

## МОВЛЕННЄВИЙ ЕТИКЕТ ЯК КОМПОНЕНТ ПРОФЕСІЙНОЇ МОВЛЕННЄВОЇ ПІДГОТОВКИ УЧНІВ ПТНЗ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

УДК 811.161.2

**Ірина Бабій**, кандидат педагогічних наук, викладач  
Львівського навчально-наукового центру професійної освіти

### МОВЛЕННЄВИЙ ЕТИКЕТ ЯК КОМПОНЕНТ ПРОФЕСІЙНОЇ МОВЛЕННЄВОЇ ПІДГОТОВКИ УЧНІВ ПТНЗ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

*У статті розглянуто комунікативний аспект мовленнєвої підготовки учнів професійно-технічних навчальних закладів сфери обслуговування; розкрито зміст понять “мовний етикет”, “професійний мовленнєвий етикет”; визначено роль і місце мовленнєвого етикету у професійному становленні сервісного фахівця; виокремлено й проаналізовано найважливіші функції мовного етикету; виділено групи комунікативних умінь, що забезпечують ефективну вербальну і невербальну взаємодію у сфері обслуговування.*

**Ключові слова:** сфера обслуговування, учні ПТНЗ, мовний етикет, професійний мовленнєвий етикет, функції мовленнєвого етикету, комунікативні уміння.

**Літ.** 7.

**Ірина Бабій**, кандидат педагогических наук, преподаватель  
Львовского учебно-научного центра профессионального образования

### РЕЧЕВОЙ ЭТИКЕТ КАК КОМПОНЕНТ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ РЕЧЕВОЙ ПОДГОТОВКИ УЧЕНИКОВ ПТУЗ СФЕРЫ УСЛУГ

*В статье рассмотрено коммуникативный аспект речевой подготовки учащихся профессионально-технических учебных заведений сферы обслуживания; раскрыто содержание понятий “речевой этикет”, “профессионально-речевой этикет”; выделены и проанализированы важнейшие функции речевого этикета; выделены группы коммуникативных умений, обеспечивающих эффективное вербальное и невербальное взаимодействие в сфере обслуживания.*

**Ключевые слова:** сфера обслуживания, ученики ПТУЗ, речевой этикет, профессиональный речевой этикет, функции речевого этикета.

**Iryna Babiy**, Ph.D. (Pedagogy), Professor of the  
Lviv Educational and Scientific Center of Vocational Education

### THE SPEECH ETIQUETTE AS A COMPONENT OF PROFESSIONAL SPEECH TRAINING OF STUDENTS OF VOCATIONAL AND TECHNICAL EDUCATIONAL ESTABLISHMENTS OF THE SPHERE OF SERVICES

*The article deals with the communicative aspect of speech training of students of vocational and technical educational establishments of the sphere of services; the content of such notions as “ the language etiquette”, “ the professional speech etiquette” are revealed; the role and place of speech etiquette in the professional establishing of service specialist are defined; the main functions of language etiquette are distinguished and analyzed; the groups of communicative skills that provide an effective verbal and nonverbal interaction in the sphere of services are differentiated.*

**Keywords:** the sphere of services, students of vocational and technical educational establishments, the language etiquette, the professional speech etiquette, the functions of speech etiquette, communicative skills.

**П**остановка проблеми та аналіз останніх досліджень і публікацій. Увага до мовленнєвої поведінки фахівців професій “людина – людина” значно зросла в останні десятиріччя, що зумовлено появою численних товарів і послуг. В умовах гострої конкуренції критерієм споживацького вибору стає не лише фахова майстерність працівника сфери послуг, а й “мовленнєве оформлення” наданої послуги. Український сервіс перебуває на стадії становлення, разом із ним формуються форми вербального і невербального спілкування, які з огляду на національно-культурні

традиції відповідали б вимогам сучасного суспільства. Кваліфікований працівник сфери послуг повинен володіти цілим комплексом комунікативних умінь і навичок: свідомо керувати процесом спілкування, прогнозувати результати словесного контакту, створювати оптимальні умови для взаємодії зі співрозмовником. Оскільки спілкування у сфері обслуговування є швидкоплинним і дещо формалізованим, основними вимогами до мовців є уміння грамотно розпочати, підтримати і завершити комунікацію, що передбачає знання мовного етикету, а також сформовані уміння й навички правильно і

доречно вживати етикетні вербальні і невербальні засоби в процесі професійної діяльності.

