах), в інших, навпаки, переважає особистісна, індивідуальна оцінка (особливо в художніх, рекламних, політичних текстах).

Текстова модальність пронизує як окремі відрізки тексту, так і весь текст загалом. Реалізація текстової модальності здійснюється за допомогою всього арсеналу мовних засобів, що використовуються в тексті: граматичних, лексичних, фразеологічних, інтонаційних, стилістичних.

У паралінгвістичних активних текстах значну частку модальної інформації несуть невербальні засоби. Ю. В. Кононець зазначає: «Відомі лінгвістичній науці так звані традиційні засоби модальності в процесі мовного розвитку, збагачення людського суспільства все новими формами як мови, так і немовними (екстралінгвістичними та паралінгвістичними) можливостями, значно розширюють свої кордони ...» [19]. Виокремлення

модального компонента сенсу полікодового тексту, визначення його «модального ключа» відбувається на основі сприйняття інформації, що міститься у вербальних і невербальних знаках особистості, яка сприймає цей текст. Особливого значення набувають при цьому фонові знання, світовідчуття, емоції, бажання одержувача тексту.

Між вербальними та іконічними знаками полікодового тексту в модальному аспекті виділяються такі основні типи відношень:

1. Модальні ключі вербальних та іконічних засобів збігаються, «гармоніюють» один із одним.

2. Модальні ключі вербальних та іконічних засобів розрізняються, при цьому іконічні засоби «пом'якшують» або роблять більш «жорсткою» оцінку вербального компонента.

3. Прикладом можуть служити листівки, де нерідко «серйозна» за змістом вербальна частина (заява, звернення, звернення, запрошення та ін.) супроводжується карикатурами, веселими малюнками, коміксами, що вносять в спонукальну модальність тексту елемент іронічності.

4. Модальні ключі вербальних та іконічних засобів контрастують один із одним. Позитивна оцінка одного компонента (вербального / іконічного) «перекривається» і зводиться нанівець негативною оцінкою іншого компонента (іконічного / вербального). Дисонанс, що виникає в результаті цього, створює ефект «обманутого очікування», що використовується в комічних і сатиричних цілях, наприклад у вітальній листівці «З річницею весілля», де під написом на чорному тлі зображені руки чоловіка і жінки з обручками, скріпленими наручниками [29].

З'єднання, злиття модальних ключів вербальних та іконічних засобів в полікодовому тексті визначають його модальність загалом, обумовлюють особливості його впливу на адресата.

Найважливішою категорією тексту є категорія часу. Темпоральна структура тексту відрізняється складністю: в ній може відобразитися як об'єктивна дійсність із її реальними тимчасовими відношеннями,

наприклад, в газетно-публіцистичних, наукових текстах, так і фіктивний світ, із вигаданими: тимчасовими відношеннями, наприклад, в художніх текстах [31].

У полікодовому тексті іконічні засоби можуть самостійно нести певну часову інформацію, зазвичай це зображення предметів матеріальної культури певного періоду, наприклад, пірамід, сфінкса і ін.). Частіше ж вони «вписуються» в тимчасовій план вербальної частини тексту і підтримують його.

Іконічні засоби, що мають темпоральне маркування, використовуються для того щоб:

- повідомити, що фірма/установа/тощо існує давно і має міцні традиції. Як правило, з цією метою в рекламі зображуються предмети старовини, гравюри, які сигналізують про час виникнення фірми, що вказують на товари, що принесли їй популярність вже в минулому;
- підкреслити сильні сторони, переваги рекламованого товару. Так, іконічні засоби покликані в даному випадку висловлювати прямі асоціації з рекламованим товаром, засновані на зовнішній схожості, або опосередковані асоціації, в основі яких закладено ту чи іншу абстрактну ознаку [32].

Учені також пропонують і різні види класифікацій полікодових текстів, заснованих на різноманітних умовах. Так, наприклад, Е. Е. Анісімова розрізняє тексти, виходячи з наявності зображення і характеру його зв'язку з вербальною частиною. Вона поділяє тексти на: тексти з нульовою креолізацією (зображення не представлено або не має значення для організації тексту); тексти з частковою креолізацією (образотворчий компонент є факультативним в організації тексту, вербальна частина порівняно автономна); тексти з повною креолізацією (вербальна та іконічна частини тісно пов'язані й взаємодіють між собою) [1, с. 13].

Загалом до креолізованих текстів можна віднести сучасні рекламні тексти, комікси, плакати, відеокліпи, мюзикли, фільми і т. ін. Із наростаючою частотою люди зараз користуються мережею Інтернет, читають новинні

вебсайти, які також, в свою чергу, є полікодовими текстами. Новинний вебсайт може включати в себе вербальну, образотворчу, звукову інформацію, що дозволяє назвати такий текст мультимодальним. Так, на новинних сайтах часто можна знайти зведення новин, які представлені не у вигляді вербального письмового тексту, а в формі відео (які представляють собою поєднання усного мовлення і динамічного зображення – відеоряду) [33].

Сполучення тексту, відеоряду та мелодики дає можливість оцінити, наскільки ті чи інші явища мови пов'язані з позамовними.

Слід розрізняти вербальний і невербальний компоненти в полікодових текстах. Всі п'ять органів чуттів виконують у людському суспільстві семіотичні функції. Але найбільша частина соціально значущих, багатих та істотних для суспільства знакових систем орієнтована на сприйняття за допомогою зору й слуху. У зв'язку з цим закономірною є наявність великої різноманітності взаємодії типової та найбільш важливої й унікальної системи мови (аудіальної у своєму природному, усної та візуальної в письмовій формі) з іншими аудіальними та візуальними знаковими системами. А з урахуванням того, що сучасна цивілізація набагато більшою мірою, ніж раніше, є письмовою цивілізацією, то логічною є різноманітність ізовербальних комплексів [24 ; 34].

Полікодові тексти розрізняються за кількістю взаємодіючих знакових систем. Серед найбільш складних Р.О. Якобсон назвав мюзикли, особливо кінематографічні, – «дуже складні синкретичні уявлення, що поєднують цілий ряд аудіальних і візуальних семіотичних засобів» [цит. за :Нікітіна, с. 321]. Найбільш цікавими для аналізу системами, що використовують різноманітний знаковий матеріал, Р. Барт назвав ті, які відносяться до соціології масової комунікації. «У телебаченні, кіно, в рекламівиникнення сенсів залежить від взаємодії зображення, звуку і зображення знаків» [цит. за : 26, С.323].

У структурі відеокліпу виділяють 3 компоненти: вербальний, іконічний і мелодійний. Будучи порівняно молодим жанром, відеокліп перестав бути

таким собі «відеорядом», в рамках якого шанувальники можуть побачити своїх кумирів, – ця функція покладена на відеозапис «живих» виступів. На даний момент є підстави стверджувати, що відеокліп є складно організованою текстовою єдністю, в якому відеоряд, вербальний і мелодійний компоненти можуть перебувати в різних відношеннях один із одним. Вербальна сторона відеокліпу представлена усною пісенною промовою дійових осіб і це є первинним складником вербального компонента, а також письмово зафіксованими джерелами: скрипт пісенного тексту, а в деяких випадках субтитри. Іконічний компонент представлений відеорядом. Додавання візуального коду до традиційного, що містяться в пісні, – вербального і мелодійного – відображає спробу повністю заволодіти увагою реципієнта (відомо, що зоровий канал сприйняття є основним постачальником інформації), а також ускладнює пісенний текст шляхом додавання ще одного плану сприйняття – зорового, що містить додаткову інформацію, яка збагачує смисловий зміст пісні. Відеокліп значно ускладнений по відношенню до тексту, зафіксованим знаками тільки природної мови, тому що поєднує в собі вербальний, іконічний і мелодійний компоненти, тобто елементи різних знакових систем. Ускладнення структури тексту і включення в нього образотворчого та звукового ряду пояснюється ускладненням характеру інформації, яку має намір передати автор кліпу. Відношення текст-зображення-мелодика вельми інформативні, вони роблять можливим аналіз в подвійному і навіть потрійному контексті. Рух від вербального коду до іконічного та мелодійного експлікується значимістю різних компонентів ситуації спілкування [19].

На сучасному етапі розвитку лінгводидактики посилена увага до тексту як ефективного засобу навчання мови, оскільки він дає змогу показати функціонування мовних одиниць [14]. Із розвитком нових інформаційно-комунікаційних технологій текст постійно змінюється за змістом і формою його вираження. Ці зміни стосуються використання знаків кодування інформації, усе більшого поширення полікодового

оформлення навчального тексту, що відповідає полісенсорному принципу навчання (залучення багатьох органів чуття учнів для сприйняття текстової інформації).

Твори та різноманітні культурні зразки, представлені в просторі інтернет-мережі, характеризуються семіотичною поліфонією та одночасним застосуванням відмінних знакових систем, які утворюють складні тексти. До того ж використання доданого відео- та звукорядку, гіперпосилань у таких творах формує нові рівні синтетичного сприйняття та мислення.

У постфольклорному креолізованому творі візуальний компонент виражає почуття адресанта, впливає на його емоції, реалізуючи при цьому експресивну функцію, що, в свою чергу, має здатність справляти іронічний, комічний чи просто розважальний ефект та надихати на певні дії. Креолізований твір завжди складається з декількох різнорідних семіотичних кодових систем, які при цьому функціонально і семантично пов'язані та являють собою спочатку одне структурне ціле, що сприймається та інтерпретується залежно від всіх складників елементів рівною мірою [11 ; 20].

Надзвичайна популярність і поширеність креолізованих творів в Інтернеті обумовлюється, на думку О. Нежури, високим ступенем смислової компресії, розважальним характером, що сприяє швидкому розповсюдженню, а також знаковою специфікою та особливостями композиції. В сукупності ці чинники, на думку дослідниці, формують загальну когнітивну стратегію їх інтерпретації, яка ґрунтується на активації специфічних засобів образності та інтертекстуальних взаємозв'язках [25].

Найбільш широко постфольклорні креолізовані твори в інтернет-мережі представлені в жанрі демотиваторів; колажних картинок-«фотожаб», де можуть бути суміщені різні фото, малюнки, відомі репродукції художніх творів із текстом; та картинки-меми, де візуалізований мем (ідея, персонаж, подія, обставини, фраза, будь-який медіавірус тощо) також сполучається з текстовою частиною. Подібні твори відзначаються креативністю, дотепністю,

прецедентністю (використовуються конкретні імена, події і явища життя, актуальні в даному соціокультурному просторі) та характеризуються тими ціннісно-смысловими значеннями, які вкладає автор такого твору-повідомлення [2].

Одним із найпоширеніших типів креолізованих постфольклорних творів є демотиватори, які вибудовуються за певними канонами та суворо регламентованим шаблоном. Маючи за своїм походженням мотиваційні постери до роботи, що були поширені в 1990-х рр. в закордонних (американських) компаніях та були покликані створювати відповідний «робочий настрій», демотиватори, в свою чергу, з'явилися як реакція на стереотипність і прямолінійність цих плакатів-мотиваторів та були покликані переосмислити пропоновані ситуації й гасла в іронічній формі.

«Тіло» демотиватора складає скомпоноване за певним форматом графічне зображення (картинка, фото) в чорній рамці, та підпис-коментар, який пояснює зображуване і складений також за певним форматом (з використанням більшого і меншого шрифту). В основі співвідношення візуального і вербального рядів найчастіше лежить ефект обманутого очікування: зображення, що передає денотативну ситуацію, піддається переосмисленню в процесі подвійного коментування. В цілісній єдності демотиватор являє собою концептуальну лінгвокогнітивну єдність іконічної і вербальної інформації. Перетворившись в самостійний вид інтернетного мистецтва, що являє синтез візуального та вербального компонентів, де передбачається їх певна невідповідність та протиріччя, дослідники, втім, відзначають, що сьогодні демотиватор виступає засобом формування мислення сучасної людини та її ціннісно-нормативної системи [2].

За своєю типологією демотиватори можуть бути реакцією на певні типові проблеми окремого соціуму та відображають осмислення життя в іронічно-сміхових формах.

Іншим поширеним видом постфольклорних креолізованих творів є меми, які загалом за своїм «ідейним» змістом можуть утворювати й інші

види постфольклорної творчості. Так, вербальний мем може набувати візуальних обрисів та слугувати основою креолізованих творів, а візуальний знак, навпаки – доповнюватися варіаціями різних текстів.

Мем складається із зображення певного персонажа на квадратному полі (часто – багатобарвному) і підпису, що відбиває типове мислення або поведінку цього героя, будь-яку ситуацію з його життя. Як правило, меми відображають стереотипи і явища сучасної дійсності, які актуальні й цікаві для користувачів інтернету. За визначенням С. Канашиної, «мем часто являє собою загадку або своєрідний «виклик» для читача, який змушений закликати свій екстралінгвістичний досвід і мовну інтуїцію для «обчислення» сенсу мема». Також мем дозволяє вивчати механізми мовної гри, стилістичні прийоми, гумористичні ефекти, виокремити культурно значимі стереотипи і цінності в кожному соціокультурному середовищі [цит за : 11].

У функціонуванні мемів на шляху до їх перетворення на креолізований твір/текст в інтернет-просторі дослідники виокремлюють три етапи: на першому етапі мем просто реплікується в різних контекстах; на другому етапі меми починають переосмислюватися і спрощуватися, перероблятися за допомогою фотомонтажу, доповнюватися іншими написами, тобто активно беруть участь в процесі виробництва текстів як готові блоки; на третьому етапі розвитку мем перетворюється на візуальний символ, що вказує на якийсь загальновідомий зміст, абстрактну графему, що володіє соціально значущою функцією.

У довільному форматі вибудовуються колажні картинки-«фотожаби», які при наявному вербальному компоненті теж належать до креолізованих творів постфольклору. Твір-«фотожаба» є результатом творчої переробки/обробки користувачами інтернету певного зображення за допомогою графічного реактора.

Зазвичай створювані зображення мають карикатурний характер, можуть виникати стихійно чи цілеспрямовано. Стихійні «фотожаби» можуть базуватися на популярних фотографіях із новин, частіше за все вони

засновані просто на кумедних випадкових фотографіях, іноді можуть мати ідеологічне забарвлення [17]. Ступінь популярності й розповсюдження картинок-«фотожаб» також досить високий, основна увага відводиться візуальному зображенню. Поява таких творів у контексті постфольклорної творчості є результатом стереотипного сприйняття інформації, що транслюється комунікативними потоками, прецедентно-значимих ситуацій, які слугують відображенням світоглядно-ціннісної картини світу.

Отже, у цьому розділі на основі аналізу лінгвістичної літератури ми визначили поняття полікодового тексту та його різновиди.

1.2. Психологічні та психолінгвістичні аспекти застосування полікодових текстів

Усе частіше об'єктом лінгвістичного та психологічного досліджень стають полікодові тексти. Із психологічної точки зору, такі тексти можуть не тільки інформувати про цінності, переваги та настанови людини, а й виступати інструментом прихованого впливу як на окремого індивіда, так і на цілі соціальні групи, формуючи певні погляди, настрої, ідеї. У деяких випадках вони можуть ставати засобом в скоєнні злочинів проти миру й безпеки людства.

Полікодові тексти ґрунтуються на складних психічних процесах: сприйнятті та розумінні. Використання поєднання безпосередньої й опосередкованої форм сприйняття та розуміння сприяє тому, що при мінімальному використанні вербальних компонентів інформація тексту засвоюється максимально повно, що допомагає стимулювати процес навчання [31].

У ХХІ ст. дослідники все частіше стали звертатися до проблеми сприйняття та розуміння креолізованого тексту. Також були здійснені спроби заперечити твердження, що креолізований текст, що сприймається через різні канали передачі інформації, володіє більшою ефективністю порівняно з

класичним, вербальним текстом. Ряд проведених експериментів дозволив довести, що засвоюючи полікодову інформацію, людина стикається з серйозними труднощами. Таким чином, учені порушили питання про когнітивні затрати, пов'язані зі сприйняттям складників креолізованого тексту. У зв'язку з цим гостро постала проблема розробки методів оцінки та способів опису впливу на реципієнта окремих елементів креолізованого тексту, що в результаті призвело до побудови моделі розуміння такого тексту [37]. Таким чином, були визначені два основних напрямки вивчення креолізованого тексту в дискурсі сучасної психолінгвістики.

У рамках першого напрямку дослідники звернули увагу на компоненти креолізованого тексту, були зроблені спроби визначити «співвідношення між обсягом виробленого тексту і невербальних компонентів; вплив на реципієнта окремих складників полікодового тексту або вплив вербальної інформації порівняно з впливом невербальної; аналіз відношень між вербальними і невербальними компонентами тексту та ін.» [Семенюк2]. Одним із центральних постало питання про первинне значення вербального або невербального коду. З одного боку, сучасні вчені одноголосно стверджують факт, що інформація, передана вербально і невербально, сприймається по-різному [35].

Далі постає проблема визначення домінантного складника в процесі сприйняття креолізованого тексту, і тут вчені розділилися на дві групи. Частина дослідників вважає, що основне значення належить невербальним компонентам, які «сприймаються як щось цілісне з меншою напругою, ніж вербальний текст» [3]. «Візуальні засоби, на відміну від вербальних або інтелектуальних (слово, поняття, теорії), дозволяють людині практично миттєво сприймати запрограмований вплив (хоча спрацювати він може значно пізніше), причому цей вплив є і більш глибоким, оскільки візуальні системи впливають не тільки на інтелект, але і на емоційно-чуттєвий базис людини»[1]. Проте при проведенні експериментальних досліджень, спрямованих на аналіз сприйняття компонентів креолізованих текстів різних

жанрів, учені отримують кардинально протилежні результати. Так, з одного боку, аналіз художніх креолізованих текстів показує, що приєднання до вербального тексту зображення, що знаходиться з ним у відношенні синонімії або доповнення, призводить до зменшення емоційності художнього тексту, знижує його інформативність і переконливість [6]. Сприймаючи вербальний текст, ми приписуємо йому такі характеристики, які можуть бути вилучені з самого тексту, а також зі своєї концептуальної системи (картини світу), щоб додати зображення, накладає обмеження на сприйняття тексту, звужує можливості його інтерпретації. З іншого боку, в результаті аналізу рекламного тексту вчені довели, що саме невербальні компоненти збільшують можливості інтерпретації тексту, в даному випадку «перебудова смислового коду спрямована в бік розширення концептуального поля» [37].

У текстах науково-технічних текстах втрата невербального ряду веде до втрати пізнавальної сутності всього тексту, і більше того, вербальний текст у таких випадках стає лише сполучною і ввідною ланкою, становить своєрідну рамку, «пакувальний матеріал» [6]. І навпаки, в науково-популярному тексті основна думка есплікується у вербальному складнику, а ілюстрації та схеми лише доповнюють текст і роблять його наочним [9]. Таким чином, учені зазначають, що рішення даного питання повинне прийматися тільки з урахуванням типу і жанру аналізованого креолізованого тексту. В рамках же загальної теорії розуміння полікодового тексту важливо знайти компроміс – інформаційна ємність і прагматичний потенціал полікодового тексту формуються за рахунок синтезу вербальних і невербальних засобів – компонентів тексту. Цей факт ще раз підтверджує загальновизнаний факт в нашій науці про те, що інформація, яка сприймається через різні канали, у тому числі вербальна й іконічна, інтегрується і переробляється людиною в єдиному універсальнопредметному кодї мислення [13].

На рівні глибинної семантики мови не існує принципової різниці між семантикою вербальних і невербальних знаків. Сучасними вченими були

проведені нейропсихологічні дослідження, які ще раз довели, що «на рівні первинної структурної обробки когнітивні механізми ідентифікації вербальної й образотворчої складових подібні. В обох випадках сприйнята інформація спочатку розкладається на окремі складники, обробка яких ведеться розосереджено, але не відокремлено, оскільки між специфічними нейронами та групами нейронів існують численні зв'язки. Інформація, що генерується в ході паралельної та розосередженої обробки окремих складників, комбінується в асоціативних зонах кори великих півкуль. Отримана при цьому конфігурація веде до початку наступного етапу обробки, на якому вона порівнюється з тими конфігураціями, які вже знайомі системі на основі попередніх перцепцій[36].

Відмінності в обробці компонентів креолізованого тексту виникають лише на другому рівні розуміння, пов'язаному з семантичною репрезентацією. Найважливішим принципом сучасних психолінгвістичних досліджень є твердження про те, що неможливо встановити вплив вербального тексту без урахування немовних засобів. «Основною метою вивчення функціонування реальних мовних повідомлень повинно бути виявлення закономірностей сполучення їхньої вербальної та невербальної складових, що дозволить (на підставі наявних даних про сприйняття реципієнтами окремих сторін феномена) встановлювати вплив існуючих мовних повідомлень і прогнозувати вплив планованих актів комунікації» [6].

Варто зазначити, що в рамках психолінгвістичного напрямку дослідники спираються на контекстуальний підхід (в когнітивній термінології – дискурсивний), який вказує на необхідність врахування зовнішнього та внутрішнього контексту сприйняття. Зовнішній контекст можна визначити як ситуативний: необхідно пам'ятати, що для людини значення слова реалізується через його включення в більш об'ємну одиницю, ситуацію [16]. Ряд дослідників розширюють поняття зовнішнього контексту, під яким вони розуміють не лише ситуацію, в якій здійснюється сприйняття текстового твору, але й безпосередньо тіло тексту, особливою

характеристикою якого є семіотична негомогенність [25]. Внутрішній контекст (вербальний і невербальний, усвідомлюваний або неусвідомлюваний) – це складна система зв'язків і відношень по лініях перцептивного, когнітивного й афективного досвіду [15]. Внутрішній контекст конструюється з різноманітного особистого досвіду індивіда, спирається на його переживання, оцінки та світовідчуття. Принциповим і загально визнаним у рамках психолінгвістичних досліджень є той факт, що зовнішній контекст тісно пов'язаний із контекстом внутрішнім. Таким чином, у центрі психолінгвістичних досліджень виявляються відносини реципієнта і тексту, а центральним завданням – моделювання психолінгвістичної моделі розуміння тексту, яка «є набором процедур, властивих кожному етапу рецепції, і включає в себе нейрофізіологічні процеси ідентифікації, обробки, активації візуально-аудіальних складників тексту і процеси формування ментальної репрезентації змісту в концептуальній системі реципієнта»[19].

Спочатку механізми розуміння полікодових текстів потрапили в поле зору західних учених. Сьогодні дослідники розробляють і описують моделі розуміння полікодових текстів для більш складних структур, зокрема, в роботах С.О. Застровською був досліджений кінотекст, який не тільки є складнішим за кількістю компонентів (крім візуального, вербальний компонент доповнює аудіоряд), але і є динамічним, на відміну від статичних текстів, описаних раніше.

Основним методом дослідження в психолінгвістиці, як відомо, є експериментальний метод, найбільш використовуваним методом психолінгвістичних досліджень креолізованого тексту стає метод семантичного диференціалу. Ще М.Ворошилова писала, що саме «метод семантичного диференціалу дозволяє отримати розроблену в деталях і в той же час цілісну картину сприйняття» [Ворошилова], оскільки, як зазначає О. М. Вержанська, для нього є характерним виявлення глибинних,

неусвідомлюваних структур свідомості індивіда з використанням кількісних показників і їх подальшим графічним представленням [7].

У сучасних дослідженнях полікодових текстів також затребувані й інші класичні психолінгвістичні методи, зокрема такі, як вербально-комунікативний метод анкетування, різні варіації асоціативного експерименту, суб'єктивне шкалювання [25]. Однією з провідних тенденцій сучасного наукового дискурсу стає зближення лінгвістики з психологією та нейрофізіологією, психолінгвістика все частіше звертається до проблеми сприйняття тексту відповідно до фізіологічних особливостей людської перцепції [36]. Методи дослідження визначаються прагматикою походження й використання креолізованих текстів.

Методи дослідження полікодових текстів умовно можна розділити на області, що характеризують специфіку обробки інформації:

- а) процесу сприйняття тексту,
- б) уявлень просенс текстової інформації.

Процес сприйняття тексту вивчається за допомогою методів, які реєструють нейро- і психофізіологічні реакції читача. Основна ідея цієї області методів – опис процесів, пов'язаних зі сприйняттям тексту, що призводить до отримання двоїстої інформації. З одного боку, дослідник бачить роль нейро- і психофізіологічних процесів у сприйнятті тексту, з іншого – вивчає вплив тексту на психоемоційний стан читача. У першому випадку вони мають значення медіатора, умовної ланки, яка підсилює або послаблює сприйняття інформації, її обробку та інтерпретацію. У другому випадку вони розглядаються як незалежна змінна, варіації якої говорять про розуміння сенсу тексту і його емоційне переживання. В експериментальній практиці для їхнього вивчення застосовується єдиний перелік методів. Реєструються електрична активність і характеристики функціонального стану головного мозку, які супроводжують процеси сприйняття тексту. Звернення до них розкриває глибинні аспекти прочитання: дослідник має можливість зрозуміти стилі сприйняття й переробки інформації, оцінити

прояв емоційних, раціональних складників стратегії читання і відносин між ними, роль індивідуальних відмінностей. При вимірі психофізіологічних корелят когнітивних та емоційних процесів і станів дослідники реєструють шкірно-гальванічну реакцію (КДР) шкіри, серцево-судинні реакції і процеси дихання. Їхні зміни свідчать про наявність когнітивної складності тексту, емоційний стан читача – напругу, викликану страхом або, навпаки, радістю. Використання фізіологічних індикаторів сприяє об'єктивному вивченню психологічних процесів, породжуваних читанням полікодового тексту, оскільки вони, як правило, не усвідомлюються суб'єктом, який сприймає текст [29].

