

ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ МОВЛЕННЯ МЕНЕДЖЕРА У ФАХОВІЙ ПІДГОТОВЦІ

Постановка проблеми. Сучасне суспільство не може існувати без мови – найважливішого засобу спілкування, засобу вираження думок та передачі досвіду сучасникам і нащадкам. Мовлення – це не просто лад слів, а й упорядкованість думок та почуттів. Важливе значення має також вивчення й правильне використання мовних засобів у вираженні думки залежно від мети й змісту висловлювання, яке досягається тільки за допомогою культури мовлення.

Культура мовлення – це дотримання ustalених мовних норм усної й писемної мови, а також свідоме, цілеспрямоване, майстерне використання мовних засобів залежно від мети й обставин спілкування. Отже, культура мовлення – це й культура мислення та культура суспільних і духовних стосунків людини.

Метою статті є висвітлення проблеми формування культури усного і писемного українського ділового мовлення, що має стати динамічною системою знань, яких набувають студенти у процесі пізнання економічних законів розвитку, вивчення специфіки тих галузей виробництва, в яких вони працюватимуть, основою мовленнєвої культури яких є дотримання загальноприйнятих літературних норм у використанні лексичними, фонетичними, морфологічними, синтаксичними і стилістичними засобами мови, що є органічною складовою професіоналізму ділової людини.

Аналіз останніх досліджень. Питання мовної культури були об'єктом наукової уваги в лінгвістиці, їх розглядали відомі мовознавці, зокрема, як:

І. Огієнко, О. Потєбня, В. Виноградов. Пізніше фахівці в галузі державного управління й мовознавства – Н. Бабич, В. Князєв, І. Плотницька, П. Редін, С. Шумовицька – наголошували на необхідності визначення оптимальної мовленнєвої поведінки в певній ситуації, звертали увагу на важливість культури мовлення в професійно-кваліфікаційній характеристиці фахівців будь-якого профілю.

Виклад основного матеріалу. Професійна культура менеджера – це не тільки все те, що створено руками й розумом людини, а й вироблений роками спосіб суспільного поводження, що відтворюється в конкретних ділових ситуаціях, де культура мовлення менеджера виступає його духовним обличчям.

Висока культура мовлення означає володіння багатством мови, уникнення у мовній практиці газетних штампів, канцеляризмів, діалектизмів, досягнення такої усної і писемної форми спілкування, яка б найповніше, найточніше передавала зміст думки. Особливо важливим це є для менеджерів, оскільки для них вміння встановлювати зворотний зв'язок з людьми, партнерами, тобто мистецтво ділового спілкування, є запорукою повної реалізації своїх інтересів. Рівень дотримання мовленнєвого етикету, культури спілкування часом впливає на поведінку співрозмовника більшою мірою, ніж предметний зміст мовлення [9, 36].

Основою мовленнєвої культури менеджера є грамотність, тобто дотримання загальноприйнятих літературних норм у використанні лексичними, фонетичними, морфологічними, синтаксичними і стилістичними засобами мови. Та цим поняття мовленнєвої культури не вичерпується. Мовлення має бути не тільки правильним, а й лексично багатим, синтаксично різноманітним. Щоб цього досягти, необхідно дотримуватись норм літературної мови, користуватися словниками, вдумливо читати політичну, економічну, наукову літературу, звертаючи при цьому увагу на вживання окремих слів, на особливо вдалі висловлювання, на побудову речень. Потрібно активно розвивати своє мовлення: вчитися усно і письмово викладати свої думки, виправляти себе, правильно будувати сказане, шукати найкращі й найдоцільніші варіанти висловлювання [9, 36].

Культура мовлення тісно пов'язана й з культурою мислення. Адже якщо менеджер чітко, логічно мислить, тоді й мовлення у нього зрозуміле, логічне. Якщо у людини немає логічної думки, якщо вона говорить про те, чого не розуміє або не знає, тоді й мовлення в неї плутане, беззмістовне, захаращене зайвими словами [9, 37].