Маючи значну комунікативну значущість, етикетні формули містять інформацію національного, лінгвістичного, культурного, соціального, гендерного, вікового характеру. Така багатоаспектність мовного етикету визначає міждисциплінарність його вивчення. Перші дослідження мовного етикету здійснили етнологи (О. Воропай, Я. Головацький, М. Стельмахович), охарактеризувавши його національні особливості, культурологічну і світоглядну цінність у вихованні майбутніх поколінь. У працях лінгвістів (М. Білоус, О. Миронюк, Н. Плющ, Я. Радевич-Вницький, Є. Чак) проаналізовані лексичні граматичні засоби українського мовного етикету, його жанрова розмаїтість. Професійна педагогіка вивчає мовноетикетну систему в контексті формування і розвитку різногалузевих фахівців й уводить в науковий обіг поняття професійного мовленнєвого етикету (С. Дубовик, М. Стахів, Г. Сукачова та ін.) як важливого компонента підготовки фахівців професій типу “людина – людина”, до яких належить сервісний сектор.

**Мета статті.** З’ясувати місце та функції етикетного мовлення в комунікації сервісних працівників; охарактеризувати специфіку професійного етикетного мовлення досліджуваної галузі.

**Вклад основного матеріалу.** Сучасні педагогічна і лінгвістична теорії звертаються до осмислення феномена спілкування, його різновидів, особливостей комунікативної взаємодії між адресантом і адресатом з огляду на їх соціальні та професійні ролі. Комунікація є поліфункціональним та різноаспектним поняттям, що дозволяє диференціювати її за типом кодової системи, способом інтерактивності, кількістю учасників, сферою комунікації, соціальними чинниками, функційним призначенням та ін. У сфері обслуговування здійснюється передусім вербальна (мовна) комунікативна взаємодія – створення, обмін та інтерпретація повідомлень комунікантами за допомогою мови та позамовних кодів із метою досягнення змін у поведінці чи свідомості адресата, необхідних для спілкувальної діяльності.

Професійна діяльність у сфері обслуговування передбачає варіативність (багатожанровість) форм професійної мовленнєвої комунікації. Прикметно, що таке спілкування часто є формальним, має регламентований за формою і змістом характер, а також визначається соціальними функціями співрозмовників. Зазначимо, що професійне спілкування сервісних працівників не слід ототожнювати з діловою комунікацією, позаяк

мовленнєва взаємодія у сфері послуг не лише соціально зорієнтована (визначається соціальними функціями і ролями мовців), вона скерована також на налагодження особистісних, товариських стосунків між комунікантами. Основними видами професійної комунікації у сфері обслуговування є спілкування між представниками даної професії (інтрапрофесійна комунікація), яка сприяє успішному розв’язанню професійних завдань та між працівником і клієнтом – передбачає вміння налагодити і підтримати контакт зі споживачем, що дозволяє краще зрозуміти його побажання. Успіх названих видів комунікації вимагає від майбутніх сервісних працівників високої мовленнєвої культури, яка формується в процесі вивчення української мови.