Велику популярність останні роки набуває вивчення окорухових реакцій (eyetracking) [31], яке реєструє кілька параметрів читання – фіксацію на областях тексту, переміщення погляду по тексту, а також діаметр зіниці, моргання і т. ін., що дозволяє судити про психоемоційний стан, наприклад, при виникненні стресу, емоції страху в ході читання. За окомоторною реакцією легко зрозуміти, які області креолізованого тексту привертають увагу читача, а які залишаються непоміченими, які складні для сприйняття, а які прочитуються легко. Вторинно зони інтересу дозволяють судити про мотиви читача, зрозуміти, які цілі він переслідує, звертаючись до тексту [32]. Технічні рішення роблять цей метод практично непомітним для читача, що в порівнянні з більш консервативними процедурами реєстрації нейро- і психофізіологічної активності забезпечує його перевагу.

Загалом арсенал діагностичних інструментів дозволяє досліднику вирішити ряд завдань, пов'язаних із оцінкою процесів сприйняття полікодового тексту читачем. Наприклад, визначити рівень складності тексту, тип переважаючих емоцій, які супроводжують його прочитання. В аспекті все більшої популярності використання полікодових текстів в навчанні, маркетингу, інтернет-комунікаціях такі дослідження є корисними та інформативними.

Друга область методів психолінгвістичних досліджень вивчає уявлення людини про сприйняту інформацію. Вони базуються на парадигмі «когнітивних структур» свідомості й породжуються його процесами категоризації, класифікації, асоціації. Завдання, що стоїть перед дослідником – зрозуміти, як читач інтерпретує полікодову інформацію, сприймає її зміст [1]. Найбільш раннє втілення цього методу (встановлення відносин між новою інформацією й уявленнями людини) – поширені в експериментальній практиці завдання на визначення понять, встановлення смислових зв'язків між ними за ознаками асоціації, суміжності, протиставлення. До сучасних методів відноситься прийом вивчення уявлень про навколишній світ у мовній свідомості носія. Його ідея полягає в тому, що інформація, яка сприймається, пов'язується з наявними у людини уявленнями за допомогою побудови асоціативних зв'язків. Вона співвідноситься з наявними уявленнями і осмислюється залежно від того, до якого класу когнітивних об'єктів буде віднесена.

Наприклад, натрапивши на незнайоме слово в зрозумілому контексті, людина визначить його сенс, виходячи з уявлень, що використовуються для розуміння цього контексту. За допомогою цієї операції нова інформація виражається в поняттях імпліцитного понятійного поля читача. Звичайно, ці методи більше зорієнтовані на розуміння індивідуально-специфічних стратегій інтерпретації тексту. Іншими словами, вони характеризують якісну сторону прочитання полікодового тексту. Пізніші імплікації методу нівелюють цю особливість, оскільки спираються на можливості кількісного, переважно статистичного аналізу суміжності й співвіднесеності репрезентації когнітивних полів креолізованого тексту і читача.

У зарубіжній практиці ці методи широко використовуються починаючи з середини 70-х років ХХ ст. [37], в нашій країні вони поступово набирають популярність. Мова йде про процедури кластерного і багатовимірного кореспондентського аналізу. Вони уточнюють і розширюють уявлення про інтерпретацію полікодового тексту, оскільки аналізують досвід його

прочитання на масиві безлічі осіб. Отримані статистичні моделі зв'язків, незважаючи на їхній імовірнісний характер, можуть зіставлятися один із одним за параметрами статистичної значущості, стійкості зв'язків. Застосування цих показників підвищує точність та обґрунтованість висновків дослідника щодо репрезентації полікодового тексту. В результаті отримані моделі інтерпретації показують, який саме зміст виокремлюється з тексту і які характеристики тексту й читачів впливають на цей процес.

Загалом варто зазначити, що методи вивчення сприйняття й інтерпретації дозволяють встановити широкий перелік ефектів, обумовлених процесом сприйняття. Так, інтерпретація тексту досліджуваними може здійснюватися з виокремлення інших смислових значень, які не відповідають задумам автора при їх кодифікації в тексті, і супроводжуватися відповідними емоційними переживаннями, в тому числі й протилежними значенням тексту. Аналіз психофізіологічних станів суб'єкта при інтерпретації відеофрагменту дає можливість визначити причини цього процесу. Загалом, психолінгвістичний аналіз розширює і уточнює можливості прогнозування ефектів сприйняття полікодового тексту читачем.

Отже, на основі аналізу психолінгвістичної та психологічної літератури ми дослідили певні аспекти процесу сприйняття і розуміння полікодового тексту реципієнтом, що необхідно враховувати при розробленні системи експериментально-дослідного навчання.

1.3. Лінгводидактичні аспекти застосування полікодових текстів на заняттях із мови у вищому закладі освіти

За останні роки в сучасній лінгвістиці спостерігається інтерес до мультимодальних текстів як до невербальних засобів комунікації. Такий вищий рівень увагитакож обумовлений сучасними вимогами до все більш ускладненого процесу комунікації. Сьогодні в процесі вивчення різних

предметів все більше використовуються полікодові тексти, які виконують в навчально-пізнавальній діяльності ряд важливих функцій.

«Класичний» полікодовий текст складається з наступних компонентів:

- 1) вербальна частина – текст, напис, вербальний текст;
- 2) невербальна / візуальна частина – ілюстрації (зображення, картинка, малюнки, фотографії і т. ін.), схеми і таблиці.

Компоненти перебувають у різних зв'язках один до одного. Вербальна та невербальна частини можуть бути однаковими, тобто повторювати одна одну, зовсім різними (наприклад, коли зображення не відповідає змісту тексту) або доповнювати один одного. У процесі сприйняття й розуміння полікодового тексту відбувається подвійне декодування закладеної в ньому інформації. Взаємодія двох компонентів призводить до того, що з'являється єдиний загальний зміст креолізованого тексту.

Як правило, на заняттях полікодові тексти використовуються в ролі засобів зорової, слухової або візуально-слухової наочності. Щодо того, як вони впливають на різні органи чуття, мультимодальні тексти діляться на три групи: візуальні, аудіальні та аудіовізуальні[26].

О.В. Оленюк вказує на «наявність деяких характерних особливостей мислення сучасної молоді, комплекс яких позначається в даний момент поняттям «кліпове мислення». До таких особливостей відносяться фрагментарність сприйняття, нездатність довго зосереджувати увагу на одному об'єкті сприйняття, за ходом думки викладача при розкритті будь-якої ідеї чи теорії. Для успішного засвоєння навчального матеріалу студенти, які навчаються, з таким типом мислення потребують дискретної подачі основної інформації в максимально стислому, але, за можливості, образному вигляді, в присутності все нових яскравих стимулів, що залучають до об'єкта вивчення постійно вислизуючу увагу»[27]. Саме полікодові тексти можуть успішно застосовуватися в таких умовах.

Креолізовані тексти виконують у навчально-пізнавальній діяльності низку важливих функцій:

- 1) атрактивна, пов'язана із залученням уваги учня;
- 2) інформативна, пов'язана з передачею інформації і з формуванням розуміння змісту тексту;
- 3) функція ілюстрації вербального компонента;
- 4) експресивна, що впливає на емоції та почуття студента;
- 5) естетична, що впливає на естетичні почуття студента;
- 6) фатичнай контактна функція, які створюють ситуації комунікативного спілкування;
- 7) технічна [22].

Полікодовий текст під час навчання має низку особливостей. Наприклад, при вивченні курсу «Ділова українська мова (за професійним спрямуванням)» такий текст буде ефективним при вивченні правил лексики, граматики, письма, говоріння [22].

Щоб виконати дидактичну функцію повною мірою, креолізований текст повинен відповідати ряду вимог. Основні вимоги до полікодового тексту, які можуть бути ефективно використані у навчанні:

- 1) полікодові тексти повинні бути співвіднесені з цілями та завданнями навчання;
- 2) креолізовані тексти повинні бути здатні забезпечувати розвиток професійної компетенції;
- 3) полікодові тексти повинні мати необхідний мовний матеріал у своїй вербальній частині;
- 4) полікодові тексти повинні бути інформативними та змістовними, комунікативними й автентичними, вони повинні містити типові ситуації мовного спілкування;
- 5) в полікодових текстах повинні враховуватися вікові та професійні інтереси студентів, а також їхні фонові знання;
- 6) полікодові тексти повинні володіти актуальною інформацією;
- 7) вербальний і невербальний компоненти полікодового тексту повинні бути зрозумілі й доступні для сприйняття;

8) полікодовий текст повинен володіти високою якістю візуальної аудіальної складника;

9) полікодовий текст повинен відповідати основним характеристикам гетерогенного тексту, тобто він повинен обов'язково мати вербальну і невербальну частину.

Використання полікодових текстів потребує вироблення критеріїв їх добору, зокрема таких, як: виховний потенціал вербальних і зображувальних одиниць полікодового тексту, інформативність, актуальність, адаптованість, доступність, наповненість дидактично значущими мовними одиницями, урахування психологічних особливостей реципієнтів, стилістична й жанрова довершеність, пошуковий і дослідницький потенціал, спроможність тексту спонукати учнів до словесної креативної мовотворчості, до створення полікодових текстів.

Існує класифікація навчальних полікодових текстів за кількісною ознакою наявності вербального й невербального складника: частково полікодові тексти мають переважно словесний компонент, частково вербальні мають переважно невербальний компонент (кольори, звуки, графеми тощо), власне полікодові – це тексти з відсутнім експліцитним (зовнішнім) вербальним компонентом.

За впливом на різні органи чуття, полікодові тексти можуть бути такі: візуальні (друковані тексти: текст підручника, таблиці, демонстраційні картки, роздавальний матеріал, схеми, картини, малюнки, екранні засоби); аудіальні (аудіозаписи: звукові посібники, фрагменти зразків мовлення); аудіо-візуальні (навчальні відеофільми, мультимедійні програми, гіпертекст) [18]. Важливим видом полікодового тексту є гіпертекст – нелінійний текст, адже все частіше сучасний лінгводидактичний дискурс функціонує в реальному та у віртуальному часі й просторі (дистанційний курс, електронний підручник, лекція, відеоконференція, електронна консультація, електронний семінар, електронна навчальна гра, електронний проєкт тощо),

оскільки мова набуває видозмін залежно від дискурсних умов, реальних комунікативних ситуацій.

Вивчення тексту як найважливішого засобу навчання української мови потребує посиленої уваги вчених, учителів і викладачів вищої школи. З-поміж різних видів навчальних текстів зацікавлюють тексти з вербальним і невербальним компонентом, які в науковій літературі мають різні назви, найпоширеніші з яких – полікодові тексти, креолізовані тексти. Полікодовий текст як лінгвістичне й методичне поняття можна визнати важливим і таким, що потребує активного подальшого дослідження. Значення полікодового тексту як засобу навчання в лінгводидактичному дискурсі впливає з його своєрідної структури й особливостей представлення навчальної інформації, що стосуються використання знаків кодування інформації, усе більшого поширення полікодового оформлення навчального тексту, спрямованого на полісенсорне сприймання текстової інформації – залучення багатьох органів чуття[19].

Висновки до першого розділу

Стрімке зростання візуальної інформації в сучасній комунікації викликало закономірний інтерес мовознавців до паралінгвістичних, тобто невербальних засобів, які супроводжують письмову мову, зокрема до графічного оформлення тексту. В даних умовах виникло поняття «креолізованого» або «полікодового» тексту.

Проблема вивчення креолізованих текстів в сучасному мовознавстві є однією з найбільш актуальних. Для позначення даного феномена використовується також термін «ізовербальний комплекс» (А. А. Бернацька), «ізоверб» (А. В. Міхєєв), «відеовербальний текст» (О. В. Пойманова), семіотично ускладнений текст (Т.П. Семенюк, Л.Л. Макарук), лінгвовізуальний комплекс (О.В., Оленюк), синкретичне повідомлення.

Цілісність полікодового тексту задається комунікативно-когнітивною настановою адресанта (автора тексту, його «співавторів» в особі художника, фотографа, редактора та ін.), єдиною темою, що розкривається вербальними, іконічними й іншими паралінгвістичними засобами.

Полікодові тексти ґрунтуються на складних психічних процесах: сприйнятті і розумінні. Використання поєднання безпосередньої і опосередкованої форм сприйняття і розуміння сприяє тому, що при мінімальному використанні вербальних компонентів інформація тексту

засвоюється максимально повно, що допомагає стимулювати процес навчання.

Із точки зору психолінгвістики важливою функцією полікодових текстів вважається незалежність засобів невербальної комунікації від мовних бар'єрів, оскільки універсальність невербального екстралінгвального коду дозволяє людям порозумітися при незнанні мов. Полікодові тексти також здатні передавати великий обсяг інформації в компактній формі, збільшуючи тим самим інформаційну місткість текстів полікодового характеру. Завдяки кодам різних семіотичних систем полікодові тексти забезпечують комплексну комунікативно-прагматичну дію на читача, привертають увагу читача до інформації, стимулюють його пізнавальну діяльність.

Полікодові тексти є, по-перше, однією з головних змістових одиниць навчання, оскільки виконують досить важливі освітні, виховні та розвивальні завдання. Полікодові тексти одночасно є організатором процесу засвоєння змісту. По-друге, є важливим складником електронного навчального дискурсу, оскільки в ньому два учасники – студент та полікодові тексти. Полікодові тексти мають відповідати вимогам нового міжнародного освітнього стандарту.

Отже, у цьому розділі ми проаналізували поняття полікодового тексту та визначили його різновиди, розглянули психологічні та психолінгвістичні аспекти застосування полікодових текстів на заняттях із мови, з'ясували лінгводидактичні аспекти застосування полікодових текстів на заняттях у вищому закладі освіти.

РОЗДІЛ 2
ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗАСТОСУВАННЯ ПОЛІКОДОВИХ
ТЕКСТІВ НА ЗАНЯТТЯХ ІЗ ДИСЦИПЛІНИ
«УКРАЇНСЬКА МОВА (ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ)»

2.1. Аналіз робочих програм та навчальних підручників із дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» із боку досліджуваної проблеми

Робочі навчальні програми із дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» є різноманітними та включеними у вивчення практично будь-якої професії. Такі курси можна знайти як у гуманітарних спеціальностях, так у технічних чи природничих.

Ми проаналізували робочу програму дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» Рівненського державного гуманітарного університету (для студентів спеціальностей «Математика», «Інформатика», «Професійна освіта (Цифрові технології)», «Прикладна математика», «Комп'ютерні науки») із боку досліджуваної проблеми. У робочій програмі з зазначено, що метою курсу є формування національно-мовної особистості, спроможної комунікативно виправдано спілкуватися у професійній сфері в усній і писемній формах, та володіє практичними вміннями і навичками у

всіх видах мовленнєвої діяльності.

Програма передбачає 12 тем.

Тема 1. Українська мова – державна мова українського народу. Предмет і завдання курсу, його наукові основи. Мовне законодавство та мовна політика в Україні. Державна мова крізь призму європейського досвіду державотворення. Поняття національної та літературної мови. Найістотніші ознаки літературної мови. Функції і престиж мови. Мова професійного спілкування як функціональний різновид української літературної мови. Професійна мовнокомунікативна компетенція.

Тема 2. Основи культури української мови. Мова і культура мовлення в житті професійного комунікатора. Поняття мовної норми. Типи мовних норм. Комунікативні ознаки культури мови: правильність, точність, логічність, багатство, чистота, доречність, виразність. Комунікативна професіограма фахівця. Культура мовлення учителя математики й інформатики. Мовні стереотипи в комунікаціях студентів-математиків на різних мовних рівнях, типові помилки та способи їх виправлення.

Тема 3. Словники у професійному мовленні. Лексикографія як наука про укладання словників. З історії українського словникарства. Словники у професійному мовленні. Типи словників. Роль словників у підвищенні мовленнєвої культури учителя математики й інформатики. Мовний, мовленнєвий, спілкувальний етикет. Стандартні етикетні ситуації. Парадигма мовних формул.

Тема 4. Стилi сучасної української літературної мови у професійному спілкуванні. Функціональні стилі української мови та сфера їх застосування. Основні ознаки функціональних стилів. Професійна сфера як інтеграція офіційно-ділового, наукового і розмовного стилів. Мова професійного спілкування вчителя математики. Текст як форма реалізації мовнопрофесійної діяльності. Композиція професійного тексту. Мовностилістичні особливості професійного тексту.

Тема 5. Спілкування як інструмент професійної діяльності.

Спілкування і комунікація. Функції спілкування. Види, типи і форми професійного спілкування. Закони і стратегії спілкування. Невербальні компоненти спілкування. Гендерні аспекти спілкування. Поняття ділового спілкування.

Тема 6. Риторика і мистецтво презентації. Поняття про ораторську (риторичну) компетенцію. Публічний виступ як важливий засіб комунікації переконання. Мистецтво аргументації. Техніка і тактика аргументування. Мовні засоби переконування. Комунікативні вимоги до мовної поведінки під час публічного виступу. Види публічного мовлення. Презентація як різновид публічного мовлення. Типи презентацій. Мовленнєві, стилістичні і комунікативні принципи презентації. Культура сприймання публічного виступу. Уміння ставити запитання, уміння слухати.

Тема 7. Культура усного професійного спілкування. Особливості усного спілкування. Способи впливу на людей під час безпосереднього спілкування. Індивідуальні та колективні форми професійного спілкування. Функції та види бесід. Стратегії поведінки під час ділової бесіди. Співбесіда з роботодавцем. Етикет телефонної розмови. Візитна картка як атрибут ділової людини.

Тема 8. Форми колективного обговорення професійних проблем. Мистецтво перемовин. Збори як форма прийняття колективного рішення. Нарада. Дискусія. «Мозковий штурм» як евристична форма, що активізує креативний потенціал співрозмовника під час колективного обговорення проблеми. Технології проведення мозкового штурму.

Тема 9. Ділові папери як засіб писемної професійної комунікації. Класифікація документів. Національний стандарт України ДСТУ 4163–2003. Вимоги до змісту та розташування реквізитів. Вимоги до бланків документів. Правила написання ділових паперів. Документація вчителя математики, інформатики та керівника школи. Документація з кадрово-контрактних питань (резюме, характеристика, рекомендаційний лист, заява, автобіографія, особовий листок з обліку кадрів, наказ, трудова книжка, трудовий договір,

трудова угода). Довідково-інформаційні документи (прес-реліз, повідомлення про захід, звіт, службова записка, довідка, протокол, витяг з протоколу). Етикет службового листування. Класифікація листів. Реквізити листа та їх оформлення.

Тема 10. Граматичні засоби та прийоми стандартизації мови професійних текстів. Морфологічні норми в діловому мовленні. Граматичні парадигми іменника, прикметника у ділових текстах. Граматична парадигма числівника. Граматична парадигма дієслова та його форм у ділових документах. Синтаксичні особливості професійного тексту.

Тема 11. Українська термінологія у професійному спілкуванні. Історія і сучасні проблеми української термінології. Роль термінології в професійному мовленні. Становлення українських галузевих термінологій. Термін та його ознаки. Термінологія як система. Співвідношення національних та запозичених одиниць у галузевих терміносистемах. Ступінь спеціалізації термінів. Загальнонаукова, міжгалузєва і вузькоспеціальна термінологія. Професіоналізми і номенклатурні назви в галузі математики, інформатики. Нормування, кодифікація і стандартизація термінів. Українські електронні термінологічні словники.

Тема 12. Науковий стиль і його засоби у професійному спілкуванні. Становлення і розвиток наукового стилю української мови. Особливості наукового тексту і професійного наукового викладу думки. Мовні засоби наукового стилю. Оформлення результатів наукової діяльності. План, тези, конспект як важливі засіб організації розумової праці. Анотування і реферування наукових текстів. Анотація і реферат як жанри академічного письма. Рецензія, відгук як критичне осмислення наукової праці. Стаття як самостійний науковий твір. Вимоги до наукової статті. Основні вимоги до виконання та оформлення курсової, дипломної робіт. Основні правила бібліографічного опису джерел, оформлювання покликань. Науковий етикет. Поняття академічної доброчесності та відповідальності. Принципи академічної доброчесності для здобувачів освіти. Проблеми перекладу та

редагування наукових текстів. Форми і види перекладу. Типові помилки під час перекладу наукових текстів українською мовою. Вибір синонімічних еквівалентів під час перекладу. Особливості перекладу термінів. Редагування наукового фахового тексту.

Кількість кредитів програми – 3, змістових модулів – 3, ІНДЗ – реферат, загальна кількість годин – 90 [30].

У програмі вказано низку електронних ресурсів, які можна застосовувати на лекційних, практичних заняттях та при виконанні самостійної роботи й ІНДЗ.

Огляд підручників із ділової української мови за професійним спрямуванням дозволив виявити, що їх існує значна кількість з різноманітною структурою. Наприклад, підручник Шевчук С. В., Клименко І. В. містить три змістові модулі, які загалом охоплюють 14 тем. До блоку 1 «Законодавчі та нормативно-стильові ознаки професійного спілкування» входять загальні теми курсу, які охоплюють вступні положення курсу, поняття літературної мови, огляд різних професійних компетенцій та мовної політики України; основи культури української мови, мовний етикет; стилі сучасної літературної мови. До блоку 2 «Професійна комунікація» входить аналіз різних аспектів спілкування, риторика та мистецтво презентації, культура усного фахового спілкування, форми колективного обговорення професійних проблем, огляд ділової документації. Блоку 3 «Наукова комунікація як складова фахової діяльності» входять лекції про професійну термінологію, способи творення термінів, проблеми сучасного термінознавства; поняття про науковий стиль та його засоби у професійному спілкуванні, особливості перекладу та редагування наукових текстів.

Прикладом полікодового тексту в цьому підручнику можна вважати блок-схему на сторінці 158, де розглянута класифікація невербального мовлення та його компонентів [42, с. 158].

Підручник Погиби Л. Г. «Українська мова фахового спрямування» має схожу структуру, оскільки складається з трьох розділів, які включають 13 тем,

його змістове наповнення є дуже схожим до підручника Шевчук С.В., назви багатьох тем та їхніх підпунктів збігаються.

Розділ один «Законодавчі та нормативно-стильові основи професійного спілкування» включає вступні теми про зміст та завдання курсу, мовну політку в Україні, значення мови, аналіз національної та літературної мови, її значення в житті суспільства; основи культури української мови, мовні норми, мовний етикет, аналіз словників у професійній діяльності; стилі сучасної української літературної мови.

Розділ два «Професійна комунікація» включає теми про спілкування, як інструмент професійної діяльності, риторику та мистецтво презентації, культуру усного фахового спілкування, форми колективного обговорення професійних проблем.

Розділ три «Сучасні ділові папери професійної сфери» містить теми про документи, як засіб професійної писемної комунікації, види та зразки документації фахового спілкування, етикет службового листування.

Розділ чотири «Наукова комунікація як складова фахової діяльності» містить теми про українську термінологію у професійному спілкуванні, науковий стиль і його засоби і професійному спілкуванні та проблеми перекладу і редагування наукових текстів.

Прикладом полікодового тексту з цього підручника є блок-таблиця створення професійних термінів на сторінці 63-64.

Підручник «Українська мова у професійному спілкуванні» Мозгового В.І. кардинально відмінний від більшості навчальних посібників з цього предмету. Він складається з двох частин – теоретичної з лекційними темами та практичними, яка містить завдання для виконання. Кожна частина також складається з модулів різної складності – базового, основного та поглибленого. Кожен з модулів включає свій набір тем та питання для самоконтролю. Дуже багато уваги приділено граматиці та писемності. Наприклад, містяться такі теми, як фонетичні та графічні особливості

української мови (у порівнянні з російською), правильні скорочення слів, особливості відмінювання, використання розділових знаків.

Прикладом полікодового тексту з цього підручника є наведення варіантів розміщення тексту на представницьких картках, подане на сторінці 128.

Зміст підручників із курсу «Українська мова (за професійним спрямуванням)» у більшості випадків є дуже схожим та має близьку структуру, проте існують окремі видання, які мають суттєво інше наповнення.

Загалом усі підручники містять певну кількість полікодових текстів, проте їх список можна було би значно розширити.

2.2. Опис педагогічного експерименту

Метою проведення педагогічного експерименту було з'ясування рівня та особливостей засвоєння навчального матеріалу на заняттях із дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» при використанні різних типів текстів – монокодових та полікодових.

Експеримент проводився з лютого по жовтень 2020 року під час читання лекційних занять із курсу «Українська мова (за професійним спрямуванням)». Студенти були поділені на дві категорії: до першої групи входили ті, які слухали лише лекційний матеріал без використання будь-яких супутніх засобів (презентацій, роздаткового ілюстративного матеріалу тощо), тобто вони отримували лише монокодовий текст. До другої групи досліджуваних входили ті, які на лекціях отримували полікодовий матеріал, де текстовий аудіальний виклад супроводжувався презентаціями на проєкторі та різноманітним роздатковим ілюстративним матеріалом.

Варто зазначити, що до першої підгрупи входили студенти, які навчалися очно, а потім дистанційно (у зв'язку з карантином). Група, яка отримувала полікодовий текст (осінь, 2020), була поділена на дві менші підгрупи, тобто підгруп було три.

Дослідження було побудоване таким чином: студенти прослуховували матеріал та опісля заповнювали анкету, в якій оцінювали різні його характеристики та особливості його сприйняття. Результати анкетування ми аналізували у кожній підгрупі зокрема, потім порівнювали їх та з'ясовували особливості сприйняття та засвоєння двох видів тексту – монокодового та полікодового (з візуальними компонентами).