Одним з важливих напрямів мовної підготовки й формування професійної культури фахівця є вдосконалення володіння мовою професії, тобто знання термінології, здобуття навичок у введенні спеціальної лексики до професійних текстів. Доцільно наголосити на трьох аспектах указаної проблеми: культурі

професійного мовлення як невід'ємної складової іміджу фахівця; формулах українського мовного етикету в професійному спілкуванні; особливостях функціонування економічної термінології в управлінській сфері. Акцентується увага лише на особливостях функціонування економічної термінології, оскільки від її ґрунтовного засвоєння, постійного вдосконалення залежить рівень професійних знань, професійної компетентності (менеджера, бухгалтера, податкового інспектора, фінансиста), рівень професіоналізму, мовної й мовленнєвої культури особистості.

Важливим аспектом фахової мовної підготовки студентів є знання ними термінів-паронімів – лексем, близьких за звучанням, але різних за значенням. Ця категорія слів посідає значне місце в лексиці української мови, а тому студентам треба подавати найбільш вживані з них і пояснювати денотативні відмінності у їх лексичних значеннях. Прикладами таких паронімічних лексем є: *банковий* – *банківський* (збігаються у значенні, але дещо розходяться у сполучуваності з іншими словами: обидві лексеми вживаються зі словами *документ, внесок, капітал, книжка, операція, переказ, політика*, але тільки з лексемою *банківський* – слова *актив, контроль, кредит, працівник, робота, система, службовець*); *чисельний* (виражений в будь-якій кількості) – *численний* (який містить велику кількість; який відбувається часто) – *числовий* (пов'язаний з числом, за допомогою якого передається кількість, виражається одиничність, подвійність чи множинність предметів) та чимало інших [3].

Культура мовлення оцінюється щодо точності, ясності, виразності, майстерності мовця у використанні варіантів висловлювання. З огляду на це основними комунікативними ознаками культури мовлення виступають правильність, змістовність, достатність, точність, ясність, стислість, логічність, чистота, доречність, виразність, емоційність. Звичайно, всі ці ознаки об'єднуються поняттям правильність, бо залежать від того, порушено чи не порушено у мовленні індивідуальному правила організації мовної системи.

Низька культура мовлення менеджера характеризується порушенням правил слововживання, граматики, вимови та наголошення, написання. Наприклад, помилково вживають вислови *добро пожалувати* замість *ласкаво просимо*, *підписка газет* – *передплата газет*, *дякувати його* – *дякувати йому*; неправильно наголошують слова: *рóbлю, пи'шу, підéмо* замість *роблю', пишу́, підемо*. Ознакою низької культури мовлення є оглушення дзвінкх приголосних

у кінці слів і складів (*грип* замість *гриб*, *каска* замість *казка*, *міх* замість *міг*, *ваш* замість *важ*, що призводить до зміни семантики слова), м'яка вимова шиплячих, коли вимовляють *чьому*, *шчьо*, *чьорний*, *чюти* замість *чому*, *що*, *чорний*, *чути* тощо.

До порушення норм слововживання може призвести змішування близьких за формою і сферою вживання, проте різних за творенням і змістом слів (паронімів: *дільниця* – *ділянка*; *громадський* – *громадянський*, *особовий* – *особистий*, *тактовний* – *тактичний*), уживання в певній мовній ситуації слів чи словосполучень іншого функціонального стилю, нерозуміння буквального значення рідковживаних чи застарілих слів, неправильне вживання запозичень, порушення норм сполучності тощо. Кожна освічена людина має дотримуватись культури своєї мови, а особливо це стосується фахівців, які повинні не допускати мовних помилок у своїй сфері професійної діяльності [2].

Правильна вимова, вільне, невимушене оперування словом, уникнення вульгаризмів, архаїзмів, слів-паразитів, зайвих іншомовних слів, наголошування на головних думках, фонетична виразність, інтонаційна розмаїтість, чітка дикція, розмірений темп мовлення, правильне використання логічних наголосів і психологічних пауз, взаємовідповідність між змістом і тоном, між словами, жестами та мімікою – необхідні елементи мовної культури менеджера.