Сучасне вчення про культуру мовлення включає її розгляд у трьох аспектах: нормативному, комунікативному й етичному (Н. Бабиц, Т. Безенкова, Т. Токміна та ін.). *Нормативний* аспект базується на виявленні та визначенні норми як центрального поняття культури мовлення, що забезпечує таку якість мовлення, як правильність. Дотримання мовних норм – основна умова ефективної мовленнєвої взаємодії, але не єдина. *Комунікативний* аспект культури мовлення є вищим ступенем володіння мовою, оскільки передбачає вміння розв’язувати найрізноманітніші комунікативні завдання, визначати мету комунікації, виділяти прагматичні умови комунікативного акту, правильно добирати мовні засоби відповідно до ситуації мовлення, адекватно розуміти мовленнєві й інші індивідуальні особливості адресата й адресанта [4, 23]. Реалізація комунікативного аспекту мовлення – це завжди вмотивований (доцільний) вибір мовних засобів, який забезпечує високу ефективність і якість спілкування. Тісно пов’язаний з комунікативним аспектом *етичний*, який передбачає узгодження мовлення з правилами мовної поведінки, що побутують у даному соціально-культурному середовищі. Очевидно, що формування у працівників сфери обслуговування умінь і навичок успішно спілкуватись у процесі професійної діяльності потребує врахування усіх трьох аспектів мовленнєвої культури, які відображені в мовному етикеті – функційній підсистемі національної мови зі своїм набором знаків (слів, стереотипних фраз) і граматику (правилами поєднання цих знаків) [5, 15].

Етикетні формули – це мовна універсалія, але водночас відзначається національною маркованістю, оскільки є невід’ємним компонентом національної культури, адже мовець завжди співвідносить себе з певним

## МОВЛЕННЄВИЙ ЕТИКЕТ ЯК КОМПОНЕНТ ПРОФЕСІЙНОЇ МОВЛЕННЄВОЇ ПІДГОТОВКИ УЧНІВ ПТНЗ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

соціокультурним середовищем, а володіння мовленнєвими етикетними приписами цього середовища робить його соціальне спілкування психологічно комфортним та економічним. О. Федик і М. Кіяновська зазначають: “Національний мовленнєвий етикет – це психологічне середовище народу, його культурний клімат, який формує і рівень свідомості, і ставлення до ближніх” [6, 24]. Таким чином, вивчення українського мовленнєвого етикету сприяє не лише виробленню професійних комунікативних умінь і навичок, а й формуванню національно свідомих і духовно багатих випускників ПТНЗ, що особливо актуально в умовах девальвації моральних цінностей у сучасному українському суспільстві. Дотримання норм мовного етикету завжди сприяє оптимізації процесу спілкування, регулює мовленнєву поведінку, а його знання є одним із найважливіших структурних компонентів комунікативної компетенції працівника сфери обслуговування.

Функційна детермінованість є передумовою виділення мовного етикету в окрему підсистему, а аналіз функцій етикетного мовлення розкриває сутнісні характеристики цього явища та його призначення в суспільстві. Основною функцією мовленнєвого етикету є комунікативна, яка реалізується через низку спеціалізованих, які не виступають у такій сукупності в жодній іншій мікросистемі комунікативних одиниць:

1. *Контактна* (фатична) функція – встановлення, збереження, чи закріплення зв'язків між співрозмовниками. Реалізується дана функція за допомогою фатичних одиниць. У більшості праць фатичні висловлювання визначаються як розмова ні про що. Однак, як зазначає В. Гольдин, таке спілкування не є порожньою балаканиною, бо зберігає важливий етикетний зміст [1, 51], а також передає важливу соціально-оцінну інформацію про ситуацію спілкування. Так, соціальна інформація повідомляє дані про соціальний статус мовця, його соціальну роль, тоді як оцінна – розкриває особистісне ставлення мовця до адресата, характеризує взаємини між комунікантами.

Однак фатичні мовленнєві дії можна кваліфікувати як специфічну діяльність – діяльність спілкування, адже через них співрозмовники реалізують власне мовленнєві цілі підтримки контакту, тобто спілкування заради спілкування.

2. Функція *ввічливості* – це ввічливе поведіння між членами колективу та з клієнтами. Саме поняття ввічливості є багатоаспектним. З одного боку, це моральна

якість, виявом якої є повага до оточуючих, тобто повсякденна норма поведінки. З іншого – це абстрагована від конкретної людини етична категорія, яка відображається у мові. Ввічливість, на думку Н. Формановської, обов'язково треба виражати, демонструвати під час спілкування, особливо це важливо у спілкуванні з незнайомими та малознайомими людьми [7, 77 – 78]. Реалізація даної функції пов'язана з дотриманням комунікативного принципу ввічливості, який передбачає стриману манеру спілкування, знання комунікативних табу, демонстрацію загальної культури мовлення, підтримку комунікативного контакту, паритетність у спілкуванні, а також шанобливе, доброзичливе ставлення до співрозмовника. У мовному плані функція ввічливості здійснюється за допомогою відповідних граматичних і лексичних засобів.