Загалом у дослідженні взяло участь 73 досліджуваних здобувачі освіти. До першої підгрупи (КГ, 35 осіб) належали студенти, які отримували лише монокодовий матеріал, до другої (ЕГ1, 18 осіб) та третьої (ЕГ 2, 20 осіб) – полікодовий.

Матеріали до експериментально-дослідного навчання подані у додатках.

Наприкінці педагогічного експерименту були здійснені статистичні підрахунки, зроблені висновки та запропоновані рекомендації щодо використання полікодових текстів при вивченні дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)».

2.3. Аналіз результатів педагогічного експерименту

Як вже зазначалося у пункті 2.2, студенти після прослуховування навчальних лекцій із використанням різних видів текстів отримували невеликі анкети, де оцінювали різні аспекти сприйняття та засвоєння матеріалу. Зразок анкети подано у додатку А.

За допомогою першого запитання ми у студентів з'ясовували, наскільки зрозумілим був для них поданий матеріал. Варіанти відповіді: «повністю зрозумілим», «майже повністю зрозумілим», «частково зрозумілим», «майже повністю незрозумілим», «незрозумілим». (Розподілі відповідей студентів різних підгруп на запитання про зрозумілість матеріалу див. у табл.2.1).

Таблиця 2.1

Варіант відповіді /група	Повністю зрозуміло	Майже повністю зрозуміло	Частково зрозуміло	Майже повністю незрозуміло	Незрозуміло
КГ	0%	15%	60%	15%	10%
ЕГ 1	10%	45%	30%	15%	0%
ЕГ 2	15%	30%	45%	10%	0%

Відповіді студентів КГ розподілилися таким чином: 15% студентів зазначили, що цей текст був для них майже повністю зрозумілим, тобто у них практично не було жодних додаткових запитань і такого типу викладу матеріалу їм було цілком достатньо. Проте переважна більшість респондентів (60%) вказала, що лекція була їм частково зрозумілою, а для 15% – майже повністю незрозумілою. Дана підгрупа отримувала монокодовий текст, який супроводжувався лише додатковими роз'ясненнями. Як бачимо, при сучасному викладі лекції, яка насичена різними прикладами та деталями, подавання лише вербального тексту не може повністю забезпечувати зрозумілість та доступність змісту для студентів.

У підгрупі 2 студентів, яка отримувала полікодовий текст (вербальний та візуальний) показники зрозумілості матеріалу є найвищими. Сумарно для 55% студентів інформація була добре зрозумілою (10% – відповіді «повністю зрозуміло» та 45% – «майже повністю зрозуміло»), а 30% вказали, що частково зрозуміли матеріал. Майже повністю незрозумілим він виявився для 15% опитуваних. Варіанту «повністю незрозуміло» не вказав ніхто.

Для підгрупи 3, яка теж отримувала полікодовий текст, показники є дещо нижчими, проте теж суттєво ефективними. Сумарно 45% студентів вказали, що досить добре зрозуміли отриманий текст (15% – відповіді «повністю зрозуміло» та 30% – «майже повністю зрозуміло»), а частково зрозумілим він був для 45% опитаних. Лише 10% респондентів зазначили, що він був майже повністю незрозумілим.

Як бачимо при порівнянні отриманих даних із результатами інших підгруп, показники зрозумілості монокодового тексту є найнижчими, тобто

такий формат подачі матеріалу є менш ефективним порівняно з полікодовим текстом (у двох ЕГ).

Друге запитання звучало так: «Оцініть, будь ласка, наскільки лекційний матеріал був структурованим». (Розподіл відповідей студентів вказано в табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Варіант відповіді /група	Дуже добре структурований	Доволі добре	І так, і ні	Доволі погано	Дуже погано
КГ	35%	45%	20%	0%	0%
ЕГ 1	35%	40%	25%	0%	0%
ЕГ 2	40%	40%	20%	0%	0%

Як бачимо з таблиці, у всіх підгрупах вказані високі показники структуризації тексту. У жодному випадку немає вказаних варіантів «доволі погано» та «дуже погано», а інші варіанти відповідей практично не відрізняються у процентному співвідношенні, з чого можна зробити висновок, що тип тексту практично не впливає на сприйняття його структурованості, тобто ці дві категорії не є взаємопов'язаними. Структурованість матеріалу – самостійне поняття і його якість має вплив на сприйняття та засвоєння лекції, проте саме від типу тексту (монокодовий чи полікодовий) воно не залежить.

Інші результати були отримані при аналізі відповідей студентів на запитання «Наскільки, на Вашу думку, отриманий текст був цілісним?» Тут вже простежуємо взаємозв'язок типу тексту та сприйняття його цілісності. (Розподілі відповідей студентів різних підгруп на запитання про цілісність матеріалу див у табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Варіант відповіді /група	Цілісний	Частково цілісний	І так, і ні	Частково нецілісний	Нецілісний
КГ	10%	20%	45%	20%	5%

ЕГ 1	25%	35%	25%	15%	0%
ЕГ 2	35%	40%	15%	10%	0%

У підгрупі студентів, яка отримувала монокодовий текст (КГ), лише 10% оцінили його як цілісний, а 20% як частково цілісний. Основна частина опитуваних зазначила варіант «і так, і ні» – 45%. Четверть досліджуваних вважала лекційний матеріал або частково нецілісним, або повністю нецілісним (20% та 5% відповідно).

Суттєво вищими є показники у підгрупах, які отримували полікодовий текст. Так, для ЕГ 1 сумарні показники сприйняття тексту як цілісного становлять 60%, тобто більша частина досліджуваних вважала його цілісним (25% студентів зазначили варіант «повністю цілісний» та 35% – «частково цілісний»). 25% студентів вважали текст середньо цілісним та лише 15% вказали варіант «частково цілісний».

Для КГ 2 показники сприйняття цілісності були навіть вищими, ніж для підгрупи КГ 1. Сумарні показники цілісності сприйняття тексту (35% варіант «повністю цілісний» та 40% «частково цілісний») становлять 70%. Можемо припустити, що такий варіант знову ж такий зумовлений індивідуальними особливостями студентів, які потрапили у цю підгрупу. Частково нецілісним такий тип текст вважали лише 15% студентів, а варіанту «повністю нецілісний» не зазначив ніхто.

Як бачимо, тип тексту має суттєвий вплив на показники його сприйняття, оскільки монокодовий текст студентам важко сприймати безперервно та утримувати в пам'яті всю його послідовність. Коли ж текст є креолізованим та супроводжується візуальним компонентом, то сприйняття його цілісності відбувається на якісно іншому рівні.

Схожі особливості простежуються й при аналізі відповідей на запитання «Наскільки, на Вашу думку, отриманий матеріал був зв'язним?» (Розподілі відповідей студентів різних груп на запитання про зв'язність матеріалу див у табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Варіант відповіді /група	Зв'язний	Частково зв'язний	І так, і ні	Частково незв'язний	Незв'язний
КГ	20%	20%	60%	10%	0%
ЕГ 1	35%	35%	15%	15%	0%
ЕГ 2	35%	35%	20%	10%	0%

Більшість відповідей студентів, які отримували монокодовий текст (КГ), припала на варіант «і так, і ні» (60%), тобто вони вважають цей матеріал середньо зв'язним. Знову ж таки припускаємо, що сприйняття зв'язності монокодового тексту не може утримуватися постійно на високому рівні, особливо при значній тривалості лекції. У даному випадку доповнення матеріалу візуальним компонентом допомагає втримати увагу на більш високому рівні та сприймати матеріал більш зв'язно. Лише 20% студентів у цій підгрупі зазначили, що вважають матеріал повністю зв'язним, а ще 20% - частково зв'язним. 10% опитаних зазначили, що вважають матеріал частково незв'язним.

Для ЕГ1 та ЕГ 2 показники сприйняття зв'язності фактично не відрізняються. Однакова кількість студентів (35% для варіантів «повністю зв'язний» та «частково зв'язний» у кожній підгрупі) вважає поданий матеріал зв'язним і лише невелика частина мала труднощі зі сприйняттям його зв'язності.

На запитання «Наскільки загалом легко було сприймати лекційний матеріал?» розподіл відповідей виглядав наступним чином. (Розподілі відповідей студентів різних підгруп на запитання про легкість сприйняття матеріалу див. у табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Варіант відповіді /група	Дуже легко сприймався	Частково легко	Посередньо	Частково нелегко	Дуже нелегко сприймався
КГ	5%	10%	40%	30%	15%

ЕГ 1	25%	40%	25%	10%	0%
ЕГ 2	20%	40%	15%	25%	5%

Як бачимо з табл. 2.5, сприйняття монокодового тексту студенти оцінили як важке. Лише сумарно 15% з них зазначили, що матеріал дуже легко або часткового легко сприймався (5% та 10% відповідно). Переважна більшість опитаних зазначила, що лекція сприймалася посередньо легко та значна кількість студентів зазначила, що матеріал сприймався нелегко. 30% студентів зазначили варіант «частково нелегко» та 15% «дуже нелегко». Сприйняття монокодового тексту залежно від ступеню складності та тривалості подачі може бути надто важким для студентів, особливо коли необхідно вивчати складні теми та термінологію.

Зовсім інша ситуація складається у групах ЕГ 1 та ЕГ 2, де студенти отримували полікодовий текст із вербальним та візуальним компонентом. У варіанті «дуже легко сприймався» показники зросли на 20% (5% у КГ проти 25% у ЕГ 2) та на 15% (5% у КГ проти 20% у КГ 2). У варіанті «частково легко» в обох підгрупах показники збільшилися на 30% (10% у КГ проти 40% у підгрупах ЕГ 1 та ЕГ 2).

Відповідно, у наступних варіантах відповідей показники дещо спадають. У варіанті «посередньо сприймається» показники знижуються на 15% (40% у КГ проти 25% у ЕГ 1) та на 25% (40% у КГ проти 15% у КГ 2). Для варіанту «частково нелегко» показники знижуються на 20% (30% у КГ проти 105% у підгрупі 2) та на 5% (30% у підгрупі 1 проти 25% у підгрупі 2).

У варіанті «дуже нелегко сприймався» показники знизилися на 15% (15% у КГ проти 0% у ЕГ 1) та на 10% (15% у КГ проти 5% у ЕГ 2).

Також для студентів, які отримували полікодовий текст, була запропонована друга частина анкети, яка стосувалася саме цих видів текстів.

На запитання «Чи вважаєте Ви доцільними полікодові тексти на цій навчальній лекції» були передбачені такі варіанти відповідей: «так, вважаю доцільним», «частково, не у всіх частинах», «не вважаю доцільним».

Студенти з ЕГ 1 відповіли на це запитання таким чином: 60% вказали варіант «так, вважаю доцільним», 35% - «частково, не у всіх частинах», та 5% - «не вважаю доцільним» (рис. 2.1.).

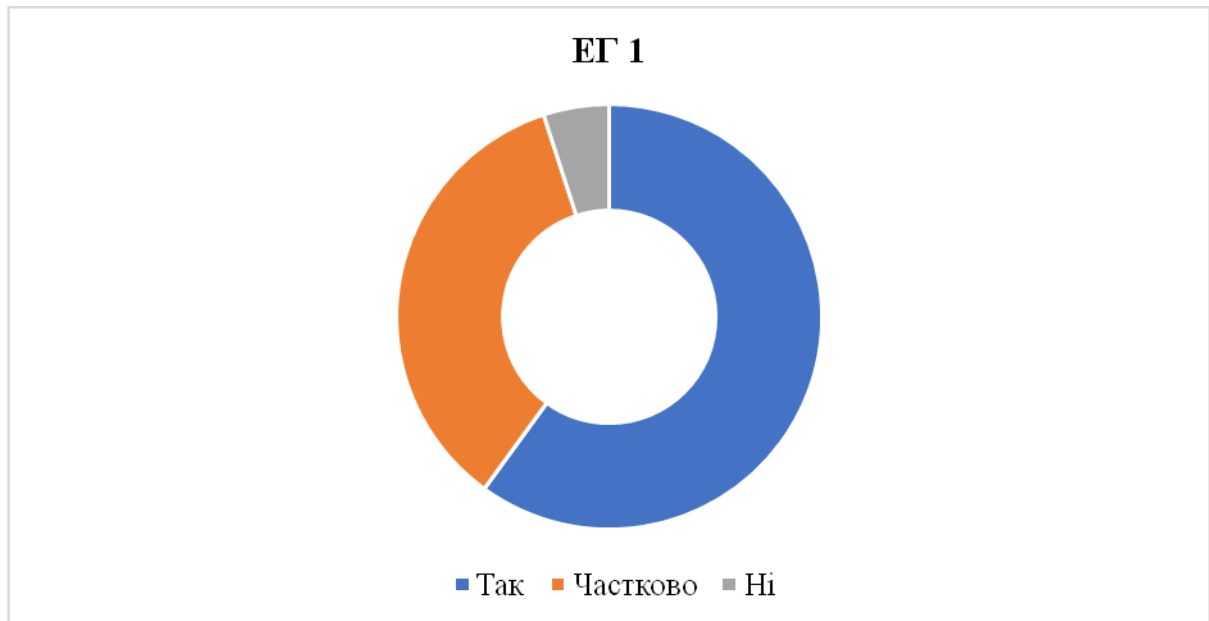


Рис. 2.1. Розподіл відповідей студентів ЕГ1 на запитання про доцільність полікодового тексту на конкретній лекції

Доволі схожі відповіді були у ЕГ 2 (див. рис. 2.2.). 70% студентів вказали, що вважають за доцільне такий вид тексту на лекції, а 30% зазначили, що вважають частково доцільним. Варіанту «Ні» не зазначив ніхто зі студентів.



Рис. 2.2. Розподіл відповідей студентів ЕГ 2 на запитання про доцільність полікодового тексту на конкретній лекції

Наступним запитанням було «Наскільки візуальні компоненти відповідали вербальним компонентам?» Варіанти відповідей: «повністю відповідали», «частково відповідали», «і так, і ні», «частково не відповідали», «зовсім не відповідали» (результати див. у табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Варіант відповіді /група	Повністю відповідали	Частково відповідали	І так, і ні	Частково не відповідали	Зовсім не відповідали
ЕГ 1	20%	40%	30%	10%	0%
ЕГ 2	25%	35%	25%	15%	0%

У підгрупі 2 варіант «повністю відповідали» зазначили 20% опитаних, а варіант «частково відповідали» - 40%. Тобто переважна більшість студентів вважали, що візуальні компоненти тексти відповідають його вербальній частині. Варіант «і так, і ні» зазначили 30% студентів, а варіант «частково не відповідали» лише 10 %.

Дещо інший розподіл відповідей є у підгрупі 3, хоча він суттєво не відрізняється. У варіанті «повністю відповідають» кількість виборів зростає

на 5%, проте знизилася на тих самих 5% у варіанті «частково відповідали», тобто сумарний % відповідності в обох підгрупах становить 60%.

Відповідь «і так, і ні» у підгрупі 3 вказало 25% студентів, а варіант «частково не відповідали» - 15%.

Наступним запитання було «Наскільки візуальні компоненти доповнювали/дублювали/суперечили/були непотрібними у даному виді тексту?» (табл. 2.7.)

Табл. 2.7. Розподілі відповідей студентів різних підгруп на запитання про функції візуальних компонентів

Варіант відповіді /група	Доповнювали	Дублювали	Суперечили	Були непотрібними
ЕГ 1	50%	40%	0%	10%
ЕГ 2	70%	30%	0%	0%

У ЕГ 1 50% студентів зазначили, що вважають візуальні компоненти доповнюваними, а 40% - що вони дублювати вербальний матеріал. Варіантів «суперечили» чи «були непотрібними» не обрав ніхто.

Схожий розподіл відповідей простежується й у ЕГ 2, проте ще більша кількість студентів (50% у ЕГ 1 проти 70% у ЕГ 2) вважають, що візуальні компоненти вдало доповнювали вербальний текст. Відповідно, 30% зазначили, що вважають візуальний складник лекції дубляжем її вербальної частини.

Останнім запитанням анкети було таке: «Наскільки полікодові тексти, на Вашу думку, полегшували сприйняття та засвоєння даного лекційного матеріалу?» (Варіанти відповідей див у табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Варіант відповіді /група	Суттєво полегшував	Частково полегшував	І так, і ні	Частково не полегшував	Зовсім не полегшував
ЕГ 1	35%	50%	10%	5%	0%

ЕГ 2	60%	25%	10 %	5%	0%
------	-----	-----	---------	----	----

Відповіді студентів у експериментальних групах були доволі схожими. Варіант відповіді «зовсім не полегшував» не обрав ніхто зі студентів в обох підгрупах, варіант «частково не полегшував» обрали 5% студентів в обох підгрупах, а варіант «і так, і ні» зазначили 10% опитаних в обох підгрупах.

Дещо відрізнялися відповіді для варіантів «суттєво полегшував» та «частково полегшував». У ЕГ 1 варіант «суттєво полегшував» обрали 35% студентів, натомість у ЕГ 2 їх було аж 60%. Припускаємо, що такий розподіл зумовлений власне новим форматом навчання і тим, що єдиним джерелом інформації є екран комп'ютера чи ноутбука. Натомість у звичайній лекції з використанням полікодового тексту студент може перемикатися на різні джерела інформації – слухати викладача, дивитися на презентацію, взяти в руки та аналізувати роздатковий матеріал.

Підсумовуючи результати педагогічного експерименту та проведеного опитування студентів, можемо сказати, що існують суттєві відмінності у різних аспектах сприйняття монокодового, полікодового тексту з вербальним та візуальним компонентами. Найважче та найскладніше студентам було опанувати монокодовий матеріал, оскільки лекційні матеріали курсу «Українська мова (за професійним спрямуванням)» можуть бути складними для сприйняття та наповненими прикладами чи термінологією, яка потребує залучення різних каналів сприйняття інформації.

Висновки до другого розділу

Аналіз програми із курсу «Ділова українська мова (за професійним спрямуванням)» дозволив з'ясувати, що зміст дисципліни дозволяє досить широко застосовувати у освітньому процесі різноманітні полікодові тексти. Проте також існують розширені програми, в яких розглядається мистецтво комунікації та публічного виступу.

Зміст підручників із курсу «Українська мова за фаховим спрямуванням» у більшості випадків теж є дуже схожим та має близьку структуру у багатьох випадках, проте існують окремі видання, які мають суттєво інше наповнення. Аналіз декількох чинних підручників дозволив нам зробити висновок про те, що сучасні навчальні книги містять обмежене коло різновидів полікодових текстів. Тому їх список можна значно розширити.

Метою проведення педагогічного експерименту було з'ясування рівня та особливостей засвоєння навчального матеріалу на заняттях із дисципліни «Ділова українська мова (за професійним спрямуванням)» при використанні різних типів текстів – монокодових та полікодових.

Дослідження було побудоване таким чином: студенти прослуховували матеріал та опісля заповнювали анкету, в якій оцінювали різні його характеристики та особливості його сприйняття. Результати аналізувалися у кожній групі та додатково порівнювалися з метою з'ясувати особливості сприйняття та засвоєння двох видів тексту – монокодового та полікодового з візуальними компонентами.

Загалом у дослідженні взяло участь 73 досліджуваних студенти. До контрольної групи належали студенти, які отримували лише монокодовий матеріал, до двох експериментальних – полікодовий.

Підсумовуючи результати педагогічного експерименту та поведеного опитування студентів, можемо сказати, що існують суттєві відмінності у різних аспектах сприйняття монокодового, полікодового тексту з вербальним та візуальним компонентами. Найважче та найскладніше студентам було опанувати монокодовий матеріал, оскільки лекційні матеріали курсу «Ділова українська мова (за професійним спрямуванням)» можуть бути складними до сприйняття та наповненими прикладами чи термінологією, яка потребує інших видів текстів, зокрема полікодових.

ВИСНОВКИ

В наш час візуальна інформація, аудіо-образотворчий ряд, ілюстрування, паралінгвістичні письмові засоби стають найважливішим елементом текстоутворення. Рівень інтегрованості всіх образотворчих засобів, так само як і інших знакових утворень, в єдиний текстуальний простір друкованих та електронних видань є досить високим. Саме це й робить актуальним дослідження полікодових текстів із точки зору лінгводидактики. Ми поставили за мету у дипломній роботі обґрунтувати ефективність застосування полікодових текстів на заняттях із дисципліни «Ділова українська мова (за професійним спрямуванням)».

У першому розділі магістерського дослідження ми проаналізували поняття полікодового тексту та визначили його різновиди, розглянули психологічні та психолінгвістичні аспекти застосування полікодових текстів на заняттях із мови, з'ясували лінгводидактичні аспекти застосування полікодових текстів на заняттях у вищому закладі освіти.

Стрімке зростання візуальної інформації в сучасній комунікації викликало закономірний інтерес мовознавців до паралінгвістичних, тобто

невербальних засобів, які супроводжують письмову мову, зокрема до графічного оформлення тексту. В даних умовах виникло поняття «креолізованого» або «полікодового» тексту.

Проблема вивчення креолізованих текстів в сучасному мовознавстві є однією з найбільш актуальних. Для позначення даного феномена використовується також термін «ізовербальний комплекс» (А. А. Бернацька), «ізоверб» (А. В. Міхєєв), «відеовербальний текст» (О. В. Пойманова), семіотично ускладнений текст (Т.П. Семенюк, Л.Л. Макарук), лінгвовізуальний комплекс (О.В., Оленюк), синкретичне повідомлення.

Цілісність полікодового тексту задається комунікативно-когнітивною настановою адресанта (автора тексту, його «співавторів» в особі художника, фотографа, редактора та ін.), єдиною темою, що розкривається вербальними, іконічними й іншими паралінгвістичними засобами.

Полікодові тексти ґрунтуються на складних психічних процесах: сприйнятті і розумінні. Використання поєднання безпосередньої і опосередкованої форм сприйняття і розуміння сприяє тому, що при мінімальному використанні вербальних компонентів інформація тексту засвоюється максимально повно, що допомагає стимулювати процес навчання.

Із точки зору психолінгвістики важливою функцією полікодових текстів вважається незалежність засобів невербальної комунікації від мовних бар'єрів, оскільки універсальність невербального екстралінгвального коду дозволяє людям порозумітися при незнанні мов. Полікодові тексти також здатні передавати великий обсяг інформації в компактній формі, збільшуючи тим самим інформаційну місткість текстів полікодового характеру. Завдяки кодам різних семіотичних систем полікодові тексти забезпечують комплексну комунікативно-прагматичну дію на читача, привертають увагу читача до інформації, стимулюють його пізнавальну діяльність.

Полікодові тексти є, по-перше, однією з головних змістових одиниць навчання, оскільки виконують досить важливі освітні, виховні та розвивальні

завдання. Полікодові тексти одночасно є організатором процесу засвоєння змісту. По-друге, є важливим складником електронного навчального дискурсу, оскільки в ньому два учасники – студент та полікодові тексти. Полікодові тексти мають відповідати вимогам нового міжнародного освітнього стандарту.

У другому розділі ми проаналізували робочі програми та навчальні підручники із дисципліни «Ділова українська мова (за професійним спрямуванням)», описали експериментальну методику застосування полікодових текстів на заняттях із дисципліни «Ділова українська мова (за професійним спрямуванням)» для студентів факультету математики й інформатики та результати педагогічного експерименту.

Аналіз програми із курсу «Ділова українська мова (за професійним спрямуванням)» дозволив з'ясувати, що зміст дисципліни дозволяє досить широко застосовувати у освітньому процесі різноманітні полікодові тексти.

Зміст чинних підручників із курсу «Українська мова за професійним спрямуванням» є дуже схожим, проте існують окремі видання, які мають суттєво інше наповнення. Аналіз декількох чинних підручників дозволив нам зробити висновок про те, що сучасні навчальні книги містять обмежене коло різновидів полікодових текстів. Тому їх список можна значно розширити.

Метою проведення педагогічного експерименту було з'ясування рівня та особливостей засвоєння навчального матеріалу на заняттях із дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» при використанні різних типів текстів – монокодових та полікодових.

Дослідження було побудоване таким чином: студенти прослуховували матеріал та опісля заповнювали анкету, в якій оцінювали різні його характеристики та особливості його сприйняття. Результати аналізувалися у кожній групі та додатково порівнювалися з метою

з'ясовувати особливості сприйняття та засвоєння двох видів тексту – монокодового та полікодового з візуальними компонентами.

Загалом у дослідженні взяло участь 73 досліджуваних студенти. До контрольної групи належали студенти, які отримували лише монокодовий матеріал, до двох експериментальних – полікодовий. Педагогічний експеримент проводився двома серіями: у 2019-20 н. р. та 2020-21 н. р.

Підсумовуючи результати педагогічного експерименту, ми дійшли висновку, що існують суттєві відмінності у різних аспектах сприйняття монокодового та полікодового тексту з вербальним і візуальним компонентами. Оскільки лекційні матеріали курсу «Українська мова (за професійним спрямуванням)» можуть бути складними для сприйняття, наповненими прикладами чи новою термінологією, то варто активно включати у освітній контент полікодові тексти. Результати проведеного педагогічного експерименту підтвердили цю думку і засвідчили ефективність експериментально-дослідного навчання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): учеб. пос. для студентов фак. иностр. языков вузов. Москва : ТЕЗАУРУС, 2013. 215 с.
2. Бабина Л. В. Об особенностях демотиватора как полимодального текста. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2013. №2. С. 28-33.
3. Бацевич Ф. С. Основы комунікативної лінгвістики. Київ : Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
4. Бернацкая А. А. К проблеме «креолизации» текста : история и современное состояние. *Речевое общение : [специализированный вестник]*. Красноярск : Красноярский университет, 2000. Вып. 3 (11). С. 104-110.
5. Большакова Л. О содержании понятия «поликодовый текст». *Вестн. Самар. гос. ун-та. Гуманитарная серия: Языкознание*. Самара, 2008. № 4 (63). С. 194-198.