3. *Регулятивна*, функція виявляється у повідомленнях, зосереджених на адресатові, коли виникає потреба регулювати його поведінку. Це зумовлює вибір форми мовленнєвого контакту з огляду на цілі та наміри адресанта, що в подальшому визначає характер стосунків між комунікантами. Зазначимо також, що можливість регулювати процес комунікації особливо важливий у професійному спілкуванні сервісних працівників.

4. Тісно пов'язана з попередньою функція *впливу* (волюнтативна). Етикетне мовлення є засобом волевиявлення (запрошення, прохання, поради), крім того, слово впливає на свідомість і діяльність співрозмовника, нав'язує власне бачення і розуміння певних явищ. Свідоме ставлення до цієї функції дозволяє прогнозувати перебіг спілкування й уникати комунікативних невдач.

5. *Звертальна* (апелятивна) функція спрямована на те, аби привернути увагу адресанта, позаяк етикетне спілкування завжди діалогічне, тобто передбачає адресата й адресанта, навіть якщо вони розділені часопростором, відтак передбачає реакцію співрозмовника у процесі спілкування.

6. *Емоційно-експерсивна* (емотивна) функція виражає ставлення мовця до сказаного, вважається факультативною, позаяк властива не всім одиницям мовленнєвого етикету. Основними засобами вираження цієї функції у мовленні є інтонація, частки, емоційно марковані слова.

Характеристика основних етикетних функцій дозволяє говорити про їх синкретизм та інтегрованість у процесі мовлення, а також виокремити основні ознаки етикетного спілкування: автоматичність і стереотипність комунікативної поведінки, тривіальність тем, конвенційність знаків комунікації (вербальних і

невербальних), можливість впливати та регулювати психічний стан співрозмовника. Крім того, мовний етикет має властиві лише йому лінгвістичні параметри: наявність строго регламентованих і постійно повторюваних кліше і формул, які у процесі спілкування не створюються, а відтворюються, що значно полегшує їх засвоєння і застосування; стилістична та функційна вмотивованість етикетних формул, яка забезпечує точність, однозначність й економність процесів спілкування; евфемізація мовлення – використання стилістично нейтральних слів або виразів замість синонімічних конотативних мовних одиниць; прийом евфемізації дозволяє пом'якшити, замаскувати суть сказаного, що допомагає уникнути комунікативних конфліктів; уживання ненормативних або нетипових граматичних форм роду, числа, особи, способу; використання спеціалізованих (стійкі відтворювані етикетні формули і звертання) і неспеціалізованих (граматичні та модальні форми зі зниженою категоричністю) засобів для вираження етикетних значень; особливе синтаксичне оформлення – часте використання звертань, неповних речень; кожна одиниця етикетного мовлення має визначену текстову валентність; просодичність мовлення – висота, тон, сила голосу під час фатичного спілкування – є не менш важливими, аніж відбір відповідних словесних формул; кожен знак (слово або стереотипна фраза) має свою значеннєву й етикетну вартість, яка визначається його співвіднесеністю з іншими знаками.

Етикетне спілкування відзначається високим рівнем ритуалізованості, яка характеризується алгоритмізацією комунікації та забезпечується повторенням ключових слів. На ритуалізованість вказує також ігровий елемент, адже, як у грі, правила етикетного спілкування обмежують мовленнєву взаємодію комунікантів. Для кожної стандартної етикетної ситуації існує впорядкована система мовних і немовних засобів – парадигма. Кожна така система впорядковує міжособистісні контакти, кодує і зберігає відповідну стандартну ситуацію в різних мовленнєвих варіантах. Ступінь стандартизації таких одиниць прямо залежить від частоти їх уживання. Така ритуалізованість вимагає узгодження між мовною нормою і мовленнєвою поведінкою співрозмовників, що, своєю чергою, забезпечує точність та економність процесів спілкування. Таким чином, етикетна комунікація не лише спрямовує комунікативну діяльність, а й формує мовну і мовленнєву особистість загалом. У цілому мовленнєвий етикет – це зона стійких стереотипних комунікативних одиниць мови, хоча вибір такої

одиниці в кожному конкретному мовленнєвому акті, як і будь-який вибір, є справою творчою, тому етикетне спілкування потребує не лише високого мовного чуття, а й творчої активності у використанні мовних і позамовних засобів.