6. Вашунина И. В. Взаимовлияние вербальных и невербальных (иконических) составляющих при восприятии креолизованного текста : автореф. дис. д-ра филол. наук. Москва, 2009.
7. Вержанська О. М., Лагута Т. М. Креолізований текст в електронному навчанні. *Новий колегіум*. 2016. № 1. С. 42-49.
8. Воронина О. А., Чэнь Сыхань. Демотиватор как новый тип креолизованных текстов. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов: Грамота, 2014. № 10. Ч. 3. С. 76-79.
9. Ворошилова М. Б. Креолизованный текст: аспекты изучения *Уральский филологический вестник. Язык. Система. Личность: лингвистика креатива*. 2012. № 2. С. 39-44.
10. Горелов И. Н. Невербальные компоненты коммуникации. Изд. 4-е. М. : Книжный дом, «ЛИБРОКОМ», 2009. 112 с.
11. Денисюк Ж. Постфольклорні креолізовані твори у вимірі візуальної інтернет-комунікації. *Мистецтвознавчі записки*. Випуск 31. С. 134-139.
12. Ейгер Г.В., Юхт В.Л. К построению типологии текстов. *Лингвистика текста: материалы науч.конференции при МГПИИЯ им. М. Тореца*. 1974. Ч1. С.103-109.
13. Жук Ю. О. Вплив шкільного підручника на формування в учнів образу навчального предмета. *Проблеми сучасного підручника*. 2015. Вип.15(1). С. 200-210.
14. Завадська О. В. Феномен креолізованого тексту: актуальна проблема сучасних лінгвістичних досліджень. *Лінгвістичні дослідження : зб. наук. пр. ХНПУ ім. Г. С. Сковороди*. 2016. Вип. 43. С. 163–169.
15. Загнітко А.П. Лінгвістика тексту: теорія і практикум. Донецьк: ТОВ «Юго-восток, ЛТД», 2007. 313 с.

16. Застровська С.О. Вербалізація парамовних та немовних засобів комунікації. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету*. Серія «Філологія», 2010. Т.13, №2, С.64-69.
17. Каптюрова В.В. Креолізовані тексти в соціальній мережі Facebook. *Мовні і концептуальні картини світу: зб. наук. праць*. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2012. Вип. 41, ч. 2. С. 113-123.
18. Ковалевська Т.Ю. Інноваційні елементи в аспекті мовного впливу. *Вісник Дніпропетровського університету*. Серія «Мовознавство». 2003. Вип.9, С.98-104.
19. Кононець Ю. В. Вербально-візуальна єдність полікодових текстів. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. Вип. 18. 2010. С. 187-192.
20. Космацька Н. В. Комікс як синкретичний текст: вихідні положення. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2011. №5 (ч. 2). С.64-68.
21. Крутько Т.В. Англomовна реклама у віртуальному просторі: монографія. Рівне. Волин. обереги. 2013. 154 с.
22. Лілік О. Особливості використання креолізованих текстів у професійній підготовці майбутніх учителів української літератури [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://zbirnik.mixmd.edu.ua/artedu/article/view/171/60>
23. Макарук Л. Л. Проблеми дослідження семіотично ускладнених текстів. *Науковий вісник Чернівецького університету : Германська філологія*. 2014. Вип.692-693. С.69-72.
24. Найдьонова Л. М. Візуальна творчість в інтернет-спілкуванні. *Актуальні проблеми психології. Т. 12. Проблеми психології творчості*. Київ, 2010. Вип. 10, ч. 1. С. 406-413.
25. Нежура Е. А. Новые типы креолізованих текстів в комунікативном пространстве [Електронний ресурс]. Режим доступу :

<https://docplayer.ru/27020129-Novye-tipy-kreolizovannyh-tekstov-v-kommunikativnom-prostranstve-interneta-e-a-nezhura.html>

26. Нікітіна А. В. Полікодові тексти як лінгводидактичні засоби навчання української мови. *Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Педагогічні науки : зб. наук. пр.* Вип.3. Бердянськ : ФО-П Ткачук О.В., 2015. 433 с.

27. Оленюк О. В. Когнітивно-дискурсивні характеристики впливу на адресата (на матеріалі англомовної журнальної реклами): дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: 10.02.04. Львівський нац. у-т ім. Івана Франка. Львів, 2016. 262 с.

28. Панченко С. А. Лінгвістична гра як основа розважального дискурсу. *Педагогічна думка, 2015.* Вип. 15. Ч. 1. С. 200-211.

29. Романишин Н. Співвідношення понять текст, твір і дискурс у сучасній лінгвістиці. *Людина. Комп'ютер. Комунікація : [зб. наук. праць].* Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2015. С. 105-112.

30. Робоча програма дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» для студентів за спеціальністю 014 Середня освіта (Математика), 014 Середня освіта (Інформатика), 015 Професійна освіта (Комп'ютерні технології), 113 Прикладна математика, 122 Комп'ютерні науки / Л. М. Златів Л.М. Рівне, 2019. 28 с.

31. Селіванова О.О. Основи теорії мовної комунікації. Черкаси. Вид-во Чабаненко Ю.А., 2011. 350 с.

32. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями і проблеми. Полтава: Довкілля-К, 2008. 712 с.

33. Семенюк Т.П. Семіотична природа рекламного тексту. *Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень: матеріали міжнародної наук.-практ. конф. студентів і аспірантів: у 3 т.Т.3.* Луцьк: СНУ ім. Лесі Українки, 2014. С. 386-388.

34. Семенюк Т.П. Феномен зображення в системі невербального оформлення письмового повідомлення. Слов'янський збірник. 2012. Вип.17, ч.1, С.391-396.
35. Серажим К. Семантичний і семіотичний аспекти аналізу текстів. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Журналістика. 2013. № 20. С. 34-36.
36. Сонин А. Г. Экспериментальное исследование поликодовых текстов: основные направления. *Вопросы языкознания*. Москва, 2005. № 6. С. 115-123.
37. Сонин А. Г. Моделирование механизмов понимания поликодовых текстов : автореф. дис. ... док. филол. наук. Москва, 2006.
38. Сонин А. Г., Мичурин Д. С. Эволюция поликодовых текстов: от воздействия к взаимодействию // Вопросы психолингвистики. 2012. Вып. 16. С. 164–174.
39. Сорокин Ю. А., Тарасов Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция. Оптимизация речевого воздействия. Москва : Наука, 1990. 268 с.
40. Чепелева Н. В. Текст і читач : посібник. Київ, 2012. 475 с.
41. Чурса І. Д. Креолізований текст на уроках мови та літератури як засіб активізації читацької діяльності [Електронний ресурс]. 2019. Режим доступу : <https://vseosvita.ua/library/kreolizovanij-tekst-na-urokah-movi-ta-literaturi-ak-zasib-aktivizacii-citackoi-dialnosti-100952.html>.
42. Шевчук С. В., Клименко І. В. Українська мова за професійним спрямуванням: підручник. Київ, 2012. 696 с.
43. Mayer R. E. (1997). Multimedia learning: Are we asking the right questions? // *Educational Psychologist*, 32. P. 1–19.

ДОДАТКИ

Додаток А

Тексти лекцій для експериментальної групи

Тема 1. Державна мова – мова професійного спілкування

План

1. Предмет і завдання курсу «Українська мова за професійним спрямуванням».
2. Поняття національної та літературної мови. Ознаки літературної мови.

3. Мова професійного спілкування як функціональний різновид української літературної мови. Професійна мовнокомунікативна компетенція.

4. Мовні норми.

5. Мовне законодавство та мовна політика в Україні.

1. В умовах розбудови України, утвердження її на міжнародній арені, закріплення української мови як державної, розширення процесів демократизації нашого суспільства постала настійна потреба впровадження української мови в усі сфери життєдіяльності держави, забезпечення використання її у професійній діяльності кожного.

Завдання вищої школи — готувати фахівців нової генерації: кваліфікованих, грамотних, мовно компетентних, які б досконало, ґрунтовно володіли українською літературною мовою у повсякденно-професійній, офіційно-документальній сфері, оволоділи мовою конкретної спеціальності, фаху. Акцент переноситься на формування навичок професійної комунікації, студіювання особливостей фахової мови, на розвиток культури мови, мислення і поведінки особистості.

Отже, майбутнім фахівцям мова потрібна не як сукупність правил, а як система світобачення, засіб культурного співжиття в суспільстві, самоформування і самовираження особистості. Науково доведено, що стрижневим компонентом професійно-комунікативної діяльності є мовленнєва компетенція.

Реалізація цього завдання у вищих навчальних закладах України здійснюється шляхом вивчення курсу «Українська мова (за професійним спрямуванням)». Зміст дисципліни покликаний не лише узагальнити й систематизувати знання з української мови, набуті студентами у школі, а й сформувати мовну особистість, обізнану з культурою усного і писемного

мовлення, яка вмiє в повному обсязі використовувати набуті знання, уміння і навички для оптимальної мовної поведінки в професійній сфері.

Отже, **метою курсу** є підвищення рівня загальномовної підготовки, мовної грамотності, комунікативної компетентності студентів, практичне оволодіння основами офіційно-ділового, наукового, розмовного стилів української мови, що забезпечить професійне спілкування на належному мовному рівні.

Мета навчальної дисципліни:

- формування комунікативної компетентності студентів;
- набуття комунікативного досвіду, що сприяє розвитку креативних здібностей студентів та спонукає до самореалізації фахівців, активізує пізнавальні інтереси, реалізує евристичні здібності як визначальні для формування професійної майстерності та конкурентоздатності сучасного фахівця;
- вироблення навичок оптимальної мовної поведінки у професійній сфері: вплив на співрозмовника за допомоги вмілого використання різноманітних мовних засобів, оволодіння культурою монологу, діалогу та полілогу; сприйняття й відтворення фахових текстів, засвоєння лексики і термінології свого фаху, вибір комунікативно виправданих мовних засобів, послугодування різними типами словників.

Завдання навчальної дисципліни:

- сформувати чітке і правильне розуміння ролі державної мови у професійній діяльності;
- забезпечити досконале володіння нормами сучасної української літературної мови та дотримання вимог культури усного й писемного мовлення;

- виробити навички самоконтролю за дотриманням мовних норм у спілкуванні;
- розвивати творче мислення студентів;
- виховати повагу до української літературної мови, до мовних традицій.
- сформувати навички оперування фаховою термінологією, редагування, коригування та перекладу наукових текстів.

«Українська мова (за професійним спрямуванням)» як навчальна дисципліна перебуває у тісному зв'язку з багатьма суміжними дисциплінами:

літературознавством (значення мовних засобів у формуванні індивідуального стилю), педагогікою (формування мовної особистості, мовне виховання), риторикою (оволодіння технікою публічного виступу), психологією (психологічні особливості мовця, вплив мови на психіку людини, мовна поведінка), логікою (логічність мовлення), філософією (філософські положення є методологічною основою культури мови), соціологією (соціальні ролі мовців, які визначають комунікативно-діяльнісні потреби особистості), соціолінгвістикою (вплив на мовну поведінку соціальних чинників, класифікація мовних ситуацій), психолінгвістикою (мовна діяльність, тезаурус мовної особистості), естетикою (естетика мови і естетика мовлення) та ін.

2. Мова – це величне надбання людства. Вона не лише найпотужніший засіб спілкування, знаряддя мислення, а й історія народу, необхідна умова його існування. Мова спрямована як у внутрішній світ людини, її психіку, так і в зовнішній світ природи і людських взаємин. Вона є основою зростання особистості.

Кожен, хто прагне досягти успіху, створити себе, неодмінно має прагнути якнайгрунтовніше оволодіти мовою, тобто навчитися

дотримуватись усталених норм усної і писемної форм літературної мови залежно від стилю, жанру, типу висловлювання.

Що ж ми розуміємо під поняттям мова? (слайд Мова)

Мова – це:

1) найважливіший засіб спілкування людей, тобто засіб вираження і повідомлення думок, почуттів і волевиявлень людини:

2) єдина, цілісна складна знакова система фонем (звуків), морфем (частин слів), слів, словосполучень, речень, яка служить засобом спілкування, обміну думками та засобом формування думок.

Серед основних функцій мови виділяємо:

Комунікативна. Мова – універсальний засіб спілкування.

Мислетвірна. Мова є засобом формування думки, оскільки людина мислить за допомогою мовних форм.

Номінативна. Це функція називання. Слова служать назвами предметів, процесів, якостей, кількостей, ознак тощо.

Ідентифікаційна. Мова є засобом ідентифікації мовців у часовому і просторовому вимірі. За допомогою особливостей мовлення можна вирізнити особистість серед інших.

Експресивна. Ця функція полягає у тому, що мова є універсальним засобом вираження внутрішнього світу людини.

Гносеологічна. За допомогою мови людина пізнає світ. Мова – енциклопедія людського досвіду.

- **Національна мова** – це мова, що є засобом усного і писемного спілкування нації.
- Національною мовою української нації є українська мова.
- Формування української національної мови відбувалося на основі мови народності в період інтенсивного становлення української нації як стійкої спільності людей, що мають спільну територію, економічні та політичні зв'язки, літературну мову, культуру. Сьогодні нею розмовляє більша частина нації, тобто вона має загальнонаціональний характер.
- Поняття “національна мова” охоплює всі мовні засоби

спілкування людей – літературну мову та діалекти.

■ **Літературна мова** – унормована, загальноприйнята форма національної мови, зафіксована в писемній та усній пракиці.

Діалект (від грец. *dialektos* – розмова, говір, наріччя) – це різновид національної мови, вживання якого обмежене територією чи соціальною групою людей.

Розрізняють територіальні та соціальні діалекти.

■ Територіальний діалект є засобом спілкування людей, об'єднаних спільністю території, а також елементами матеріальної та духовної культури, історико-культурними традиціями, самосвідомістю. Сукупність структурно близьких діалектів утворює наріччя, сукупність усіх наріч – діалектну мову, що є однією з двох основних форм (поряд з літературною) існування національної мови.

■ Соціальний діалект – це відгалуження загальнонародної мови, вживане в середовищі окремих соціальних, професійних, вікових та інших груп населення. Соціальний діалект має виразну корпоративно-групову форму його походження та існування (професійна лексика, сленг, груповий жаргон, аргю).

3. Професійна мовнокомунікативна компетенція

Кожна сфера має свої правила і закони мовного спілкування, які повинна опанувати сучасна молода людина у міру свого зростання, навчання й виховання.

Науково доведено, що стрижневими компонентами професійно-комунікативної діяльності є мовленнєва компетенція і компетентність.

Тому важлива роль у суспільному самоутвердженні й самовизначенні кожної особистості належить мовній освіті, мовному вихованню і мовленнєвій поведінці.

Мовна освіта – процес і результат навчально-пізнавальної діяльності, спрямованої на засвоєння основ теорії мови з метою комунікації, на мовленнєвий, розумовий і естетичний розвиток особистості.

Рівень мовної освіти – це рівень готовності людини до повноцінної мовленнєвої діяльності в усній і писемній формах. Сучасна мовна освіта не обмежується тільки лінгвістичним компонентом, а охоплює широкий профіль ет-нолінгвістичних, соціальних, літературних, загальнокультурних, історичних особистісно-ціннісних аспектів. Мовна освіта долучає людину до духовної спадщини попередніх поколінь і є основою формування етнічної і громадянської самосвідомості особистості. Мовна освіта передбачає вивчення не тільки рідної мови, а й інших мов. Вона нерозривно пов'язана з мовним вихованням.

Мовне виховання – формування естетичної сприйнятливості до цінностей світової культури й осмислення серед них місця культури свого народу.

Воно починається з віку немовляти в родинному колі й триває все життя. У родинній школі мовне виховання поєднується з народною етикою, мораллю, правилами поведінки, супроводжується звичаями, відтворенням народної культури, традицій, засвоєнням мовного етикету. У такий спосіб прищеплюється любов до рідного слова, виховується мовний смак, розвивається мовне чуття. Мовне виховання невіддільне від виховання національної самосвідомості.

Мовне виховання визначає мовленнєву поведінку.

Мовленнєва поведінка — використання мови учасниками спілкування в конкретній ситуації відповідно до їхніх рівнів комунікативної і мовної компетенцій.

В інформаційному суспільстві фахівець має вміти швидко сприймати будь-яку форму мовлення, схоплювати необхідну інформацію, створювати

монологи, вести діалоги, керувати системою мовленнєвих комунікацій у межах своєї компетенції тощо. Слово є одним із інструментів професійної діяльності представників будь-якого виду діяльності.

Подумайте над тим, наскільки важливим є слово у вашій майбутній роботі.. Від багатства словникового запасу, рівня культури мови і техніки мовлення значною мірою залежать професійна майстерність, імідж та успіх особистості.

Професійна мовленнєва комунікація відбувається в межах сфери професійної взаємодії комунікантів і може протікати в усній або письмовій формах, за офіційних чи неофіційних обставин.

Форми, умови спілкування, багатоаспектність професійної діяльності людей визначають варіативність форм мовленнєвої комунікації. Наприклад, від умов спілкування (офіційних – неофіційних) залежить лексико-семантичний склад мовлення: офіційне спілкування передбачає лексику офіційно-ділового стилю, неофіційне – лексику розмовного стилю.

Будь-яка професійна діяльність потребує певних мовно-комунікативних умінь. Уже на етапі працевлаштування необхідно вміти складати резюме, спілкуватися по телефону, писати електронні повідомлення і листи, брати участь у співбесіді, заповнювати бланки. Згодом потрібними стають уміння оформляти ділову документацію, виступати з повідомленням чи доповіддю, укладати угоди, обговорювати контракти, надавати й отримувати зворотну інформацію тощо.

Професійні мовнокомунікативні вміння особистості визначають її мовленнєву поведінку. Наприклад, під час презентації необхідно оголосити назву презентації, пояснити підстави і причини її проведення, порівняти ідеї та ін. Тема презентації визначатиме добір

певної лексики, а форма спілкування впливатиме на синтаксис мовлення.

Професійна комунікативна компетенція передбачає насамперед наявність професійних знань, а також загальної гуманітарної культури людини, її вміння орієнтуватися в навколишньому світі, вмінь і навичок спілкування. Тобто вона формується на основі комунікативної компетенції.

Комунікативна компетенція (лат. *competentio* – належний, відповідний) – сукупність знань про спілкування в різноманітних умовах і з різними комунікантами, а також уміння їх ефективного застосування у конкретному спілкуванні в ролі адресанта і адресата.

Вона розвивається на основі усіх знань, досвіду користування не тільки рідною мовою, а й мовами інших народів, а самі мови у цьому процесі є взаємно пов'язаними і взаємодіють між собою.

Комунікативна компетенція визначається комунікативними намірами адресата; дотриманням комунікативних стратегій, що дають змогу досягти необхідного результату комунікації; знанням особистості співбесідника; зворотним зв'язком в комунікації, що передбачає врахування психологічних особливостей адресата, його соціальних ролей; умінням долати психологічні «фільтри», розбивати психологічні «щити»; умінням володіти навичками декодування «мови тіла» співбесідника; чіткою орієнтацією в умовах та ситуації спілкування; орієнтацією і підтриманням самого процесу спілкування; контролем власної мовленнєвої поведінки, емоцій тощо; навичками та уміннями завершувати комунікацію, виходити з неї, контролювати посткомунікативні ефекти тощо.

Важливим складником комунікативної компетенції є мовна компетенція.

Мовна компетенція – знання учасниками комунікації норм і правил сучасної літературної мови і вміле використання їх у продукуванні висловлювань.

Мовна компетенція складається з лексичної, граматичної, семантичної, фонологічної, орфографічної, орфоепічної та пунктуаційної компетенцій.

Лексична компетенція полягає в оволодінні лексичними засобами сучасної української літературної мови і вмінні користуватися ними. Вона передбачає широкий словниковий запас, у т. ч. володіння термінологією, необхідною для спілкування у професійній сфері. Вибір лексичних елементів залежить від сфери і ситуації, у яких перебуває мовець.

Граматична компетенція – це знання і вміння користуватися граматичними ресурсами української мови (словотвірні одиниці, способи словотворення, морфологічні одиниці, категорії і форми, синтаксичні одиниці й категорії), що необхідно для розуміння й продукування текстів у різних сферах професійної діяльності.

Семантична компетенція – це здатність комуніканта усвідомлювати й контролювати організацію змісту. Вона інтегрується у розвиток мовленнєвої комунікативної компетенції, оскільки питання змісту посідають центральне місце в комунікації. Відношення слова до його загального контексту, внутрішньолексичні зв'язки, значення граматичних елементів, категорій, структур та процесів, такі логічні зв'язки, як наслідковість, пресупозиція (спільний фонд знань комунікантів), імплікативність (наявність непрямо вираженого змісту, виявляється в побуто вому мовленні як натяк, в художньому тексті як підтекст, у діловому спілкуванні як саморепрезентація), мають велике значення в розумінні та продукуванні текстів.

Фонологічна та орфоепічна компетенції пов'язані із знанням звукових засобів сучасної літературної мови, вмінням мовця ними користуватися. Ці види компетенції забезпечують відтворення звукового образу мови і правильне звукове оформлення мовлення.

Орфографічна компетенція полягає в оволодінні системою правил, що визначають правопис слів згідно з усталеними нормами, та вмінні їх застосовувати. Вона є необхідною умовою грамотного письма.

Пунктуаційна компетенція відображає логічне інтонаційне членування мовного потоку та забезпечує легше сприймання і розуміння писемного тексту.

Мовна компетенція передбачає наявність мовленнєвих умінь, що визначають мовленнєву поведінку. Мовленнєві вміння охоплюють вміння говорити, слухати, читати і писати.

У кожній ситуації пріоритет надається тим умінням, які є наважливішими. Так, вміння робити презентації охоплюють вміння говорити, слухати, читати і писати, але пріоритетним у цьому випадку є вміння говорити. Проте коли йдеться про листування, вміння читати і писати набувають першочергового значення.

Мовленнєву поведінку, крім мовної компетенції, визначають також:

а) дискурсивна компетенція (здатність поєднувати повідомлення у зв'язні дискурси);

б) соціолінгвістична компетенція (здатність розуміти і продукувати мовлення у конкретному соціолінгвістичному контексті спілкування);

в) психологічна компетенція (вміння відчувати особистість партнера, його настрій, характер);

г) іллокутивна компетенція (здатність реалізовувати комунікативні наміри, використовуючи структуру повідомлення (мовленнєвого акту));

г) стратегічна компетенція (уміння брати ефективну участь у спілкуванні, обираючи правильну стратегію і тактику);

д) соціокультурна компетенція (здатність розуміти й використовувати різні складові національної культури (звичаї, норми, ритуали, соціальні стереотипи) в конкретних ситуаціях з урахуванням специфіки національних культур у міжкультурному спілкуванні). Названі компетенції є елементами комунікативної компетенції, володіти якою має кожна людина.

Спілкування у професійній сфері вимагає спеціальних знань і навичок, необхідних для досягнення прагматичного впливу й успіху в професійній комунікації. Розвиток професійної мовнокомунікативної компетенції відбувається відповідно до здатності людини навчатися, її предметних знань та попереднього досвіду і здійснюється в межах ситуативного контексту, пов'язаного з навчанням і спеціалізацією.

Важливим чинником, що впливає на становлення і розвиток професійної мовнокомунікативної компетенції та сприяє самореалізації фахівця, є креативність особистості. Важко уявити ефективного менеджера, який не вміє приймати рішення швидко і на високому професійному рівні.

Для ефективної професійної діяльності важливі такі креативні якості особистості:

- мотиваційно-креативні (мотиви, зацікавленість, потреба в самореалізації, творча позиція);

емоційно-креативні (емпатія, багатий емоційний досвід);

- інтелектуально-креативні (дивергентне (різнопланове) мислення, прогнозування, інтуїція, здатність до перетворень, уява й фантазія);
- естетично-креативні (прагнення до краси, естетична емпатія, почуття форми, стилю; почуття гумору);
- комунікативно-креативні (співробітництво у творчій діяльності; здатність мотивувати творчість інших, акумулювати творчий досвід);
- екзистенційно-креативні (позитивна «Я-компетенція», нонконформізм (неприспосовництво); індивідуальний стиль діяльності).

Комбінація цих якостей визначає особливість індивідуально-творчої манери конкретного професіонала і є основою загального типу творчого фахівця.

Отже, професійна мовнокомунікативна компетенція особистості є показником сформованості системи професійних знань, комунікативних умінь і навичок, ціннісних орієнтацій, загальної гуманітарної культури, інтегральних показників культури мовлення, необхідних для якісної професійної діяльності. Сформувати професійну мовнокомунікативну компетенцію покликана сучасна система освіти. Важливу роль у цьому процесі відіграє курс «Культура української фахової мови».

4. Мовні норми

Кожна національна літературна мова характеризується наявністю сталих норм, тобто сукупністю мовних засобів, що відповідають системі мови й сприймаються її носіями як зразок суспільного спілкування на певному історичному етапі. Це історично сформований, вироблений літературною традицією і суспільно усвідомлений стандарт, який регулює мовленнєву діяльність у її типових функціонально-комунікативних різновидах.

Мовні норми закріплені в словниках, граматиках, довідниках.

Мовні норми – сукупність найбільш традиційних реалізацій мовної системи, повторюваних, відібраних і закріплених у процесі спільної комунікації.

Норми надають мові характеру впорядкованості і загальної обов'язковості. Основними ознаками мовної норми є традиційність, гнучка стабільність, сформована змінами культурно-історичних умов розвитку літературної мови, та варіативність. Суспільні смаки й оцінки не завжди збігаються з уже витвореними й усталеними нормами, але це не означає, що їх можна ігнорувати.