Формули мовного етикету – це одиниці повсякденного використання, тому належать до ядра лексичної мовної системи, оскільки використовуються носіями мови щодня. Структура мовленнєвого етикету в кожній нації формується на питомій мовній основі під впливом різнотипних психологічних, соціально-політичних, культурологічних чинників. Українська мова, маючи розвинуту стильову систему, виробила різноманітні способи передачі етикетних значень, що вимагає від користувача вміння доречно вибрати етикетне висловлювання. Як правило, мовець здійснює вибір з огляду на два чинники:

1. **Соціальний.** Мовний етикет соціальний за своєю природою, оскільки є виявом соціально-рольового аспекту спілкування. Соціальна диференціація носіїв мови, їх соціальний статус, змінні соціальні ролі диктують вибір одиниці мовленнєвого етикету, а тому і закріплення за відповідними соціальними групами певних етикетних формул. За допомогою категорій, що визначають соціальну орієнтацію мовців, здійснюється конкретизація зв'язку між адресатом і адресантом. Соціальна роль – це схвалений соціумом шаблон поведінки, який відповідає конкретній ситуації спілкування та соціальному статусу особистості [2, 141]. Соціальні статус і роль є динамічними (змінними) взаємодоповнювальними категоріями, що детермінують засоби мовного вираження. Водночас кожна людина вносить у рольову поведінку індивідуальні риси. Під час спілкування працівник сфери обслуговування обов'язково повинен зважати і на соціальну роль співрозмовника, і на його індивідуальні особливості. У цілому ж мовець обирає такі етикетні висловлювання, які скеровані на максимальну комунікативну підтримку співрозмовника.

2. **Ситуативний.** Етикетне мовлення, на відміну від інформаційного, неможливе поза комунікативною ситуацією. Мовленнєва ситуація – це ситуація безпосереднього спілкування комунікантів, яка обмежена прагматичними координатами “я – ти – тут – зараз”, що й організовує етикетні мовні одиниці [3, 481]. Підкреслимо, що вибір формули мовленнєвого етикету в сфері обслуговування відбувається під впливом ситуативного контексту, оскільки соціальні позиції мовців лише окреслені, тому мовленнєвий етикетний репертуар задається

## МОВЛЕННЄВИЙ ЕТИКЕТ ЯК КОМПОНЕНТ ПРОФЕСІЙНОЇ МОВЛЕННЄВОЇ ПІДГОТОВКИ УЧНІВ ПТНЗ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

параметрами конкретної комунікативної ситуації, а вік, стать, освіта тощо є вторинними.