У підручниках і навчальних посібниках, правописах, довідниках, словниках здійснюють *кодифікацію мови*, тобто визначають і описують правила вимови, письма (графіка, орфографія, пунктуація), словотворення і слововживання, побудови речень і тексту.

Поняття норми у лінгвістиці визначається так:

Загальномовна норма – сукупність одиниць мови і способи їх організації, які наявні у мові в певний час і мають комунікативне значення для її носіїв незалежно від функціонально-стильових різновидів.

Порушення загальномовних норм спостерігаються у тих мовців, які говорять «не своєю» мовою. Поза загальномовною нормою знаходяться ті елементи мови, які цілком вийшли з ужитку або не доступні для більшості мовців (закриті коди, секретні мови, жаргон злодіїв тощо).

Літературна норма мови – ознаки, правила літературно опрацьованого мовлення, яке є зразком писемної та усної форм спілкування.

У різний час її визначали по-різному: як правильність, а правильним є те, що нині потрібне, актуальне; як правильну мовну звичку; як інваріантний елемент мовної системи; як ідеальні форми реалізації певної мови; як історично сформовані моделі; як дотримання канонів класичних граматики; як

елітарний еталон уживання мовних одиниць; як доречність використання мови; як сукупність найефективніших способів вираження думок і почуттів тощо.

Кожне з визначень актуалізує якусь ознаку чи властивість норми. Адже літературні норми – це не тільки сукупність мовних «правильностей», а й відношення між ними як елементами системи і текстова форма їх реалізації.

Літературна норма має історичний, змінний характер. Зі зміною епохи частково видозмінюється обсяг мовних засобів, охоплений нею. Поняття «літературна норма» охоплює всі типи відшліфованого, нормативного спілкування (мову преси, ділових паперів, виробничого спілкування тощо).

Літературна норма слугує основою регламентації, упорядкування та уніфікації загальнонародної мови, яка охоплює, крім літературної мови, територіальні і соціальні діалекти, просторіччя тощо. Літературна норма впроваджується суспільством у масове користування через систему освіти, культури, засоби масової комунікації.

Розрізняють такі типи літературної норми:

- орфоепічні (виявляються в усталеній вимові звуків, звукосполучень, граматичних форм слів);
- акцентуаційні (усталене наголошування слів);
- лексичні та фразеологічні (впорядковують вживання слів і стійких словосполучень залежно від їх значення);
- морфологічні (впорядковують вживання значущих частин слова та словозміну);
- синтаксичні (визначають побудову словосполучень речень);
- стилістичні (регулюють відбір мовних засобів відповідно до сфери та ситуації спілкування).

орфоепічні	регулюють вибір акустичних варіантів фонемі або фонем, які чергуються	<u>правильно</u> : час, лекція <u>неправильно</u> : ч'ас, л'екція
орфографічні	визначають правильність написання слова	відповідно до правила подвоєння не зберігається у загальних назвах іншомовно-го походження, наприклад: шосе, бароко, маса, іподром
акцентуаційні	регулюють вибір варіантів розташування і переміщення наголошеного складу серед ненаголошених	бджі і аджі, збжди і завждь, <u>правильно</u> : могу, твогу, свого; чотирьбдцять <u>неправильно</u> : муго, твуго, свого; чотърнадцять
словотвірні	регулюють вибір морфем, їх розташування і сполучення у складі нового слова	правильно: спостерігач неправильно: спостерігальник, спостережувач
лексичні	регулюють вибір слова відповідно до змісту і мети висловлювання	правильно: декораційний (коли йдеться про лаштунки на сцені) неправильно: декоративний
фразеологічні	регулюють правильність використання фразеологічних зворотів	<u>правильно</u> : мати нагоду, випала нагода <u>неправильно</u> : стати в

		<i>нагоді</i>
стилістичні	регулюють вибір слова або синтаксичної конструкції відповідно до умов спілкування і стилю викладу	в офіційно-діловому та науковому стилях недоречно сказати привіт! бувай!, хоча в повсякденному розмовному мовленні використання таких слів є нормативним; в офіційно-діловому стилі доречно сказати <i>добре виконана робота</i> , а не <i>чудова робота</i>
морфологічні	регулюють вибір варіантів морфологічної форми слова і варіантів її поєднання з іншими словами	<u>правильно</u> : <i>метра, доповідей (Р.в.), зубний біль</i> <u>неправильно</u> : <i>метру, доповідів (Р.в.), зубна біль</i>
синтаксичні	регулюють вибір варіантів побудови простих і складних речень	<u>правильно</u> : <i>Олег старший за брата</i> (варіант: <i>Олег старший від брата</i>) <u>неправильно</u> : <i>старший брата</i>

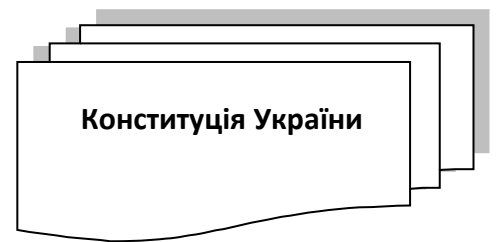
Т. ч., стилістична норма — регламентоване використання у певних типах мовлення (стилях, підстилях, жанрах) закладених у мові стилістичних можливостей. Стилiстична норма дiє в межах лiтературної норми, але передбачає не лише правильність мовлення, а й доцільність і довершеність його відповідно до комунікативних завдань, умов, ситуації спілкування, відображає авторські уподобання.

Використання слів *привіт! бувай!* як одиниць мовного етикету для сучасної української літературної мови є нормативним. Однак внутрішні норми офіційно-ділового і наукового стилів не допускають вживання у своїх текстах цих слів, оскільки вони мають виразне забарвлення усно-розмовного стилю і суперечать своєю експресивністю канонізованому мовленню офіційних і наукових паперів.

Опанування норм літературної мови сприяє підвищенню культури мовлення, формує відповідний мовний смак.

Отже, мовна норма є головною категорією культури мови. Знання всіх типів норм сучасної української мови, а також досконале володіння стилістичним багатством мови, вміння добирати відповідно до теми, мети й обставин спілкування доцільні і доречні мовні засоби, дотримання національних традицій мовного спілкування та правил мовного етикету є запорукою високої мовної культури сучасного фахівця.

5. Мовне законодавство та мовна політика в Україні.



Стаття 10. Державною мовою в Україні є українська мова.

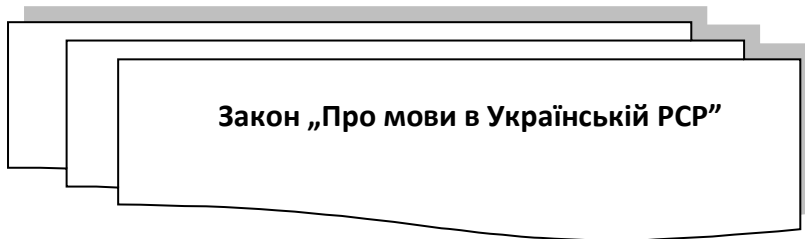
Держава забезпечує всебічний розвиток і функціонування української мови в усіх сферах суспільного життя на всій території України.

В Україні гарантується вільний розвиток, використання і захист російської, інших мов національних меншин України.

Держава сприяє вивченню мов міжнародного спілкування.

Застосування мов в Україні гарантується Конституцією України та визначається законом.

Стаття 12. Україна дбає про задоволення національно-культурних і мовних потреб українців, які проживають за межами держави.



Стаття 2. Державна мова Української РСР

Відповідно до [Конституції Української РСР](#) державною мовою Української Радянської Соціалістичної Республіки є українська мова.

Українська РСР забезпечує всебічний розвиток і функціонування української мови в усіх сферах суспільного життя.

Республіканські і місцеві державні, партійні, громадські органи, підприємства, установи і організації створюють всім громадянам необхідні умови для вивчення української мови та поглибленого оволодіння нею.

Стаття 5. Право громадян користуватися будь-якою мовою

Громадянам Української РСР гарантується право користуватися своєю національною мовою або будь-якою іншою мовою.

Стаття 6. Обов'язок службових осіб володіти мовами роботи органів і організацій

Службові особи державних, партійних, громадських органів, установ і організацій повинні володіти українською і російською мовами, а в разі необхідності – і іншою національною мовою в обсязі, необхідному для виконання службових обов'язків.

Незнання громадянином української або російської мови не є підставою для відмови йому у прийнятті на роботу. Після прийняття на роботу службова особа повинна оволодіти мовою роботи органу чи організації в обсязі, необхідному для виконання службових обов'язків.

Стаття 7. Охорона фондів і пам'яток мови

Українська РСР забезпечує примноження і збереженість фондів і пам'яток української мови, інших національних мов у науково-дослідних установах, архівах, бібліотеках, музеях, а також їхню охорону та використання.

Стаття 8. Захист мов

Будь-які привілеї чи обмеження прав особи за мовною ознакою, мовна дискримінація неприпустимі.

Публічне приниження чи зневажання, навмисне спотворення української або інших мов в офіційних документах і текстах, створення перешкод і обмежень у користуванні ними, проповідь ворожнечі на мовному ґрунті тягнуть за собою відповідальність, встановлену законом.

Стаття 10. Мова актів органів державної влади та управління

Акти найвищих органів державної влади та управління Української РСР приймаються українською мовою і публікуються українською і російською мовами.

Стаття 11. Мова роботи, діловодства і документації

В Українській РСР мовою роботи, діловодства і документації, а також взаємовідносин державних, партійних, громадських органів, підприємств, установ і організацій є українська мова.

У випадках, передбачених у частині другій статті 3 цього Закону, мовою роботи, діловодства і документації поряд з українською мовою може бути і національна мова більшості населення тієї чи іншої місцевості, а у випадках, передбачених у частині третій цієї ж статті, – мова, прийнятна для населення даної місцевості.

Стаття 13. Мова технічної і проектної документації

Технічна і проектна документація в Українській РСР виготовляється українською або російською мовою.

Стаття 14. Мова документів, які посвідчують статус громадянина Української РСР

Офіційні документи, які посвідчують статус громадянина, – паспорт, трудова книжка, документи про освіту, свідоцтво про народження, про одруження, а також документи про смерть особи виконуються українською і російською мовами.

Стаття 18. Мова судочинства

Судочинство в Українській РСР здійснюється українською мовою.

У випадках, передбачених у частині другій статті 3 цього Закону, судочинство може здійснюватись національною мовою більшості населення тієї чи іншої місцевості, а у випадках, передбачених у частині третій цієї ж статті, – мовою, прийнятною для населення даної місцевості.

Стаття 25. Мова виховання та одержання освіти

Вільний вибір мови навчання є невід'ємним правом громадян Української РСР.

Українська РСР гарантує кожній дитині право на виховання і одержання освіти національною мовою.

Стаття 26. Мова виховання в дитячих дошкільних установах

В Українській РСР виховання в дитячих дошкільних установах, в тому числі в дитячих будинках, ведеться українською мовою.

У місцях компактного проживання громадян інших національностей можуть створюватись дитячі дошкільні установи, де виховання дітей ведеться їхньою національною або іншою мовою.

В дитячих дошкільних установах в разі необхідності можуть створюватись окремі групи, в яких виховання ведеться іншою мовою, ніж в установах в цілому.

Стаття 27. Мова навчання і виховання в загальноосвітніх школах

В Українській РСР навчальна і виховна робота в загальноосвітніх школах ведеться українською мовою.

У місцях компактного проживання громадян інших національностей можуть створюватись загальноосвітні школи, навчальна і виховна робота в яких ведеться їхньою національною або іншою мовою.

У випадках, передбачених у частині третій статті 3 цього Закону, можуть створюватись загальноосвітні школи, в яких навчальна і виховна робота ведеться мовою, спільно визначеною батьками школярів.

Вивчення в усіх загальноосвітніх школах української і російської мов є обов'язковим.

Стаття 28. Мова навчання в професійно-технічних училищах, середніх спеціальних і вищих навчальних закладах

В Українській РСР навчальна і виховна робота в професійно-технічних училищах, середніх спеціальних і вищих навчальних закладах ведеться українською мовою, а у випадках, передбачених частинами другою і третьою статті 3 цього Закону, поряд з українською – і національною мовою більшості населення.

Стаття 29. Вступні экзамени з мови

Абітурієнти, які вступають до вищих і середніх спеціальних навчальних закладів республіки, складають конкурсний вступний экзамен з української мови.

Стаття 30. Мова у сфері науки

В Українській РСР результати науково-дослідних робіт оформляються українською або російською мовою.

Виконавці науково-дослідних робіт можуть вибирати мову публікацій наукових результатів.

Стаття 31. Мова інформатики

В Українській РСР інформатика здійснюється на основі української та російської мов.

Комп'ютери, які використовуються в роботі державних, партійних, громадських органів, науково-дослідних, конструкторських установ, засобів зв'язку, у сфері торгівлі, обліку, постачання, в закладах освіти й культури, повинні забезпечувати можливість працювати з україномовними і російськомовними текстами.

Стаття 32. Мова у сфері культури

Українська РСР гарантує функціонування української мови, а також інших національних мов у сфері культурного життя республіки.

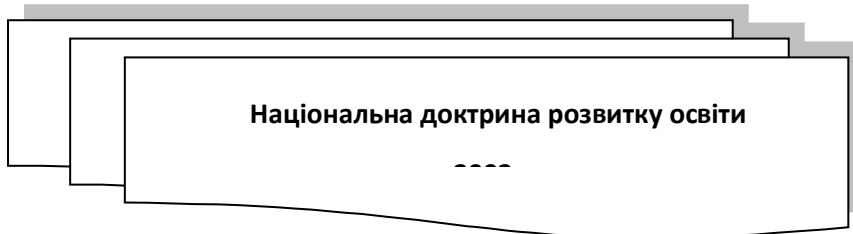
Стаття 33. Мова засобів масової інформації

В Українській РСР мовою офіційних засобів масової інформації є українська мова. Мовою офіційних засобів масової інформації можуть також бути мови інших національностей.

Стаття 40. Сприяння національно-культурному розвитку українців, які проживають за межами Української РСР

На основі угод з іншими союзними республіками Українська РСР сприяє національно-культурному розвитку українців, які проживають в цих республіках.

Українська РСР подає згідно з нормами міжнародного права всебічну допомогу, за їх бажанням, освітнім школам, науковим установам, національно-культурним товариствам українців, громадянам українського походження, які проживають в зарубіжних країнах, у вивченні української мови та проведенні наукових досліджень з українознавства, сприяє навчанню громадян українського походження в навчальних закладах Української РСР.



Держава повинна забезпечувати:

збереження та збагачення українських культурно-історичних традицій, виховання шанобливого ставлення до національних святинь, української мови, а також до історії та культури всіх корінних народів і національних меншин, які проживають в Україні, формування культури міжетнічних і міжособистісних відносин...

IV. Стратегія мовної освіти

8. У державі створюється система безперервної мовної освіти, що забезпечує обов'язкове оволодіння громадянами України державною мовою, можливість опанувати рідну (національну) і практично володіти хоча б однією іноземною мовою. Освіта сприяє розвитку високої мовної культури громадян, вихованню поваги до державної мови та мов національних меншин України, толерантності у ставленні до носіїв різних мов і культур...

Забезпечується право національних меншин на задоволення освітніх потреб рідною мовою, збереження та розвиток етнокультури, її підтримку та захист державою. У навчальних закладах, в яких навчання ведеться мовами національних меншин, створюються умови для належного опанування державної мови...

Тема 2. Спілкування як інструмент професійної діяльності

План

1. Спілкування і комунікація. Функції спілкування.
2. Структура спілкування. Види, типи і форми професійного спілкування.
3. Основні закони спілкування. Стратегії спілкування.
4. Невербальні компоненти спілкування.

Як зазначалося, спілкування в нашому житті відіграє дуже велику роль, а його психологічна природа надто складна. Людині важко бути щасливою, успішно працювати, самовдосконалюватися, самостверджуватися не контактуючи з іншими. Спілкування, на думку вчених, є однією з нагальних потреб людини, яка живе в суспільстві. Воно потрібне їй для взаємодії з іншими людьми, для впорядкування взаємовідносин з ними, для самоствердження в

суспільстві. Більшість психологів, наприклад, називають таку потребу комунікативною і вважають, що вона проявляється через прагнення людини до розуміння її іншими. Потреба у спілкуванні виникає в перші місяці життя дитини, а на третьому році в неї вже виразно проглядає бажання спілкуватися з іншими. У перші сім років у дітей чітко проявляється потреба в доброзичливій увазі, у повазі до них з боку дорослих та у взаєморозумінні та співчутті. Ця потреба, як правило, залишається у людини найважливішою на все життя. Потім її потреби розвиваються, відбувається перехід від простих форм потреб в емоційному контакті до складніших – у співпраці, інтимно-особистісному, діловому спілкуванні та ін. Розглядаючи потреби як початок діяльності, деякі науковці дотримуються положення про єдність спілкування та діяльності. Одні з них вважають, що спілкування та діяльність — дві рівнозначні категорії буття людини, інші – що спілкування є однією зі сторін діяльності, і, нарешті, деякі – що спілкування є особливим видом діяльності.

Спілкування – складний, поліфункціональний, багатогранний процес встановлення і розвитку контактів між людьми, породжений потребами спільної діяльності.

Ураховуючи складність природи спілкування, важливо розібратись у його структурі.

Структура спілкування

Завдяки дослідженням учених виокремлено три взаємопов'язаних сторони спілкування:

- комунікативна — обмін інформацією між індивідами та її уточнення, розвиток;
- інтерактивна — організація взаємодії суб'єктів, які спілкуються, тобто обмін не тільки знаннями, думками, ідеями, а й діями, зокрема при побудові спільної стратегії взаємодії;

· перцептивна — процес взаємного сприймання й розуміння співрозмовників, пізнання ними одне одного.

У деяких дослідженнях структура спілкування розглядається на основі трьох рівнів аналізу – макрорівні, мезо- і мікрорівні) [8, с. 271–272]. На першому з них спілкування індивіда з людьми аналізується в інтервалах, рівних тривалості його життя. На мезорівні вивчаються окремі форми спілкування: бесіда, гра, колективне обговорення та ін. І, нарешті, на мікрорівні — одиницями аналізу виступають взаємопов’язані дії суб’єктів спілкування: “запитання — відповіді”, “повідомлення інформації — ставлення до неї”, “спонування до дії — дія” та ін.

Виходячи з цього в літературі описано різні моделі спілкування.

Такої, яка б задовольнила всіх, ще не розроблено. Найпростіша модель — це спілкування в діаді (парі).

Функції спілкування дуже різноманітні.

Зокрема, психологи виділяють такі функції спілкування:

- *інформаційно-комунікативна* – передбачає передавання та приймання не лише готової інформації, а й такої, що формується, розвивається, а також передавання та приймання значень;

- *регулятивно-комунікативна* – коли спілкування регулює поведінку людей та їхню спільну діяльність, а також способи впливу один на одного: переконання, навіювання, наслідування та ін.

- *афективно-комунікативна* – йдеться про те, що розмаїття людських емоцій виникає й виявляється саме під час спілкування.

Перша з них охоплює все, що є передаванням і прийманням інформації у психологічному розумінні цих слів. Йдеться не лише про готову інформацію, а й про таку, що формується, розвивається.

Психологи кажуть не просто про її передавання, а про передавання та приймання значень. Спілкування забезпечує не лише пізнання, а й регуляцію поведінки суб'єктів та їхньої спільної діяльності. З цим класом функцій пов'язані також способи впливу людей одне на одного: переконання, навіювання, наслідування та ін. Це регулятивно-комунікативна функція. Афективно-комунікативні функції належать до емоційної сфери людини. Річ у тім, що розмаїття людських емоцій виникає й проявляється під час спілкування.

Якщо спілкування розглядається як діяльність, то виокремлюють такі його функції:

- організація спільної діяльності;
- пізнання людьми один одного;
- формування та розвиток міжособистісних взаємин.

Використання цієї класифікації допомагає зрозуміти, що для культури саме ділового спілкування важливо враховувати всіх суб'єктів спільної діяльності. Вони повинні мати установку на пізнання одне одного та бажання підтримувати доброзичливі взаємини.

Усі функції спілкування спостерігаються в житті й проявляються, як правило, в єдності, доповнюючи одна одну.

Всі функції спілкування спостерігаються у житті й виявляються, як правило, в єдності, доповнюючи одна одну.

Існує кілька класифікацій **видів спілкування**.

Відповідно до цілей та засобів спілкування поділяють на:

- матеріальне (коли люди спілкуються за допомогою якихось предметів), ідеальне (коли відбувається обмін між людьми ідеями, уявленнями, переживаннями);
- безпосереднє та опосередковане;

- вербальне та невербальне.

Найуживанішими є **види спілкування**, які можна описати таким чином:

- *залежно від специфіки суб'єктів* (особистість чи група) виокремлюють міжособистісне, міжгрупове, міжсоціумне спілкування, а також спілкування між особистістю та групою;

- *за кількісними характеристиками суб'єктів* – розрізняють самоспілкування, міжособистісне спілкування та масові комунікації;

- *за характером* – спілкування може бути опосередкованим та безпосереднім, діалогічним та монологічним. Пряме спілкування відбувається безпосередньо між людьми, опосередковане – це спілкування через листи, книги, твори мистецтва, кінофільми, наукову діяльність тощо;

- *за цільовою спрямованістю* розрізняють спілкування анонімне, рольове, неформальне, у тому числі інтимно-сімейне, ділове.

Кожному з нас щодня доводиться контактувати з багатьма незнайомими людьми. Це спілкування є анонімним. Коли в людини багато контактів одночасно, їй хочеться час од часу зняти нервові напруження, трохи розслабитися, заспокоїтися. Тому нерідко люди намагаються уникнути контактів у транспорті чи в черзі: заплющують очі, гортають газети, дивляться у вікно і т. п. Якщо ж спілкування відбувається, воно здійснюється на ритуальному рівні.

Спілкування проявляється вже з перших хвилин нашого ставлення до ролі, яку ми обрали. Скажімо, хтось із нас підлеглий, а хтось керівник. Кожен має діяти відповідно до своїх функціональних обов'язків, дотримуючись правил професійної культури у спілкуванні.

Нерідко керівник поводить себе зверхньо, нехтує людською гідністю підлеглого, розмовляє з ним грубо та безцеремонно. А підлеглий розуміє, що

керівник тому вдається до таких дій, бо не впевнений у собі, боїться втратити своє місце, за такою формою поведінки прагне приховати свою неспроможність.

Для функціонально-рольового спілкування дуже важливими є доброзичливість, повага до людей, вміння бачити перед собою особистість. Про таке ставлення свідчать, зокрема, посмішка, а також уміння сказати людині щось добре (наприклад, комплімент на фоні антикомпліменту собі: “У вас така пам’ять, що можна по-доброму позаздрити”, “Ви так добре працюєте на комп’ютері, я так не вмію”).

Нарешті, неформальне спілкування (дуже умовно) передбачає обмін духовними цінностями. Він динамічний, у центрі його — увага до міжособистісних взаємин, а не до престижу чи меркантильних інтересів. Особливим різновидом неформального спілкування є інтимно-сімейне. Воно стосується кожного з нас. Усі ми хочемо, щоб близька нам людина була у спілкуванні з нами культурною, чутливою, розуміла те, що вголос ми не сказали, могла читати по наших очах, за мімікою, жестами те, що нас хвилює. Але треба пам’ятати, що рівень культури близької нам людини залежить від нас. Якщо вона не виправдала наших сподівань, це означає, що ми не змогли їй допомогти, знайти відповідні способи й засоби спілкування, не показали своїм прикладом, як потрібно поводитись.

Рольові позиції у спілкуванні інколи описують як “прилаштування зверху”, “прилаштування знизу” і “прилаштування поруч”.

Наприклад, люди сідають поруч у тролейбусі. Діють вони, в основному, несвідомо. Один розміститься на сидінні так, що іншому одразу стане незручно. Другий, навпаки, примоститься лише на кінчику, щоб не потурбувати сусіда. І, нарешті, третій, триматиметься вільно, сяде зручно сам, не потурбувавши сусіда. У всіх випадках пасажери начебто і не

розмовляють між собою, але рольова позиція, яку вони займають, дає інформацію іншим про кожного.

Існують також різні підходи до класифікації **рівнів спілкування**. Проте основні з них такі:

- *маніпулювання* — варіанти від грубого поводження з людиною до такої поведінки, де зовнішні прояви мають іноді навіть приємний характер;

- *конкуренція, суперництво* — варіанти від спілкування, коли "людина людині — вовк" до такого, коли чесне суперництво сприяє певному рухові його учасників уперед;

- *співробітництво* — це спілкування за принципом "людина людині – людина". Саме на цьому рівні виявляються гуманістичні установки спілкування, високий рівень його культури.

Цікавою є концепція швейцарського психолога Е. Берна. Він описує життєві ігри людей, використовуючи позиції, які кожен проявляє в певних ситуаціях, — Батька, Дитини та Дорослого. На думку Е. Берна, доцільно виокремити шість рівнів спілкування:

- 1) “нуль спілкування” або “замкнення на себе”;
- 2) ритуали (норми спілкування);
- 3) розваги;
- 4) ігри (людина думає одне, а демонструє інше з тим, щоб завести другого в пастку);
- 5) близькість;
- 6) робота (ділове спілкування).

На кожному з цих рівнів людина використовує різні прийоми і засоби, оскільки мета спілкування щоразу змінюється.