Добір етикетних мовних формул передбачає також вибір тональності спілкування. Тональність належить до емоційно-модальної сфери, адже здійснює емоційно-психологічний вплив на адресата, за допомогою тональності мовець декларує свої наміри, а реципієнт може їх розпізнати. Таким чином, тональність задається мовцем, а оцінює її адресат. Саме правильний вибір тональності є умовою дотримання принципу неконфліктного спілкування, а також формує враження про адресанта: приємне/неприємне, доброзичливе/агресивне. Порушення тональності спілкування може стати причиною різноманітних непорозумінь, образ, комунікативних провалів. Тональність (тон) – комплексне поняття, в якому поєднані мовні та позамовні компоненти. До позамовних характеристик відносять мету і ситуацію розмови (комунікативний контекст), настрій комунікантів тощо; мовні засоби пов'язані з тоновими (висота, сила, гучність) й обертоновими (тембр звучання, інтонація, темп, паузи, логічний наголос) ознаками мовлення, а також із сукупністю спеціальних засобів мовного коду (морфологічних, словотвірних, лексико-фразеологічних, синтаксичних). Разом із тісно синтезованими з ними психологічними, соціальними, етичними, естетичними чинниками, а також індивідуальною манерою мовлення, перелічені вище складники тональності створюють неповторну атмосферу спілкування. Традиційно виділяють п'ять різновидів тональності: високу, нейтральну, звичайну, фамільярну і вульгарну, що передбачає вибір відповідних лексичних і синтаксичних засобів. У сфері побутового обслуговування найчастіше застосовують звичайну, по-іншому – нейтрально-повсякденну тональність. Для цієї тональності не властиві вислови, що мають розмовний відтінок, локальне (діалектне) поширення тощо. Ще однією важливою складовою тональності є артикуляційна манера мовця, адже саме тональність є важливим засобом індивідуалізації мовлення. У процесі спілкування тональність може змінюватися, така варіативність під час розмови є обов'язковою умовою успішної мовленнєвої взаємодії. Вербальні засоби мовленнєвого етикету доповнюють кінетичні (жести і міміка) та проксемічні (дистанція спілкування). Разом із мовними названі засоби служать для створення, передавання і сприйняття інформації.

Спеціальних етикетних формул, а також тональності, які б використовувались у певному професійному середовищі, майже нема: професійна діяльність підпорядкована

загальномовним етикетним правилам. Однак сучасні дослідники виділяють професійномовленнєвий етикет в окрему підсистему, яка включає два компоненти: професійний етикет і мовленнєвий етикет. *Професійний етикет* – це система норм і принципів, які актуалізуються у процесі професійної взаємодії людей і характеризуються моральною відповідальністю осіб за наслідки своєї діяльності. Професійна взаємодія реалізується передусім через вербальні засоби, успішне й ефективно використання яких неможливе без знань мовленнєвого етикету. Таким чином, *професійно-мовленнєвий етикет* є інтегрованим поняттям, що охоплює систему правил, принципів, умінь і якостей особистості, необхідних для успішного здійснення професійної діяльності з використанням системи стандартизованих мовноетикетних засобів спілкування. Процес спілкування у професійній сфері передбачає вироблення стандартизованих вербальних формул, які групуються у межах відповідних мовленнєвих жанрів – усталених у конкретних ситуаціях і призначених для передачі певного змісту типових способів побудови мовлення. Найбільш актуальними у професійній комунікації сервісних працівників жанрами етикетного спілкування є: звертання, прощання, вибачення, подяка, порада, комплімент, кожен з яких має відповідне оформлення й особливості вживання. Уведення і застосування усталених формул під час мовленнєвого спілкування у сфері обслуговування дозволяє розв'язати низку завдань: попередити конфлікти, спрогнозувати поведінку співрозмовника, виробити вміння будувати власні висловлювання на базі стандартних.

Аналіз особливостей професійного мовленнєвого етикету дозволяє виокремити групи умінь, оволодіння якими забезпечує ефективну взаємодію у сфері обслуговування: 1) аудіо-контактні – відображають рецептивний бік спілкування, до них відносимо: вміння налагодити контакт, вислухати клієнта, колегу, перекодувати (інтерпретувати) текст; 2) мовленнєво-діалогічні: вміння правильно будувати усне і письмове мовлення, грамотно і тактовно спілкуватися з замовником / колегою; 3) невербальні вміння: адекватно до мовленнєвої ситуації застосовувати міміку, жести, дистанцію, тональність, що дозволяє виявити ставлення учасників комунікації до мовленнєвої ситуації, а також один до одного.

**Висновки.** Таким чином, для майбутніх сервісних працівників знання професійного мовленнєвого етикету необхідне для успішного здійснення професійної діяльності. Такі знання розширюють комунікативні можливості майбутніх

## ФІЛОСОФСЬКО-ПЕДАГОГІЧНІ ПОГЛЯДИ ВІТЧИЗНЯНИХ ВЧЕНИХ ЩОДО ЕКОЛОГІЧНОГО ВИХОВАННЯ МОЛОДІ

сервісних фахівців, забезпечують емоційну і вербальну взаємодію зі споживачем. Вивчення професійного мовленнєвого етикету в ПТНЗ повинно бути зорієнтоване на досягнення успіху в конкретних комунікативних ситуаціях й актуалізує формування й розвиток системи умінь: аудіо-контактних, мовленнєво-діалогічних, невербальних.