Описані функції, види, рівні спілкування дають його різнобічну характеристику. Але більшість людей зводять спілкування до простого передавання і приймання інформації, тобто до його інформативно-комунікативної функції, не використовуючи діалог для організації спільної діяльності. Або ж, скажімо, людина не вчиться розпізнавати інших, під час спілкування користується лише стереотипним уявленням про них, не вміє відповідно розшифровувати сукупність засобів спілкування (насамперед невербальних). Водночас людина, яка володіє культурою спілкування, швидко розбереться в ситуації, яку їй будуть нав'язувати, наприклад, “прилаштуванням зверху”. Вона зуміє підняти подальшу бесіду з партнером на рівень, коли не принижуватимуться гідність і честь обох співбесідників.

Отже, знання про характерні особливості спілкування для кожного, хто їх засвоїть і зуміє застосовувати на практиці, стануть “кермом і вітрилом”, які допоможуть гідно жити та ефективно спілкуватися, до того ж духовно зростати самим і допомагати в цьому іншим. Такі знання й уміння допоможуть позбутися багатьох ускладнень у взаєминах людей.

Розглянемо характеристики різних сторін спілкування, серед яких виділяємо:

- спілкування як обмін інформацією;
- спілкування як взаємодія;
- спілкування як сприймання і розуміння одне одного.

Спілкування як обмін інформацією

Обмінюючись інформацією, кожний із партнерів є активним суб'єктом у процесі спільної діяльності. Важливу роль при цьому відіграє значущість інформації, завдяки чому партнери намагаються виробити загальний зміст, однакове розуміння ситуації [5, с. 291]. Це можливо лише за умови, що

інформація прийнята, зрозуміла та осмислена. Тому в комунікативному процесі поєднано діяльність, спілкування й пізнання.

Загальну модель спілкування взято з теорії інформації, де його розуміють як процес, за допомогою якого закодоване певним джерелом (відправником) повідомлення передається через канал зв'язку до призначеного пункту (адресата), де відбувається його декодування. При такій моделі комунікативний процес розглядається як обмін інформацією між людьми, а основна його мета — забезпечити розуміння інформації, що є предметом обміну.

Обмін інформацією передбачає також психологічний вплив одного партнера на поведінку іншого з метою її зміни. А це можливо лише тоді, коли партнери користуються однією або близькими системами кодифікації й декодифікації, тобто “спілкуються однією мовою”. Ефективність комунікації найчастіше визначається тим, чи вдалося вплинути суб'єктам спілкування одне на одного, чи уточнювалась, змінювалась, розвивалась інформація, думка співрозмовників.

Саме в цьому проявляється специфіка людської комунікації на відміну від тієї, що описується теорією інформації. Доведено, що на першому

рівні обміну вирівнюються відмінності у вихідній інформації, яка є в індивідів, котрі вступили в контакт. На другому передаються та приймаються найважливіші значення (інформування, навчання, інструктаж тощо). І, нарешті, на третьому рівні індивіди прагнуть зрозуміти погляди та установки одне одного (згода, незгода, зіставлення поглядів) [15, с. 57–65].

У соціальній психології виокремлюють комунікацію вербальну (словесну) та невербальну. Засобом першої є мова, другої — оптико-кінетичні системи знаків (жести, міміка, пантоміміка), пара- та екстралінгвістична система (інтонація, паузи тощо), система організації простору та часу комунікації, а також система “контакту очима”.

Спілкування як взаємодія

Спілкування — це активна взаємодія його суб'єктів. Вони по черзі діють одне на одного, оцінюють дії, сприймають або не сприймають спрямовані на них думки, оцінки, почуття. Якщо один із суб'єктів виявляє пасивність, спілкування не відбувається. Іноді бачимо таку картину: один із співбесідників щось розповідає, інший як людина ввічлива, начебто слухає, проте зацікавленості до змісту розмови не проявляє, до переданої інформації ставиться байдуже. Що ж відбувається в цьому разі? Той, хто говорить, не може “перенести” свої думки в голову іншого, залучити його до активного зацікавленого обговорення. Отже, взаємодії між ними не відбулося.

Як показують дослідження, спілкування сприяє фізичній взаємодії, допомагає в разі потреби спланувати її, змінити, дає змогу об'єднати людей у групи з метою організації їх спільної діяльності, в якій формуються позитивні міжособистісні взаємини. Особливості останніх певною мірою визначають взаємодію у життєвих ситуаціях.

Розрізняють два основних види міжособистісної взаємодії:

- співробітництво, або кооперацію (досягнення мети одним із суб'єктів сприяє або не заважає реалізації цілей решти суб'єктів),
- суперництво, або конкуренцію (досягнення мети одним із суб'єктів ускладнює або взагалі виключає досягнення цілей іншими суб'єктами).

Інколи ці види взаємодії позначаються іншими термінами: згода та конфлікт, пристосування та опозиція, асоціація та дисоціація.

В основу іншої класифікації взаємодії покладено кількість суб'єктів. Це може бути взаємодія між групами, між особистістю та групою, між особистостями (діада). Залежно від ролей це може бути взаємодія, в якій на групу впливає один з її лідерів, просто член групи. Це може бути взаємодія, в якій певна підгрупа її членів (сукупний суб'єкт) впливає на одного з членів.

Підгрупа разом із лідером може діяти на одного або на кількох членів. Усі члени групи, у тому числі лідер, впливають одне на одного і кожен сам на себе. Саме ця класифікація, як показало наше дослідження, сприяє побудові концепції становлення культури спілкування, особистісному зростанню тих, хто продуктивно спілкується, переходячи від простих видів взаємодії до складніших, зокрема до спільної діяльності.

Спілкування як сприймання і розуміння одне одного

Спілкування, як правило, супроводжується сприйманням і розумінням одне одного.

Деякі психологи вважають, що відбувається пізнання однієї людини іншою. У загальному плані можна сказати, що сприймання іншої людини означає відображення її зовнішніх ознак, співвіднесення їх з особистісними характеристиками індивіда та інтерпретацію на цій основі її вчинків.

Під час пізнання одна людина емоційно оцінює іншу, намагається зрозуміти її вчинки, виробити стратегію зміни її поведінки та побудувати власну. При цьому відбувається усвідомлення себе через іншого за допомогою механізмів ідентифікації та рефлексії. Перший з них зводиться до уподібнення, ототожнення себе з іншим. Це сприяє розумінню партнера по спілкуванню, стимулює відповідну поведінку (альтруїстичну, гуманістичну, емпатійну тощо). Рефлексія у спілкуванні – це усвідомлення того, як суб'єкта сприймають і оцінюють інші.

Відомо, що сприймання та розуміння одне одного залежить від ряду факторів, зокрема від установок, обсягу інформації про інших і різних ефектів. Наприклад, якщо через певні обставини у нас ще до зустрічі з незнайомою людиною вже було сформовано щодо неї позитивну установку, то, сприймаючи, ми наділятимемо її образ переважно позитивними ознаками. У протилежному разі інтерпретація тих самих рис скоріше за все буде негативною.

Інколи, якщо інформації замало, під час сприймання людям приписуються певні характеристики, яких вони насправді не мають (каузальна атрибуція). У цьому разі негативними характеристиками найчастіше наділяються ті люди, яких ми не любимо, яким не симпатизуємо.

Роль міжособистісних взаємин у спілкуванні

Міжособистісні взаємини у спілкуванні — це такі заємозв'язки між людьми, які суб'єктивно переживаються та об'єктивно проявляються в характері та способах взаємного впливу. Ці взаємини мають для людей не менше значення, ніж їжа та повітря. Якщо ці стосунки погані, то продуктивна взаємодія людей, їхня спільна діяльність стають неможливими.

У людини псується настрій, здоров'я, вона не відчуває радості буття. Нездорові міжособистісні взаємини впливають також на характер спілкування. Іноді останнє зводиться до того, що розмови про інших ведуться виключно в категоріях оцінок, а то й за допомогою ярликів, причому, як правило, усе “малюється” чорно-білими фарбами. Для того щоб система міжособистісних взаємин була ефективною, а суспільство загалом здоровим, бажано відмовлятися від звички за всіма вчинками людей бачити злий намір.

Отже, важливою рисою міжособистісних взаємин є їхня емоційна основа. Одні люди під час спілкування нерідко без особливих зусиль можуть викликати в інших позитивні емоції, підтримувати гарний настрій. Інші вносять у взаємини напруженість, пробуджують негативні емоції, тривогу. Тому для успішного спілкування важливим є використання гуманістичних орієнтацій у взаєминах, дотримання емпатійного способу спілкування. Останній передбачає більш-менш точне сприймання внутрішнього світу іншої людини із збереженням притаманних їй емоційних і змістовних відтінків. Саме ці орієнтації та прояв емпатії у взаєминах є результатом високого рівня культури спілкування. Водночас наявність такого рівня є

основою, на якій у майбутньому формуються гуманістичні комунікативні установки та способи й засоби їхньої реалізації.

Також дослідники розрізняють:

- вербальне спілкування,
- віртуальне спілкування,
- опосередковане спілкування.

Вербальне або мовленнєве спілкування – це засіб, пов'язаний з використанням мови. Іншими словами, мовленнєве спілкування – це комунікативний акт. За допомогою мовлення передаються інформація, думки, почуття.

Віртуальне спілкування – це спілкування з віртуальним співрозмовником у віртуальному просторі за допомогою електронних засобів.

Непряме, або опосередковане, спілкування – це процес, при якому люди для передачі думок, уявлень, переживань можуть використовувати листи, малюнки, книжки або якісь інші предмети. При цьому не мають значення відстань або час.

ВИСНОВКИ

· Спілкування — важлива форма людського буття, умова життєдіяльності людей, спосіб їхнього об'єднання. Воно є генетично первинною основою культури спілкування.

· Спілкування — це міжособистісна і міжгрупова взаємодія, основу якої становить пізнання одне одного і обмін певними результатами психічної діяльності (інформацією, думками, почуттями, оцінками тощо).

- Потреба у спілкуванні розвивається від простих форм (потреба в емоційному контакті) до складніших (у співробітництві, інтимно-особистісному спілкуванні і т. ін.).
- Культуру спілкування визначає свідоме й розумне ставлення до використання всіх його сторін, функцій та видів у єдності.
- Вищий рівень моральної культури спілкування характеризують гуманістичні орієнтації у міжособистісних взаєминах та емпатійний спосіб сприймання одне одного.

4.2. Вербальне спілкування

Вербальне або мовленнєве спілкування — це засіб, пов'язаний з використанням мови. Іншими словами, мовленнєве спілкування — це комунікативний акт. За допомогою мовлення передаються інформація, думки, почуття.

Культура мовленнєвого спілкування охоплює дві складові: культуру говоріння та культуру слухання. Про одну людину кажуть, що вона говорить, як співає, про іншу — що вона вміє не тільки слухати, а й чути. Що при цьому мають на увазі?

Розглянемо характеристику "**говоріння**". Це механізми побудови висловлювань відповідно до індивідуальних особливостей людини, що говорить. Це й особливості використаної лексики, і володіння граматиною, і багатство асоціацій, і продуктивність чи стереотипність мовлення, його динамічність, прояв за допомогою слів певного ставлення до співрозмовника. Конструюючи висловлювання, ми стимулюємо іншу людину до створення внутрішнього образу, подібного до того, що йому

передається. При цьому відбувається розв'язання конкретних комунікативних задач відповідно до мети мовлення й особливостей ситуації.

Висловлювання конструюються відповідно до граматичних правил, а з погляду психології вони несуть у собі переконуючий вплив.

Велике значення для ефекту переконуючого впливу мають характер ситуації й особистість відправника повідомлення. Якщо установка до відправника інформації позитивна, то й ставлення до його висловлювання, швидше за все, також буде позитивним, якщо негативна — то й ставлення буде негативним. Якщо до відправника ставлення нейтральне, але його висловлювання викликають негативні емоції, то передана ним інформація сприйматиметься як така, що не заслуговує на довіру.

Учені визначають кілька порядків побудови повідомлень: кульмінаційний порядок (найсильніші аргументи наводяться наприкінці), антикульмінаційний порядок (зворотний, коли, нівіпаки, повідомлення починається з сильного аргументу) та розміщення сильних аргументів усередині повідомлення. Наприклад, викладач хоче наголосити, чому студентам краще не пропускати заняття з культури спілкування. Для цього він може побудувати речення з *серединним* порядком повідомлення: "У зібраному вигляді матеріал ніде не надрукований, *тому вам не можна пропускати заняття з культури спілкування*, бо доведеться багато працювати самостійно". *Кульмінаційний* порядок повідомлення такий: "У зібраному вигляді матеріал ніде не надрукований і доведеться багато працювати самостійно, *тому вам не можна пропускати заняття з культури спілкування*". *Антикульмінаційний* порядок повідомлення: "*Вам не можна пропускати заняття з культури спілкування*, бо у зібраному вигляді матеріал ніде не надрукований і доведеться багато працювати самостійно". Яка ж форма викладу є ефективнішою? Виявилось, що кульмінаційний і зворотний порядок дають кращі результати, аніж серединний (із невеликою перевагою першого над другим). Однак у такому разі важливо враховувати змістовний бік повідомлення та установки слухачів. Якщо вони не дуже зацікавлені предметом повідомлення, то найвагоміші аргументи треба викласти із самого

початку. Це найкращий спосіб пробудити інтерес та увагу людей. Якщо вони дуже зацікавлені темою розмови, то найцікавіші аргументи варто подати наприкінці повідомлення, бо послаблення аргументації може дещо розчарувати слухачів.

Важливими характеристиками вербального засобу спілкування, зокрема говоріння, є діалог та монолог. Монологічне мовлення — це таке, коли говорить одна особа, а решта слухають, сприймають її повідомлення. Діалогічним називають мовлення між двома або кількома співрозмовниками, які міняються ролями. *Монолог* неначе передбачає реакції співрозмовника. Висловлювання тут більш розгорнуті, свідоміше добираються слова й вибудовуються речення, певну роль відіграють міміка та жести. Під час монологу має місце нерівноправність щодо обміну інформацією. Тут домінує один, наприклад, менеджер. Він одночасно є джерелом інформації, ставить запитання, контролює та оцінює відповіді. Проте така взаємодія передбачає лише поверхове, частинне розуміння та прийняття іншого учасника спілкування. *Діалог* іноді (навіть спеціалісти з менеджменту) називають особливою, більш високою формою спілкування людей. Під час діалогу відбувається обмін думками, більше враховується чуже слово, позиції співрозмовників є рівноправними. Висловлювання вживаються більш згорнуті, а жестів менше. Для того щоб зробити крок до діалогу, менеджер повинен виходити з такого постулату — не відстоювати свої погляди, а знаходити шлях до спільного розгляду проблеми. Найчастіше заважають розпочати діалог такі причини: недостатнє володіння темою обговорення; предмет бесіди не цікавить співрозмовника; співрозмовників відволікають сторонні думки, які спотворюють зміст інформації; різний культурний та інтелектуальний рівень співрозмовників; вони належать до різних професійних груп; між співрозмовниками існує відмінність у статусі; одна сторона ставиться до іншої вороже; співрозмовники мають обмежений час для розмови та ін. Для того щоб звичайне спілкування трансформувалося в

діалог, слід відмовлятися від суджень та оцінок як своєї думки, так і думок інших, і спільно шукати вирішення проблеми. Тоді діалог стане рухом у напрямі пошуку істини. Звичайно, найбільш ефективним може бути спілкування, в якому використовуються як діалог, так і монолог. Є ще *полілог*, коли в акті спілкування задіяно багато осіб. Саме у такій формі, наприклад, відбувається спілкування викладача зі студентами на семінарському занятті. Використовує полілог менеджер, проводячи нараду або збори, "мозковий штурм" або дискусію.

Мова і мовлення тісно пов'язані між собою. Немає мовлення без мови і немає мови без мовлення. Мова — це засіб чи знаряддя спілкування між людьми, а мовлення — це акт вживання людиною мови для спілкування. Мовознавці вивчають мову як знакову систему, що використовується для спілкування, а психологи — мовні акти, пов'язані з поведінкою людей.

Мова є універсальним засобом передавання інформації про природу та про всі сторони буття людини й людського суспільства, а також про себе саму. Мабуть тому ще античні поети (зокрема, Гесіод) стверджували, що мова є найкоштовнішим скарбом людей. Вона поєднує людей більше, ніж класова, партійна, релігійно-конфесійна належність, більше, ніж історія народу, а іноді навіть більше, ніж етнічне походження. "Хто якою мовою думає, той до того народу належить", — писав В. Даль — син датчанина і німкені, який народився і зростав в Україні, а потім став великим російським ученим, творцем знаменитого тлумачного словника російської мови. Мова — це суспільне явище і головний засіб спілкування людей, вираження їхніх думок і почуттів. За допомогою мови ми здобуємо знання, зберігаємо їх у нашій пам'яті, передаємо їх іншим людям і використовуємо в міру потреби в нашому житті. Психологи виділяють такі функції мови у спілкуванні: 1) засіб існування, передавання і засвоєння суспільно-історичного досвіду; 2) засіб інтелектуальної діяльності (сприймання, мислення, уява); 3) засіб передачі інформації.

Мова необхідна для того, щоб мовлення було зрозумілим і завдяки цьому ефективним, а мовлення, у свою чергу, необхідне для того, щоб завдяки мові передавалась інформація. Історично факт мовлення завжди передує мові. Уявімо собі групу людей, що розмовляють. У цій групі є діти, дорослі та старі люди, чоловіки та жінки, люди з різних країв та місцевостей, мешканці міст і сіл, спеціалісти різного профілю, люди з різними освітою й вихованням. Вони вживають ту саму мову, але у кожного своє мовлення. Скільки людей, стільки й зразків мовлення. Особливості мовлення кожного не настільки значні, щоб вони заважали взаєморозумінню. Усі їхні зразки мовлення, узяті у сукупності, і є їхня мова в різних її проявах і реалізаціях. Тому можна зробити висновок, що мова — це сукупність правил, за якими відбувається мовлення, будується мовне повідомлення. Люди говорять не для того, щоб відтворювати мову й демонструвати свої мовленнєві здібності, а для того, щоб передати інформацію чи вплинути на інших учасників комунікативного акту. Мова є необхідною умовою як існування самого народу, так і його культури загалом.

Отже, ефективність використання вербального засобу спілкування залежить від таких факторів:

- ситуативних — певна ситуація може сприяти чи заважати вербальному впливу і сприйманню інформації;
- суб'єктивних: психологічний стан співрозмовників може збігатися чи ні; емоційне сприйняття співрозмовника накладається на висловлену ним інформацію; якісь наявні умови відволікають від сприймання інформації і заважають впливові; може мати місце неоднакова інформованість співрозмовників або різний їхній інтелектуальний рівень; результати спілкування можуть не збігатися з очікуваннями співрозмовників;

недоліків мовлення та мови; поганої дикції; відсутності логіки у висловлюваннях; неточної передачі інформації. Готуючись до спілкування з важливих питань із підлеглим, клієнтом або партнером і намагаючись

вплинути на нього, менеджеру варто пам'ятати, що його здібності грамотно говорити та уважно слухати тісно пов'язані не тільки з результатами конкретного акту спілкування, але й з успіхом у бізнесі.

4.3. Невербальне спілкування

Невербальне спілкування відбувається, як правило, неусвідомлено, мимовільно. Хоча люди певним чином контролюють своє мовлення, можна шляхом аналізу міміки, жестів, інтонації оцінити правильність, щирість мовної інформації. Для розуміння невербальних елементів спілкування необхідне, як правило, спеціальне навчання.

Невербальні засоби передання інформації людина освоює раніше, ніж вербальні. Немовля починає розрізняти емоційні стани матері, реагує на інтонацію голосу, вираз обличчя, жести, дотики. У дорослих при контактах з незнайомими перше враженнями виникає саме завдяки засобам невербального спілкування (візуальний контакт, експресія).

Одним з важливих параметрів, що характеризують невербальну комунікацію є міжособистісний простір - дистанція, яку неусвідомлено встановлюється в процесі безпосереднього спілкування між людьми. Чим тісніше стосунки між людьми, тим менша просторова дистанція між ними в процесі спілкування. Ця дистанція залежить від національних еталонів поведінки, соціального статусу, віку, психологічних особливостей. Надто близька, як і віддалена дистанція негативно відбувається на ефекті спілкування.

"Найближче" спілкуються близькі знайомі, родичі. Збільшення міжособистісного простору може викликати неприємні почуття. Зацікавлені один в одному співрозмовники зменшують дистанцію спілкування, психічно тривожні намагаються збільшити відстань.

Жінки схильні перебувати дещо ближче до співрозмовника, ніж чоловіки. Середньоєвропейські межі дистанції між співрозмовниками-

друзями становлять 0,5-1,2м (міжособистісний простір), для неформальних соціальних та ділових стосунків - 1,2 - 3,7м (соціальний простір); простір, більший ніж 3,7м, дає можливість утриматися від спілкування або перевести його в площину формальних стосунків.

Підтримання візуального контакту допомагає партнеру відчувати ставлення до нього співрозмовника. Погляд може регулювати розмову. Коли один з учасників діалогу закінчує говорити, то він дивиться на співрозмовника, очікуючи на продовження бесіди.

Під час спілкування інформативну функцію виконують експресивні реакції (від лат. *expressio* - виразність). До них належать: міміка, пантоміміка, жести, інтонація голосу. Вони характеризують інтенсивність вияву переживань людини. Характерною ознакою міміки (експресивних рухів м'язів обличчя) є її універсальність та специфічність для вираження різних емоцій. Інтерпретація емоцій пов'язана з подвійною природою міміки.

З одного боку, міміка зумовлена природженими факторами відображення універсальних емоцій на обличчі, таких як жах, радість, біль. Вони зрозумілі людям різних культур. З іншого - міміка залежить від особливостей певної соціальної культури, конкретних норм, еталонів. Національні, етнічні, культурні стандарти відбиваються на мімічних реакціях, зумовлюють певну форму їх протікання. Посмішка означає позитивне ставлення до іншої людини, сльози є універсальною ознакою скорботи, однак форма вияву цих реакцій - коли, як, як довго слід посміхатися чи плакати - залежить від національних, соціокультурних особливостей. Позитивні емоції досить рівномірно відбиваються на обох боках обличчя, негативні емоції - чіткіше на лівому боці. Найбільш експресивними є губи людини, її брови, рухи м'язів у нижній частині обличчя.

Емоційні переживання людини можна визначити з її пантоміміки: жестів, пози, рухів. Жести, міміка, інтонація допомагають людині, яка

говорить, зосередити увагу співрозмовника, виразити своє емоційне ставлення до інформації, яку вона передає. Набір жестів, котрі застосовує людина у спілкування, дуже різноманітний. Загальні з них такі:

- комунікативні жести - замінюють мовлення у спілкуванні й можуть уживатися самостійно: привітання та прощання; погрози, привертання уваги, запрошення, заборони; стверджувальні, питальні, заперечувальні, подячні; брутальні й дратівні;
- підкреслюючі жести - супроводжують мовлення людини й посилюють мовний контекст;
- модальні жести - виразні рухи, що означають оцінку, ставлення до ситуації. До них належать жести невпевненості, страждання, роздумів, зосередженості, розпачу, відрази, здивування, незадоволення тощо.

Аналіз засобів невербальної комунікації дає змогу виявити такий аспект комунікаційного процесу, як наміри його учасників. Вони справляють суттєвий вплив на характер міжособистісних стосунків.

Говорячи в загальному про невербальну комунікацію можна сказати, що вона посідає дуже важливе місце в нашому спілкуванні, адже 38% інформації сприймається тим, як говоряться слова, які несуть цю інформацію, а 55% - самим виразом обличчя.

4.4. Віртуальне спілкування

Наприкінці ХХ ст. завдяки розвитку комп'ютерних технологій з'явився ще один засіб спілкування — так зване **віртуальне спілкування**. Це спілкування з віртуальним співрозмовником у віртуальному просторі за допомогою електронних засобів.

Завдяки комп'ютеру людина освоює новітні електронні засоби інформації та навчилася діяти в умовах відкритої комунікації. Глобального розмаху набуває проникнення інформаційних технологій у повсякденний побут людей. Сьогодні можна мати доступ до мільйонів документів,

натиснувши кілька разів на кнопку "миші". У 2005 р. прогнозується зростання кількості користувачів Інтернетом до 1,2 млрд. Інтернет дав змогу людині значно розширити межі свого спілкування. За дослідженнями спеціалістів

91 % користувачів використовують Інтернет саме для спілкування. Слід зазначити, що Інтернет сприяє розвитку особистості і включення її у процес спілкування навіть тоді, коли в реальному житті людина може мати певні бар'єри для спілкування.

Електронна пошта перетворила віртуальне спілкування на силу, яку не можна не враховувати. Вже через 30 днів після відкриття, без будь-якої реклами та публікацій у пресі, Amazon.com продавав книжки у всіх штатах Америки та 45 інших країнах світу. Для цього керівник фірми Джефф Безос лише надіслав електронні листи своїм 300 друзям і попросив їх розповісти про новий сайт своїм знайомим. Тільки за останніх два роки відсоток користувачів Інтернету в Україні виріс більше ніж у півтора рази. Нині всесвітньою павутиною в країні користується 3,2 млн або 8 % населення.

Багато організацій в Інтернеті надають можливість доступу до інтерактивних сервісів, які підтримують "живу" бесіду між мешканцями різних міст, країн або спільнот. Створено програми, які підтримують "живе" спілкування в режимі реального часу. Наприклад, у телеконференції за допомогою електронних засобів спілкування беруть участь великі групи користувачів. Існують і локальні телеконференції, які присвячуються конкретним подіям або чітко визначеній темі. У конференції спілкування відбувається навколо певної теми, тоді як чат, як правило, визначеної теми не має. Спілкування у деяких програмах можна вважати аналогом телефонної розмови. При цьому дві особи, які спілкуються, мають доступ до одного серверу і знаходяться у системі в той самий час. Кожен із співрозмовників має змогу відразу ж бачити все, що набирає на клавіатурі свого комп'ютера його партнер. І хоча вони не бачать і не можуть уявити один одного, але

передають свої думки, емоції, обмінюються інформацією й одночасно реагують на неї.

Спілкування в Інтернеті має певні особливості, а саме:

1) спілкування, опосередковане комп'ютером, відбувається анонімно. Коли хто-небудь надсилає повідомлення в Інтернет, його можуть читати всі і відповідати на нього. Можна приєднатися до чужої розмови, а можна розпочати свою;

2) втрачають своє значення невербальні засоби спілкування. Фізична відсутність учасників взаємодії призводить до того, що справжні почуття можуть приховуватися або подаються зовсім не ті, які людина у цей момент відчуває. Тому в Інтернеті легше вести серйозну розмову; можна спілкуватися з тією людиною, яка б при зустрічі могла не сподобатися, скажімо, через зовнішність; люди рідше ображаються. Можна говорити з людьми незалежно від їх віку, статі, статусу тощо. Тобто в Інтернеті внаслідок фізичної відсутності партнерів по комунікації зникає ціла низка бар'єрів, які заважають взаємодії;

3) спілкуючись в Інтернеті, можна створювати будь-який образ, виглядати ким завгодно, бо немає обмежень, характерних для матеріального світу. Користувачі кажуть: "В Інтернеті ніхто не знає, що ви — собака". Анонімність розширює можливості для самопрезентації людини, дає змогу створювати іншим яке завгодно уявлення про себе. У цьому контексті навіть можна говорити про "віртуальну особистість". Вона наділяється іменем, часто псевдонімом, а її реальне "Я" дуже відрізняється від створеної віртуального образу. Крім того, взаємодія тут має свої особливості, а саме: попередню невизначеність; унікальність для кожного роду взаємодії; а також існування тільки протягом самої взаємодії.

Психологічні дослідження особливостей віртуального спілкування в Інтернеті ведуться порівняно недавно, в основному зарубіжними, зокрема російськими спеціалістами. Вони виділяють такі основні *функції*

віртуального спілкування: обмін інформацією; взаємодія з метою вирішення будь-яких проблем; розвиток особистості, підвищення освітнього рівня, навчання.

Звичайно, для того щоб мати швидкий доступ до інформації у будь-якій частині земної кулі, можливість одночасної роботи в системі багатьох користувачів необхідно дотримуватися відповідної культури спілкування у всесвітній мережі. Вона передбачає такі компоненти: культуру подання інформації; культуру сприймання та користування інформацією; культуру використання нових інформаційних технологій тощо. Для співтовариства, яке виникає завдяки Інтернету, сама мережа є інструментом спілкування. І ефективність цього спілкування, його вплив на людину залежать від дотримання всіма учасниками етичних та психологічних вимог до спілкування.

Користувачі Інтернету іноді стикаються з певною суперечністю. Інтернет — це середовище, в якому декларується абсолютна свобода, повна демократія, тут кожний має право голосу і доступу до інформації. А якщо це так, то деякі вважають за можливе робити в Інтернеті все, що завгодно, тим паче, що ці дії можуть бути анонімними. Анонімний характер спілкування у віртуальному середовищі певним чином нівелює систему традицій, правил, цінностей, що склалися історично і характеризують належність особистості до будь-якої співдружності, як-то: нація, клас або релігійна конфесія. Тут не можна жестикулювати, змінювати тон. Тільки слова бачать на екрані співрозмовники. Коли ведеться розмова електронною поштою або в конференції, можна дуже легко помилитися в тлумаченні слів співрозмовника. На жаль, під час розмови у віртуальному просторі іноді забувається про те, що адресат теж людина зі своїми почуттями і звичками. І ще одне, інформація, яка передається у віртуальний простір, фіксується і може зберегтися, а потім повернутися і зашкодити тому, хто її надіслав, і вплинути на цей процес можливості вже не буде.

Віртуальне спілкування має свою віртуальну структуру, свої правила і навіть свої традиції. Тут спілкування відбувається у режимі реального часу, як у разі "живої розмови", але за допомогою клавіатури. Але те, про що говорять двоє людей, можуть бачити і читати десятки інших. На жаль, підключившись до якогось каналу, можна прочитати будь-яку дурницю, хуліганські вислови тощо. Водночас людина, яка поважає себе та інших, і в тому середовищі, де ніхто її не бачить, спілкуючись з іншими, спиратиметься на етичні цінності, норми та принципи. Для того щоб спілкування у віртуальному просторі не принижувало людину, а, навпаки, сприяло її особистісному зростанню необхідно дотримуватися загальноприйнятих етичних вимог, правил мережевого етикету. З появою Інтернету в наше життя навіть увійшло таке поняття, як *нетикет* (*netiquette* — від англ. *net* — мережа та франц. *etiquette* — етикет). Сформовано такі правила мережевого етикету.

1) *пам'ятайте, що Ви розмовляєте з людиною.* Не робіть іншим те, чого не хочете отримати від них самі. Поставте себе на місце людини, з якою розмовляєте. Відстоюйте свої погляди, але не ображайте тих, хто навколо Вас. Не забувайте про головний принцип мережевого етикету: повсюдно в мережі знаходяться реальні люди. Будьте терплячі й чемні. Не вживайте ненормативну лексику, не йдіть на конфлікт заради самого конфлікту;

2) *дотримуйтесь тих самих стандартів поведінки, що й у реальному житті.* Люди інколи забувають про те, що "за екраном" знаходиться жива людина, і вважають, що в мережі правила поведінки не такі самі, як у звичайному житті. Не вірте тому, хто каже: "Вся етика спілкування тут полягає в тому, що Ви самі для себе встановите". Якщо Ви стикаєтесь з проблемою етичного характеру в кіберпросторі, — уявіть, що Ви в реальному житті;

пам'ятайте, що Ви перебуваєте у віртуальному просторі. Якщо Ви вирішили втрутитися в якусь дискусію, то можете зашкодити іншим.

Опинившись у новій ділянці віртуального простору, спочатку озирніться. Витратьте час на вивчення обстановки, "послухайте", як і про що говорять люди. Тільки після цього приєднуйтеся до розмови; 4) *поважайте час і можливості інших*. Коли Ви відправляєте електронну пошту або повідомлення до конференції, то фактично претендуєте на чужий час. І тоді Ви відповідаєте за те, щоб адресат не витратив цей час даремно. Слід також пам'ятати про пропускну спроможність каналу, через який відбувається зв'язок. Раніше, ніж Ви відправите людині свій лист, поміркуйте, чи він справді потрібен їй. Якщо ж Ви вагаєтесь, поміркуйте двічі, перш ніж відправити повідомлення;

Б) зберігайте особистість. У мережі (наприклад, у конференціях) Ви можете зустрітися з тими, кого ніколи б не зустріли в реальному житті, і ніхто не засудить Вас за колір шкіри, очі, волосся, за вашу вагу, вік або манеру одягатися. Однак Вас будуть оцінювати з точки зору того, як Ви пишете. Таким чином, правила граматики відіграють важливу роль. Крім того, переконайтеся, що Ваші послання зрозумілі й логічно витримані;

б) допомагайте іншим там, де Ви це можете зробити. Задавайте запитання, спілкуючись у віртуальному просторі. Чому це ефективно? Тому що Ваші запитання читатимуть багато людей, які, може, знають на них відповідь. І навіть якщо кваліфіковано дадуть відповідь тільки декілька чоловік, загальний обсяг знань у мережі збільшиться. Обмін досвідом в Інтер-неті — захоплююче заняття;

7) не втручайтеся в конфлікти й не припускайте їх. Мережевий етикет проти злісних послань, якими іноді обмінюються окремі учасники дискусії;

8) не зловживайте своїми можливостями. Деякі люди у віртуальному просторі почувають себе професіоналами. Маючи більш повні і глибокі знання або повноваження, вони автоматично одержують перевагу. Однак це зовсім не означає, що такою перевагою можна користуватися;

навчіться вибачати іншим їхні помилки. Коли хтось припускається помилки — будь це помилка в слові, безглузде запитання або невинувато довга відповідь, — будьте до нього поблажливі. Якщо у Вас гарні манери, це ще не означає, що Ви маєте право нав'язувати їх усім іншим. Якщо ж Ви вирішили звернути увагу користувача на припущену помилку, зробіть це коректно й краще в приватному листі;

10) *поважайте право на приватне листування, не читайте чужі листи.*

Ділові люди розглядають Інтернет як потужний засіб вирішення ділових проблем, ефективний інструмент ведення бізнесу. І якщо організація платить за підключення до Інтер-нету, то його не використовуватимуть для читання анекдотів, ігор тощо, тут здійснюється політика користування Всесвітньою мережею, яка спирається на етичні принципи. Вихід в Інтернет надається працівникам для: підтримання і розвитку бізнесу; комунікації з клієнтами і партнерами по бізнесу; аналітичних досліджень; збирання необхідної інформації для вирішення виробничих питань; підвищення кваліфікації.

Характеризуючи спілкування в Інтернеті, психологи, зокрема російські [278], зазначають, що тут відбувається не стільки групове спілкування, скільки велика кількість актів спілкування один на один. Причому кожна людина відіграє для партнера одну із своїх ролей. І не можна побачити справжнє ставлення цих людей один до одного, зробити висновки про них за межами цієї їхньої комунікації. Але водночас ці люди, спілкуючись анонімно, впливають один на одного. І цей вплив може бути значним — як позитивним, так і негативним. Психологи зазначають, що відвідування чатів упродовж тривалого часу нерідко приводить до того, що партнери по спілкуванню сприймаються вже як друзі, тобто відбувається нівелювання межі між віртуальним та реальним спілкуванням [158]. Відзначається, що більшість відвідувачів чатів включено у постійну діяльність за рахунок

наявності емоційних зв'язків з іншими відвідувачами, потреби у взаємодії, усвідомлення створеної своєї ролі та статусу в чаті, а також тенденції до продовження взаємодії в майбутньому. Крім величезного, безумовно позитивного, ефекту спілкування в Інтернеті, спеціалісти виділяють і такі тривожні тенденції:

- надмірне захоплення "віртуальним простором" призводить до відриву від реального життя та зменшення життєвого досвіду;
- молоді люди мають практично безконтрольний доступ до величезної кількості матеріалів, що мають антигромадський, антигуманний і порнографічний характер;
- деякі люди, що не мають стійкої волі, стають Інтернет-залежними. Внаслідок цього формується новий тип особистості з техногенним мисленням, який спілкування з людьми замінює спілкуванням з комп'ютером.

Саме тому Інтернет іноді порівнюють з морем, в якому можна втопитися, тобто захопитися тим, що тобі запропонували. Тільки сильна особистість, спілкуючись у Всесвітній павутині, користуючись потрібною інформацією, зростає в особистісному плані.

У 4.5. Опосередковане спілкування

Найчастіше люди спілкуються один з одним безпосередньо. При цьому вони використовують мову і мовлення або жести і міміку, а останнім часом комп'ютерні технології. Проте люди для передачі думок, уявлень, переживань можуть використовувати листи, малюнки, книжки або якісь інші предмети. При цьому не мають значення відстань або час. Таке спілкування називають непрямим, або опосередкованим. Відомо, що Петро Ілліч Чайковський спілкувався багато років з однією з прихильниць свого таланту, з якою не був особисто знайомий, за допомогою листів. Ми читаємо книжки, іноді написані кілька століть тому та уявляємо собі той світ, який оточував

автора, відчуваємо його життя, радіємо разом з ним або співчуваємо йому, хоча жодного слова між нами безпосередньо не було сказано.

Однією з найважливіших форм опосередкованого ділового спілкування є *листування*. Майже все те, що є предметом усного спілкування з іншою людиною, можна викласти на папері. Проте при цьому слід пам'ятати, що в усній формі невдало висловлене слово може бути не дуже помітним, а у письмовій — воно акцентуватиме на собі увагу й може викликати образ. Вимоги до складання ділових листів викладено в підручниках з ділової української мови.

Люди з давніх часів використовували як опосередкований засіб спілкування *малюнки*. Із сивої давнини до нас дійшли, наприклад, піктограми, за допомогою яких передавали інформацію наші пращури. Ми з подивом розглядаємо малюнки, викарбувані у печерах або на скелях, і завдяки ним розуміємо, як жили ті люди, що їх турбувало. Художник передає свій стан та ставлення до чогось, малюючи образи, а інша людина, роздивляючись, розуміє його. Відомий датський художник Херлуф Бідstrup взагалі вважав, що "малюнком можна висловити думку гостріше, ніж словом". Йому вдавалося за допомогою 8-12 малюнків передати цілу історію з життя людини, на розповідь якої було б витрачено багато часу. До того ж мова малюнка не має національності і тому всім зрозуміла. Взагалі спеціалісти зазначають, що мистецтво тісно пов'язане із спілкуванням між людьми.

Люди можуть спілкуватися, перебуваючи на відстані і використовуючи якісь *предмети*. Такі предмети є алегоричним повідомленням іншим людям про себе. Відомо, що в давні часи, наприклад, інформація передавалася від однієї людини до іншої на певні відстані за допомогою вузликів, паличок та інших символічних речей. У наші часи моряки, наприклад, використовують семафорні прапорці, автоінспекція — жезл. Дуже красномовними можуть бути окуляри, парфуми, прикраси, одяг людини, те, як вона тримає сигарету.

Статус людини підкреслюють ручка, якою вона пише, органайзер, годинник, кейс, мобільний телефон тощо. Ці символи психологи найчастіше відносять до невербального спілкування. Проте їх мова відрізняється від мови людського тіла, і, мабуть, їх можна розглядати як самостійний засіб спілкування.

Використовуються різні символи для спілкування і в ділових колах. Підлеглі, наприклад, добре знають, що означає, коли їхній начальник накладає однакову за змістом резолюцію "Розглянути" на ділових паперах різними олівцями: то синім, то червоним. Для них це сигнал: синій колір — треба дати позитивну відповідь, червоний — негативну. Або такий приклад: дві сторони укладають договір на продаж якогось товару чи на співробітництво. Спочатку проект договору кладуть у центрі стола між клієнтом та менеджером — це означає, що обидві сторони спокійно ставляться до майбутнього проекту. Якщо клієнт присуває проект до себе, то цим він несвідомо подає сигнал, що готовий розглянути якесь питання докладніше. Якщо він раптово відсовує проект на територію менеджера і при цьому нічого не говорить, то цим демонструє свою незгоду.

У кабінеті будь-якого начальника є стіл. Чим вищий статус господаря кабінету, тим більший стіл. Відвідувачеві місце пропонується навпроти господаря і трохи збоку (до речі, часто для відвідувача ставлять не дуже зручне крісло). Цим підкреслюється, що відвідувач — прохач. Господарю кабінету у такій позиції легше сказати "ні". Коли він хоче сказати "так", то несвідомо встане з-за столу і підійде ближче до відвідувача. Коли господар хоче підкреслити рівність статусу з відвідувачем, то він разом з ним сідає до іншого, часто журнального, столика.

- Про ставлення учасників до переговорів, наприклад, свідчить те, як вони розміщуються за столом: якщо вони сідають за одним боком столу — то це свідчення ділової взаємодії. Це вдала стратегічна позиція для обговорення і вироблення спільних рішень;

- якщо вони сідають поруч, але за різними гранями столу, то це свідчить, що у них є деякі розбіжності, але незначні. Куток столу слугує частковим бар'єром;

- якщо вони сідають навпроти один одного, то займають конкуруючо-захисні позиції. Кожна сторона у такому разі дотримується своєї позиції. Таку саму позицію займають люди із різним статусом (начальник і підлеглий);

- якщо учасники займають місця за столом не тільки навпроти один одного, а ще й по діагоналі, то це свідчить, що вони домовлятися та взаємодіяти не збираються.

Квадратний стіл сприяє створенню відносин суперництва і формуванню бажання дискутувати, круглий — створює атмосферу неофіційності і невимушеності, і тому його найкраще використовувати, коли треба досягти згоди. Якщо нарада проводиться за столом, що має округлу форму, то цим начебто знімаються статусні відмінності, і присутнім легше вести вільний обмін думками. Недарма є навіть форма спілкування, яка називається "бесіда за круглим столом". Але і тут, тим, хто сидить поруч із ведучим обговорення, надається більше поваги і влади, ніж іншим присутнім. При цьому той, хто сидить праворуч, має більше влади, ніж той, хто сидить ліворуч від ведучого обговорення.

Для того щоб мати успішну професійну діяльність, менеджеру необхідно навчитися читати різні сигнали, що надходять від іншої людини, — у вербальній чи невербальній формі, у віртуальному просторі чи за допомогою якихось предметів. Розуміючи природу таких сигналів, можна довідатися про клієнта, партнера, співробітника або про будь-яку іншу людину, яку бачимо вперше, ще до того, як вона почне розмовляти.

У "Листах до сина" лорд Честерфіл д писав: "Вміння читати набувається прочитуванням книжок, але набагато більш необхідне вміння — пізнання світу — можна набути, тільки навчившись читати людину". Перше

прочитування людини, як правило, відбувається на несвідомому рівні, завдяки цьому формується наша установка на цю людину, а її змінити потім важко. Тому менеджеру, який хоче діяти успішно, готуючись до першої зустрічі, слід до дрібниць продумувати і свій зовнішній вигляд, і перші фрази, і жести та міміку, і розміщення у просторі. На перебіг спілкування можуть позитивно чи негативно вплинути і квіти на столі, і колір та розмір шрифту візитки, і спідничка секретарки і багато іншого. До всього цього менеджеру не слід ставитися як до дрібниць.

РОЗДАТКОВИЙ МАТЕРІАЛ ДО ЛЕКЦІЇ:

Найбільш узагальнено можна дати таке визначення:

спілкування – це складний багатоплановий процес встановлення та розвитку контактів між людьми, який породжують потреби спільної діяльності та який включає в себе обмін інформацією, вироблення єдиної стратегії взаємодії, сприйняття і розуміння іншої людини.

В англійській мові немає слова "спілкування", є лише слово

"communication", яке розуміється набагато ширше, ніж "комунікація" в нашій літературі. Оксфордський словник англійської мови (The Oxford Russian Dictionary. New York, 1997) подає "communication" як "спілкування, "зв'язок", "повідомлення", "комунікація". У нас теж зараз широко вживаються слова "комунікації", "комунікаційний" та ін., але вони сприймаються більш як технічна сторона взаємодії. Слово "спілкування" має більш людський характер.

Тому, мабуть, Антуан де Сент-Екзюпері писав, що "найбільша розкіш на Землі – це розкіш людського спілкування"

* Спілкування – складний, поліфункціональний, багатогранний процес.

Дослідники виділяють три взаємопов'язаних сторони спілкування:

- комунікативна – обмін інформацією між індивідами та її уточнення, розвиток;
- інтерактивна – організація взаємодії суб'єктів, які спілкуються, тобто обмін не тільки знаннями, думками, ідеями, а й діями, зокрема при побудові спільної стратегії взаємодії;
- перцептивна – процес взаємного сприймання й розуміння співрозмовників, пізнання ними одне одного.

У деяких дослідженнях структура спілкування розглядається на основі трьох рівнів аналізу – макрорівні, мезорівні та мікрорівні.

На **макрорівні** спілкування індивіда з людьми аналізується в інтервалах, рівних тривалості його життя.

На **мезорівні** вивчаються окремі форми спілкування:

- бесіда,
- гра,
- колективне обговорення та ін.

На **мікрорівні** одиницями аналізу виступають взаємопов'язані дії суб'єктів спілкування:

- “запитання – відповіді”,
- “повідомлення інформації – ставлення до неї”,
- “спонукання до дії – дія” та ін.

* **Функції спілкування дуже різноманітні.**

Зокрема, психологи виділяють **такі функції спілкування:**

- *інформаційно-комунікативна* – передбачає передавання та приймання не лише готової інформації, а й такої, що формується, розвивається, а також передавання та приймання значень сказаного;

- *регулятивно-комунікативна* – коли спілкування регулює поведінку людей та

їхню спільну діяльність, а також способи впливу один на одного: переконання, навіювання, наслідування та ін.

- *афективно-комунікативна* – йдеться про те, що розмаїття людських емоцій виникає й виявляється саме під час спілкування.

Якщо спілкування розглядається як діяльність, то виокремлюють такі його функції:

- організація спільної діяльності;
- пізнання людьми один одного;
- формування та розвиток міжособистісних взаємин.

*** Усі функції спілкування спостерігаються в житті й проявляються, як правило, в єдності, доповнюючи одна одну.**

Існує кілька класифікацій **видів спілкування**.

Відповідно до цілей та засобів спілкування поділяють на:

- *матеріальне* (коли люди спілкуються за допомогою якихось предметів) та *ідеальне* (коли відбувається обмін між людьми ідеями, уявленнями, переживаннями);
- *безпосереднє* та *опосередковане*;
- *вербальне* та *невербальне*.

Найуживанішими є **види спілкування**, які можна описати таким чином:

- *залежно від специфіки суб'єктів* (особистість чи група) виокремлюють:

- міжособистісне,
 - міжгрупове,
 - міжсоціумне спілкування,
 - спілкування між особистістю та групою;
- *за кількісними характеристиками суб'єктів* – розрізняють:
 - самоспілкування,
 - міжособистісне спілкування,
 - масові комунікації;
 - *за характером* – спілкування може бути:
 - опосередковане та безпосереднє,
 - діалогічне та монологічне (пряме спілкування відбувається безпосередньо між людьми, опосередковане – це спілкування через листи, книги, твори мистецтва, кінофільми, наукову діяльність тощо);
 - *за цільовою спрямованістю* розрізняють спілкування:
 - анонімне,
 - рольове,
 - неформальне, у тому числі інтимно-сімейне,
 - ділове.

У соціальній психології виокремлюють комунікацію вербальну (словесну) та невербальну.

- Засобом вербальної комунікації є мова,
- Засобами невербальної комунікації є:

- а) оптико-кінетичні системи знаків (жести, міміка, пантоміміка),
- б) пара- та екстралінгвістична система (інтонація, паузи тощо),
- в) система організації простору та часу комунікації,
- г) система “контакту очима”.

Щодо використання засобів у процесі спілкування дослідники розрізняють:

- вербальне спілкування,
- віртуальне спілкування,
- опосередковане спілкування.

Вербальне або мовленнєве спілкування – це засіб, пов'язаний з використанням мови. Іншими словами, мовленнєве спілкування – це комунікативний акт. За допомогою мовлення передаються інформація, думки, почуття.

Віртуальне спілкування – це спілкування з віртуальним співрозмовником у віртуальному просторі за допомогою електронних засобів.

Непряме, або опосередковане, спілкування – це процес, при якому люди для передачі думок, уявлень, переживань можуть використовувати листи, малюнки, книжки або якісь інші предмети. При цьому не мають значення відстань або час.

Тема 3. Українська термінологія в професійному спілкуванні

План

- 1) З історії української термінології.
- 2) Термін та його ознаки.
- 3) Термінологія як система.

- 4) Загальнонаукова, міжгалузева і вузькоспеціальна термінологія.
- 5) Термінологія обраного фаху.
- 6) Способи творення термінів певного фаху.
- 7) Терміни власне українські та запозичені.

НТШ У РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ ТЕРМІНОЛОГІЧНОЇ НАУКИ

Особливе місце у процесі вироблення національної термінології посідає діяльність Наукового товариства ім. Т. Шевченка, яке існувало у Львові з 1873 по 1939 р.

Та невелика кількість термінологічних матеріалів, надрукованих в Україні до початку діяльності НТШ, фактично була підготовчим етапом у становленні української термінологічної школи. І те, що матеріали НТШ упродовж десятиліть знаходились в Україні під грифом спеціальної, не бажаної або й категорично забороненої літератури, відкинуло українську національну науку на периферію, а українські терміносистеми позбавило внутрішніх імпульсів саморозвитку.

Наукове товариство ім. Т. Шевченка своєю появою завдячує спільним зусиллям східноукраїнських і західноукраїнських наукових та культурних діячів. Коли у царській Росії після прийняття Валуєвського циркуляру для розвитку українського слова склалися вкрай несприятливі умови, то в Галичині після введення в дію австрійської конституції 1861 р. розпочалося інтенсивне створення різноманітних культурних і освітніх товариств, які сприяли розвитку української науки і розбудові української наукової мови. Діячі української культури з Наддніпрянщини Олександр Кониський, Дмитро Пильчиков, Володимир Антонович, Михайло Жученко, Єлизавета Милорадович спільно з представниками західноукраїнської інтелігенції Степаном Качалок, Теофілом Барановським, Корнилом Сушкевичем, Омеляном та Олександром Огоновськими, Юліаном Романчуком та іншими у грудні 1873 р. закупили у Львові Друкарню і заснували Товариство ім. Т.

Шевченка. Його **метою** була популяризація українського літературного слова, передусім художнього. На перших порах організація не мала коштів для розгортання широкої діяльності, і лише 1885 р., коли почав виходити літературно-мистецький журнал «Зоря», фінансові справи Товариства налагодились. (У «Зорі» друкували твори письменники з Наддніпрянської України, Галичини, Буковини).

З часом навколо Товариства гуртуються не тільки літературні, а й наукові сили, виникає потреба публікувати історичні, філософські, філологічні, природознавчі матеріали.