1. Гольдин В.Е. / В.Е. Гольдин. *Этикет и речь*. – Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 1978. – 120 с.

2. Горелов И.Н. *Основы психолингвистики* / И.Н. Горелов, К.Ф. Седов. – М.: Лабиринт, 2001. – 304 с.

3. *Лингвистический энциклопедический словарь* / Гл. ред. В.Н. Ярцева. – М.: “Сов. энциклопедия”, 1990. – 685 с.

4. Пасинок В.Г. *Основы культуры мовлення: навчальний посібник* / В.Г. Пасинок Харків: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2011. – 228 с.

5. Стахів М. *Український комунікативний етикет: навчальний посібник* / М. Стахів. – К.: Знання, 2008. – 245 с.

6. Федик О. *Каталізатор взаємин* / О. Федик, М. Кіяновська // Слово. – 1991. – № 12. – С. 20 – 24.

7. *Формановская Н.И. Культура общения* / Н.И. Формановская // *Русский язык в школе*. – 1993. – № 5. – С. 75 – 79.

Стаття надійшла до редакції 27.10.2016

УДК 37(091):37.033 – 053.67

Людмила Никитюк, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри ботаніки  
Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди

## ФІЛОСОФСЬКО-ПЕДАГОГІЧНІ ПОГЛЯДИ ВІТЧИЗНЯНИХ ВЧЕНИХ ЩОДО ЕКОЛОГІЧНОГО ВИХОВАННЯ МОЛОДІ

У статті розглянуто питання про розвиток у молоді розумного відношення до матеріальних благ природи, формування власної безпеки у оточуючому середовищі. З'ясовано пріоритетні напрямки сучасної освіти, направленні на формування досконалої природобережливої особистості на працях вітчизняних педагогів. Наведено критерії науки як продуктивної сили суспільства.

**Ключові слова:** екологічне виховання, природнича безпека, природнича освіта, оточуюче середовище.

*Лит.* 7.

Людмила Никитюк, кандидат педагогических наук, доцент кафедры ботаники  
Харьковского национального педагогического университета имени Г.С. Сковороды

## ФИЛОСОФСКО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ВЗГЛЯДЫ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ УЧЕНЫХ ОТНОСИТЕЛЬНО ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ МОЛОДЕЖИ

В статье рассмотрен вопрос о развитии у молодежи умного отношения к материальным благам природы, формирования собственной безопасности в окружающей среде. Выяснены приоритетные направления современного образования, направленные на формирование совершенной природосберегающей личности на трудах отечественных педагогов. Приведены критерии науки как производительной силы общества.

**Ключевые слова:** экологическое воспитание, естественная безопасность, естественное образование, окружающая среда.

Lyudmyla Nykytyuk, Ph.D. (Pedagogy), Associate Professor of the Botany Department  
Kharkiv Hruhoriy Skovoroda National Pedagogical University

## THE PHILOSOPHICAL AND PEDAGOGICAL VIEWS OF NATIVE SCIENTISTS CONCERNING THE ECOLOGICAL EDUCATION OF YOUTH

The article considers the issue of the formation of young people's reasonable attitude to natural resources, their personal security in the environment. The priorities of modern education aimed at the formation of the perfect nature lover by using the native scientists' works are determined. The criteria of science as a productive force of the society are given.

**Keywords:** an environmental education, an environmental compliance, natural science education, an environment.

**П**остановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Екологічна освіта, як цілісне культурологічне явище, що включає процеси навчання, виховання,

розвитку особистості, повинна спрямовуватися на формування екологічної культури, як складової системи національного і громадського виховання всіх верств населення України (у тому числі через екологічне просвітництво за допомогою