У 1892 р. Товариство було реформоване в наукову інституцію. Потреба реформи мотивована тим, що необхідно зробити Товариство підґрунтям, на якому «могла б згодом стати українська академія наук, подібно як краківське Towarzystwo Naukowe було згодом переіменоване на академію, пізніше те саме сталося із сербським «Ученим дружеством» в Білграді».

Таким чином було започатковано перший український науковий центр нового зразка. Однак через історичні обставини це відбулося майже на 200 років пізніше, ніж створення Royal Society і на 150 літ пізніше, ніж заснування (російської академії наук.

Відповідно до розширення завдань Товариства у 1892 р. прийнято новий Статут, який констатував, що метою організації є не просто популяризація української словесності, а «розвиток і розроблення науки українською мовою». Із закликом перетворити Товариство у наукову інституцію і конкретними пропозиціями щодо цього виступив І. Франко.

Після реформи у Товаристві починає працювати три секції: історико-філософська, філологічна і математично-природописно-лікарська.

Тоді ж засновано видання «Записки Наукового Товариства ім. Шевченка» для публікації тільки наукових статей. Згодом НТШ настільки розрослося, що «кожна секція починає видавати свій збірник, а окремі комісії спромоглися на видання своїх журналів».

Втілюючи в життя задум своїх засновників, НТШ поступово перетворилося в українську академію наук. Почесними і дійсними членами НТШ були О. Шахматов, А. Ейнштейн, М. Планк, І. Бодуен де Куртене, Р. Кайндль, В.Бехтерев, М. Фасмер, А. Єнсен та інші видатні вчені світу.

З середини-20-х років ХХ ст. НТШ активно співпрацює з Українською академією наук.

Хоч НТШ було українською академією наук *de facto*, воно так і не стало нею *de jure*. Як голова НТШ, М. Грушевський домагався від австрійського уряду закріплення за Товариством статусу академії. Це дало б організації не тільки матеріальні вигоди, а й вище підняло б її авторитет у науковому світі. Якраз тоді починає організовуватися міжнародний «союз академій», і М. Грушевський прагне, щоб українці були у ньому повноправними членами. Діяльність Товариства на батьківщині припиняється з 1939 р., після чого воно впродовж 50 років існувало за кордоном — у Парижі, Сідней, Нью-Йорку, Торонто. У 1988 р. НТШ повернулося на батьківщину до Львова.

Мета Товариства ім. Т. Шевченка — творити науку українською мовою. Його першочерговою проблемою було формування національної наукової термінології. Якщо для гуманітарних наук спеціальна термінологія на кінець ХІХ ст. була переважно вироблена і її постійно вдосконалювали працівники НТШ (серед них передусім І. Франко та М. Грушевський), то «природописні дисципліни відчували в ній гостру потребу». Дискусії про принципи розвитку термінології точних наук українською мовою велися здебільшого фахівцями природничих наук.

І. Пулюй, який паралельно перекладав українською мовою «Біблію» (разом із П. Кулішем) і писав праці з фізики та геометрії, також сприяв засвоєнню іншомовної термінологічної лексики. Почавши наукову діяльність у товаристві «Січ» (засноване у 1868 р.) з перекладу українською мовою геометрії для гімназій, І. Пулюй як автор чотирьох україномовних та 50-ти німецькомовних наукових праць зробив значний внесок у розбудову української фізичної, геометричної та електротехнічної термінології.

Принципи підходу до вироблення технічної термінології розглядалися на сторінках «Технічних вістей», які виходили у Львові. Вони зводилися до положень, викладених у працях І. Кандяка: «Належало би передовсім вибрати готовий вже термінологічний матеріал, розкинений по словарях української мови, технічних творах та статтях в журналах та етнографічних збірниках. Відтак зібрати серед народу термінологічні назви, головню по промислових центрах (Донбас та ін.). Так, зібраний матеріал належало б передискувати на засіданнях відповідних комісій та видати як матеріал термінологічний.

...

З утворенням Всеукраїнської Академії Наук у працях провідних учених НТШ і в ухвалах організації чільне місце посідає прагнення до спільного розв'язання суперечливих питань. Так, у резолюціях VI з'їзду українських природників, популяризаторів і публіцистів, зазначалося, «щоби придержувалися термінології, прийнятої математично-природописно-лікарською секцією НТШ в порозумінню з Всеукраїнською Академією Наук у Києві».

Робота НТШ над розбудовою терміносистем і вироблення принципів термінотворення ускладнювалася екстралінгвальними факторами, пов'язаними з бездержавністю української нації, а звідси й функціональним статусом її мови. «Записки НТШ» за 1899 р. фіксують такий факт:

Товариство одержало запрошення на Київський археологічний з'їзд. Від імені Товариства було послано запит про можливість читання доповідей українською мовою, оскільки в програмі з'їзду вказувалося, що робочими мовами є російська, французька а також західнослов'янські. Московський комітет (Київський це питання не міг розв'язати) надіслав відповідь: «По запросу Львовського ученого общества имени Шевченка постановлено: признавая, *то* украинско-русский (малорусский) язык не может разниться от общерусского языка.,, не вычлняют его как особый язык-ь...»⁷³ На спеціальному засіданні Товариство постановило не брати участі в з'їзді, «наколи справа українсько-руської мови не буде корисно полагоджена»⁷⁴.

Короткочасний розквіт української науки в УРСР учені НТШ зустріли захоплено. Коли почалося «підрежимне» існування ВУАН з усіма його трагічними наслідками, об'єднані навколо НТШ українські вчені послідовно висловлювали свій аргументований протест. Наукові пошуки, термінологічна практика, громадська діяльність на захист українського слова в їхньому поєднанні — це те, що було особливою прикметою діяльності НТШ у Львові.

Підхід до творення термінів був у діячів НТШ, як бачимо, різний; принцип відбору народних слів, творення нових, запозичення готових дериватів в різних мов, поєднання різних, нерідко крайніх засад. Йшлося і про прозорість внутрішньої форми та словотворчі можливості терміна.

Концептуальні засади термінотворення і терміновживання, закладені в працях учених НТШ, заслуговують на те, щоб їх переглянути з позиції сучасної термінологічної науки і використати у практиці розбудови терміносистем української мови.

У термінознавстві розрізняють такі поняття, як «термінологія» та «терміносистема». Під поняттям «термінологія» розуміють усю сукупність термінів, що склалася стихійно у певній галузі наукового знання.

Термінології мають тривалий шлях свого формування. Цей шлях починається разом з формуванням певної галузі знання або діяльності. Спочатку це — неповна термінологія. Іноді термінологія залишається на цьому етапі. Наприклад, сьогодні залишається неповною термінологія назв космічних тіл та їх систем, тому що науці до кінця не відома фізична сутність зірок різних типів, галактик, газових туманностей тощо. Типовим для періоду формування термінології певної галузі є запозичення термінів або цілої термінології, наприклад, термін «шов» зі швацької діяльності був запозичений у виробничу діяльність — «зварний шов». Мовна комісія Спілки німецьких пілотів, яку було засновано у 1907 р., рекомендувала створювати терміни авіації на базі термінів мореплавання, наприклад, «екіпаж», «на борті», «пілот» тощо.

Коли закінчується складання термінології, це означає, що у певній галузі знання або діяльності настав період стабілізації, тобто нагромаджено достатню кількість фактів.

Далі йде етап розвитку термінології на власній основі. Він має такі напрямки:

1) поглиблення наукового знання, тобто термін стає родовим поняттям, а біля нього з'являється кілька видових понять і відповідних термінів. Наприклад, термін «опромінювання» став позначати родове поняття, коли було відкрито різні типи опромінювання: *короткочасне, глибоке, зовнішнє, внутрішнє, тривале* тощо;

2) виникнення нових об'єктів техніки, виробництва внаслідок науково-технічного прогресу. Наприклад, з виникненням вантажного автомобіля первісний термін «автомобіль» став родовим, а коло нього з'явилися два видові терміни: «легковий автомобіль» і «вантажний автомобіль». Після винаходу різних засобів залізничної тяги термін «локомотив» (самохідна машина для пересування вагонів по залізничних рейках) став родовим, а терміни «паровоз», «тепловоз», «електровоз» — видовими;

3) виникнення у певній галузі знання нових підгалузей знань. Це може вплинути на саму термінологію. Так, розвиток космічних досліджень і створення нових апаратів для них взагалі перебудували авіаційну термінологію.

Поняття «терміносистема»

Джерелами терміносистем є термінології. Але, на відміну від термінології, терміносистема формується не разом з формуванням певної науки, а відповідно до етапів формування теорії або теорій цієї науки. Проте в основі терміносистеми не обов'язково має бути наукова теорія. Іноді достатньо, щоб була лише концепція або узагальнені ідеї. Терміносистема — це система термінів у певній галузі/підгалузі наукового або технічного знання, що обслуговує наукову теорію або наукову концепцію.

Розрізняють три етапи формування й функціонування терміносистеми.

Перший етап — це перехід від етапу відсутності теорії до стану її формування, тобто перехід від неупорядкованої сукупності термінів до терміносистеми, наприклад, класифікація тварин і рослин шведського природознавця К. Ліннея.

Другий етап — це зростання обсягу знань в межах прийнятої теорії, наприклад, збагачення терміносистем технічних наук, коли з'являються нові машини, прилади.

Третій етап — це зміна теорії і, як наслідок, зміна терміносистеми. Спочатку нову теорію описують термінами попередньої теорії, потім впроваджуються нові терміни, що відображають нові поняття. Таким чином формують систему понять нової теорії, і кожне місце в цій новій системі посідає певний новий термін, а у сукупності з'являється нова терміносистема. Частина термінів попередньої терміносистеми залишають. Але вони вже пов'язані з новими поняттями, а решту термінів більше не вживають.

Отже, можна зробити такий висновок: без теорії немає терміносистеми, без терміносистеми немає теорії.

Терміносистема формується на певному етапі розвитку певної галузі наукового знання, коли вже створено наукову теорію, позначено об'єкти та зв'язки між ними. Є кілька типових ознак терміносистеми:

1. *Цілісність* терміносистеми. Наприклад, назви дванадцяти місяців року у сукупності складають цілісну систему.

2. *Відповідність суми частин цілому*. Якщо ми маємо справу з терміносистемою, що описує конструкцію машин, то терміни — назви вузлів і деталей — у своїй сукупності мають дати повний опис машини.

3. *Певна сталість терміносистеми*. Вона відбиває систему поглядів у певній сфері наукового знання на певному етапі, який має визначену тривалість.

4. *Структурований характер терміносистеми*. Структура терміносистеми може бути однорівневою лінійною (назви днів тижня, місяців року) та ієрархічною, тобто з під системами, що відбивають родові відношення, відношення цілого та його частин, зв'язки причини й наслідку, відношення об'єктів та їхніх ознак тощо.

Термін - слово або словосполучення, що виражає чітко окреслене поняття певної галузі науки, культури, техніки, мистецтва, суспільно-політичного життя. Слово *термін* відоме ще з античних часів. У латинській мові (terminus) воно означало „кінець”, „кордон”, „межу”. У середньовіччі набуло вже значення „визначення”, „позначення”. У старофранцузькій мові знаходять навіть номінацію *terme* - „слово”. В Україні ця назва поширюється вже у XVIII ст.

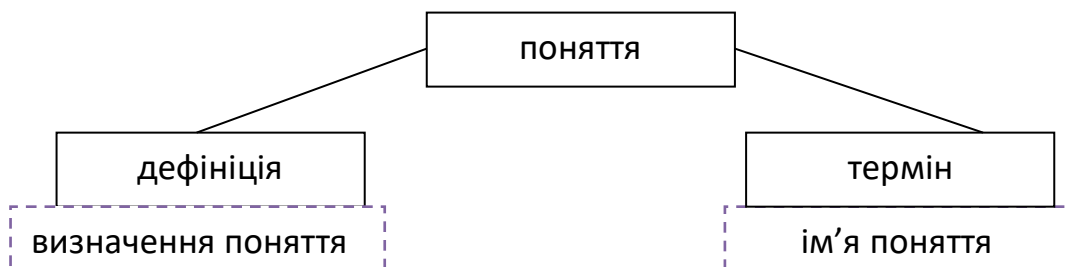
Термін – слово або словосполучення, що позначає поняття певної галузі науки, техніки тощо, наприклад: *алгоритм, лісові культури, таксація*.

Від слова *термін* утворено слово *термінологія*, яке означає сукупність термінів з усіх галузей знання (або однієї галузі знання). Науку, що вивчає українську термінологію, називають *термінознавством*.

Біля витоків творення української термінології стояли науковці І. Верхратський, В. Левицький, С. Рудницький, О. Курило, О. Огоновський, І. Пулюй та ін. Вони доклали багато зусиль до вироблення фахової термінології з різних наукових і технічних ділянок, прагнучи до того, щоб термінологія була „всеукраїнська і поєднувала елементи власне національного і міжнародного”⁸.

Термін - це спеціальне слово, яке має дефініцію. Конкретний зміст поняття, визначеного терміном, стає зрозумілим лише завдяки цій дефініції - лаконічному логічному визначенню, яке зазначає суттєві ознаки предмета або значення поняття, тобто його зміст і межі.

Наука оперує поняттями.



Характерні ознаки терміна:

- а) належність до певної термінологічної системи;
- б) наявність дефініції (визначення);
- в) однозначність в межах однієї терміносистеми;

- г) точність;
- д) стилістична нейтральність;
- є) відсутність синонімів та омонімів у межах однієї терміносистеми;
- є) відсутність експресивності, образності, суб'єктивно-оцінних відтінків.

Значення термінів зафіксовано в спеціальних словниках, довідниках, і

Вимоги до терміна
- кожне спеціальне поняття позначається одним терміном;
- наявність дефініції (повинна вживатися лише та назва, що

від
пов
ідн
о їх
пот
ріб
но
вж
ива
ти
ли
ше
в
тій
фор
мі

та в тому значенні, які подано у словниках.

відповідає нормам української літературної мови);	
- у межах однієї терміносистеми термін має бути однозначним;	
- не повинен мати синонімів;	ід
- не повинен бути дуже довгим;	XV
- має бути точним, стилістично- та емоційно-нейтральним;	Ш
- повинен бути милозвучним (доброзвучним);	ст.
- повинен мати словесну гнучкість, тобто можливість творення похідних	акт ивн о вж ива

В

ється слово *номенклатура* (від лат. *nomenclatura* - перелік, список). Воно стає поширеним після того, як шведський ботанік К. Лінней створює класифікацію рослин. Упродовж наступних століть це слово перетворюється у фактичний дублет *термінології*. Усе ж потрібно чітко розмежовувати ці поняття. В основі терміна лежить загальне поняття, а в основі номенклатурної назви -одиничне. Сьогодні під номенклатурними назвами розуміють: 1) сукупність номенів, тобто назв; 2) сукупність умовних символів, графічних позначок, що нерідко складаються з цифр та букв; 3) сукупність термінів без дефініцій; 4) сукупність міжнародних (греко-латинських) назв на позначення видів та елементів у біології, хімії, медицині тощо⁹. Номенклатурою є серійні назви машин, приладів, верстатів, продукції, що випускається, назви рослин, звірів, найменування організацій, підприємств, географічних назв і т. ін.

Кожна галузь науки, техніки, виробництва, мистецтва має свою термінологію. „Усяка наука, - за словами І. Свенціцького, - це систематичне і дотепне окреслення (дефініція) певних явищ - особливою, тій науці належною мовою"¹⁰.

Загалом серед термінологічної лексики можна виділити:

суспільно-політичну,
науково-технічну,
природничу,
адміністративно-ділову тощо.

Кожна з них має свої підсистеми, напр.:

- **політичну** (демократія, інтеграція, уряд, соціал-демократ, центризм, фракція);
- **юридичну** (законодавство, апеляція, позов, адвокат, прокурор, санкції);
- **фінансову** (кредит, банк, вклад, кошти, депонент);
- **військову** (плацдарм, переворот, зброя, полковник, контрудар);
- **філософську** (діалектика, базис, парадокс, еkleктика, тотожність);
- **біологічну** (клітина, суцвіття, генетика, рецептор, клонування);
- **геологічну** (мінерал, кора, палеозой, шлейф, копалини);
- **лінгвістичну** (фонема, суфікс, дієслово, прийменник, грамати́ка, синтаксис);
- **літературознавчу** (сюжет, персонаж:, алітерація, поема, епілог, кульмінація);
- **електротехнічну** (люмінесценція, закорочення, конденсатор, запобіжник);
- **радіотехнічну** (ретрансляція, діод, іконоскоп, декодер, осцилограф);
- **фізичну** (спектроскопія, тиск, реостат, електрон, атом, протон);
- **математичну** (ступінь, множення, трикутник, квадрат, інтеграл, куб);
- **хімічну** (іон, каталізація, реактив, луг, кислота, лакмус);
- **медичну** (хірургія, укол, термометр, тонзиліт, пеніцилін);

- *музичну* (квартет, адажіо, соло, піанісимо, стакато, октава);
- *морську* (лайнер, лоцман, катер, тоннаж:, шлюз, баркас);
- *спортивну* (тайм, аут, бокс, нокаут, ферзь, пенальті) та ін.

Послугується термінами і офіційно-діловий стиль мови, напр.,
справочинство, рапорт, канцелярія, протокол, довідка, посвідчення та ін.

Існують такі вимоги до використання термінів у діловому мовленні:

1) термін мусить бути стандартним, тобто його потрібно вживати лише в тій формі, яка зафіксована у словнику, напр.: *діловодство, справочинство*, але не *діловедення, справоведення; автобіографія*, а не *життєпис; меню*, а не *стравоспис* та ін.;

2) термін має вживатися з одним значенням, теж зафіксованим у словнику. Наприклад, *циркуляр* - це лише директивний лист, а не будь-якого іншого типу;

3) якщо термін є багатозначним, автор документа має будувати текст так, щоб одразу було зрозуміло, яке значення терміна він має на увазі, напр.: *справа - особова справа, судова справа*.

Документ буде виконувати свої функції, якщо той, хто укладає його, і той, кому він адресований, точно і чітко бачать за терміном поняття, яке він називає.

Галузеві терміносистеми взаємодіють одна з одною, мають спільний термінологічний фонд: „Ізольованих терміносистем немає. Вони містять уніфіковані щодо норм сучасної мови терміни на міжгалузевому рівні”¹¹.

Розрізняють терміни:

загальнонаукові, що застосовуються у різних галузях науки, техніки, освіти (*ієрархія, система, структура, метод, функція, формула, теорія*);

технічні, що вживаються у техніці (*мотор, акумулятор, трансформатор*)

Терміни також поділяють на *загальнонаукові* та *вузькоспеціальні*.

Загальнонаукові терміни - це звичайні слова, які набули значного поширення, найменування предметів, якостей, ознак, дій, явищ, які однаково використовуються в побутовій мові, художній літературі, ділових документах. Такі терміни прості, доступні, зрозумілі, вони ніякого спеціального змісту не мають (*ідея, гіпотеза, процес, формула, аналіз, синтез, закон, документ, охорона*). „Вони не завжди зручні, - зауважує А. Корж, - часто багатозначні, допускають різні тлумачення, можуть застосовуватися то в одному, то в іншому значенні. Тому використання таких термінів доцільне, якщо їх значення зрозуміле для всіх і не породжує ніяких сумнівів у певному контексті"¹².

Вузькоспеціальні терміни - це слова чи словосполучення, які позначають поняття, що відображають специфіку конкретної галузі, наприклад, юридичної: *правовідносини, юридична особа, речовий доказ, неправдиве свідчення, законопроект, свідок*; економічної: *інвестиційні ресурси, комерційний банк, обіг коштів, прибуток-нетто, надком-пенсація* тощо. Для цих термінів характерна семантична конкретність, однозначність.

Терміни різноманітні за структурою, походженням і способами творення. За структурними моделями терміни поділяють на:

- *однокомпонентні терміни*, напр.: *валюта, бюджет, файл, товарообіг, підприємництво, податок, бісектриса, чисельник, меридіан*;

- *двокомпонентні терміни* - найчастіше це словосполучення іменник + іменник, напр.: *еритема шкіри, швидкість запису, норма вартості*,

частини мови, недоторканість особи, принципи маркетингу, кон'юнктура ринку; або прикметник + іменник, напр.: *нормативний акт, матеріальна відповідальність, земельна рента, приватна власність, виробничі фонди, обіговий капітал, ринкова інфраструктура;*

трикомпонентні конструкції, до складу яких можуть входити прийменники: прикметник + прикметник + іменник, напр.: *пересувна телевізійна установка, щільні приголосні звуки, необхідний робочий час, нова економічна політика, гарантований щорічний дохід;* прикметник + іменник + іменник, напр.: *структурний тип речення, типовий носій запису, міжнародний поділ праці, еквівалентна форма власності, вартісна будова капіталу, валютні фонди підприємств;* іменник + прикметник + іменник, напр.: *осердя магнітної головки, речення ускладненого типу, відтворення грошового капіталу, вартість робочого місця, плинність робочої сили, податок на цінні папери;* іменник + іменник + іменник, напр.: *розширювач діапазону гучності, категорія числа іменника, інвентаризація в установах банків, кругооборот коштів підприємств, управління просуванням товару;*

— **багатокомпонентні аналітичні терміни**, що мають чотири і більше компонентів, напр.: *фонд оплати праці підприємства, попередня оплата товарно-матеріальних цінностей та послуг, резерв коштів на непередбачені роботи та витрати, середня квадратична похибка ряду вимірів, міжнародний комерційний арбітражний суд, повна відновна вартість основних фондів.*

За статистикою, понад 70% термінів у різних терміносистемах - це словосполучення. Вони становлять певну семантико-синтаксичну єдність, відтворюються в готовому вигляді.

За структурними ознаками розрізняють терміни:

1) терміни – кореневі слова (непохідні)

мити, кошти, попит, плата

2) терміни – похідні слова

перерахунок, перестраховик, платник

3) терміни – складні слова

жиро-банк, зеро-бони, капіталомісткість, кредит-процент, крос-чек, крок-коефіцієнт, нетто-ставка, нетто-капітал, плац-вексель, нафтодолари, людино-день, людино-година

4) терміни – словосполучення

індекс цін, екологічний контроль, екологічний податок, ефект екологічний,

заробітна плата, заробітна плата реальна, заробітна плата середня, заробітна плата тарифна, заробітна плата тіньова, заробітна плата основна, заробітна плата мінімальна, заробітна плата номінальна

5) терміни – аббревіатури

ЕКЮ (European Currency Unit), ЄС (Європейське співтовариство), КТУ (коефіцієнт трудової участі), ПДФ

У термінології представлено усі способи українського словотворення. Як і більшість слів української мови, терміни творяться морфологічним способом,

зокрема:

- префіксальним

надприбуток, перезастава

- суфіксальним

ефективність, заборгованість, забезпечення, закриття, забудовник, завдаток, камбізм, націнка, надписувач

- префіксально-суфіксальним

надомник

- безафіксним

заділ, залік, наказ, наймач, оборот

- способом субстантивзації

закладна, накладна

також для творення термінів застосовуються неморфологічні способи творення, наприклад:

- метафоризація

заєць, жирний кіт, заморожений рахунок, зняття вершків, крок, перл

За походженням розрізняють терміни власне українські та запозичені.

- латинської мови

експерт, емісія, емітент, ідентифікація, кредит, клієнт, монета

- грецької мови

економіка, іпотека, криза

- німецької мови

капітал, маклер, ордер

- англійської мови

індекс Доу-Джонса, кеш, консалтинг, кол, контролінг, крос-курс, крос-лістинг, леверидж, лаг, лі бор, ленд-ліз, лізинг

- французької мови

ломбард, маржа, кадастр, карт-блани, картель, комісіонер, комівояжер

- італійської мови

жиро, інкасо, камбіо, квітанція, лаж, лотерея, манко

- польської мови

люстрація

- іспанської мови

карго

- турецької мови

най

РОЗДАТКОВИЙ МАТЕРІАЛ:

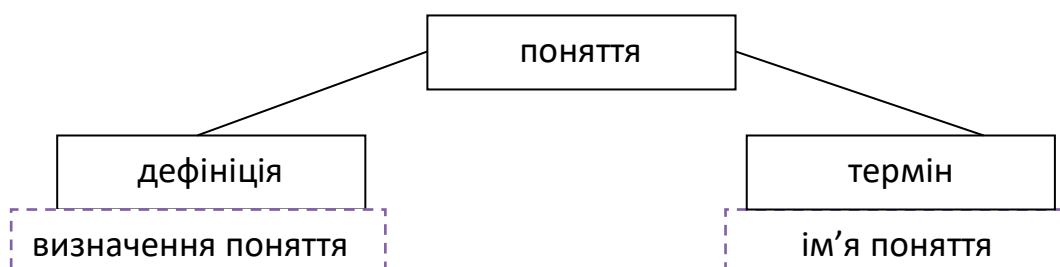
Термінологія – сукупність термінів з усіх галузей знання (або однієї галузі знання). Науку, що вивчає українську термінологію, називають **термінознавством**.

Біля витоків творення української термінології стояли науковці І. Верхратський, В. Левицький, С. Рудницький, О. Курило, О. Огоновський, І. Пулюй та ін.

Термін – слово або словосполучення, що позначає поняття певної галузі науки, техніки тощо, наприклад: *алгоритм, лісові культури, таксація*.

Термін має дефініцію.

Наука оперує поняттями.



Розрізняють терміни:

загальнонаукові, що застосовуються у різних галузях науки, техніки, освіти (*ієрархія, система, структура, метод, функція, формула, теорія*);

технічні, що вживаються у техніці (*мотор, акумулятор, трансформатор*)

спеціальні, які використовуються лише у межах певної наукової дисципліни, зокрема вони бувають математичні, фізичні, хімічні, лінгвістичні, історичні, філософські, економічні та ін.;