Культуру мовлення менеджера характеризують такі ознаки:

1) Правильність, тобто відповідність прийнятим орфоепічним, орфографічним, граматичним, лексичним нормам. Еталоном правильності слугують норми, правила вимови, наголошування, словозміни, слововживання, орфографічні правила у писемному мовленні тощо. Завдяки цьому реалізується інформаційно-інформативна функція мовлення, здійснюється цілеспрямований вплив на свідомість людини;

2) Різноманітність: володіння мовним багатством економічної і публіцистичної літератури; активне мислення; постійне удосконалення і збагачення мовлення;

3) Виразність забезпечується оригінальністю у висловлюванні думок з метою ефективного впливу на партнера по комунікації;

4) Ясність, тобто доступність мовлення для розуміння тих, хто слухає, вона забезпечує адекватне розуміння сказаного, не вимагаючи від співрозмовника особливих зусиль при сприйнятті. Ясності мовлення сприяють чітка дикція,

логічне і фонетичне наголошування, правильне інтонування, розмірений та уповільнений темп, спокійний і ввічливий тон;

5) Чистота, тобто бездоганність усіх елементів мовлення, уникнення недоречних, невластивих українській мові іншомовних запозичень. Забезпечується вона системою установок, мовною грамотністю;

6) Стислість (раціональний вибір мовних засобів для вираження головної думки, тези). Ця ознака формує уміння говорити по суті;

7) Доцільність, тобто відповідність мовлення меті, умовам спілкування, стану того, хто висловлюється.

Багато питань мовної номінації тісно пов'язані з визначенням категорії норми в мові – цього складного, багатоаспектного, а часом і суперечливого явища. Слово *норма* походить від латинського *norma* – “керівний початок, правило, зразок”. О.С. Ахманова визначає поняття мовної норми так: “Прийняте мовленнєве вживання мовних засобів, сукупність правил (регламентацій), що впорядковує вживання слова, прийняте в даній мові”, а сам процес нормалізації – “встановлення норми”. До питання визначення поняття “норми” у лінгвістиці існують два підходи, що взаємодоповнюють один одного. Перший розглядає норму як закономірності, що регулюють уживання мовних засобів “нормою, у тому числі й мовознавчою, слід вважати сукупність вимог і правил, і порад, неодмінних до виконання” [6, 184–185.]. Представники другого підходу розуміють під нормою “сукупність найбільш сталих, традиційних реалізацій елементів мовної структури, відображених і закріплених суспільною мовною практикою” [8]. Об'єднуючи обидва підходи, С.І. Ожегов визначає норму так: “...норма – це сукупність найбільш придатних (“правильних”, “тим, яким надається перевага”) для обслуговування суспільства засобів мови, яка є результатом добору мовних елементів (лексичних, фонетичних, морфологічних, синтаксичних) з числа співіснуючих, наявних, заново утворених. У широкому розумінні, оцінки цих елементів” [7, 5–33].

У багатьох сферах суспільства точаться дискусії про те, чи є норма результатом об'єктивного процесу розвитку та становлення мови чи вона встановлюється лінгвістами декларативним методом. Деякі вчені (у тому числі Ф.П. Філін, П.М. Алексеєва) вважають, що сама мова є нормою. Цей вираз, на нашу думку, відображає теперішній стан речей: норма є продуктом самої мови, але вона не може бути просто результатом стихійного процесу, вона повинна

бути відображенням функціонування законів розвитку мови, узгоджуючись з вимогами об'єктивної реальності, з особливостями розвитку суспільства. Різновидом даної точки зору є концепція П.М. Алексєєва, згідно з якою норма інтерпретується, як імовірний еталон вживання лінгвістичної одиниці, своєрідний фільтр, який знаходиться між системою і мовленням.

Мовна норма повинна відчувати як віяння культурних традицій народу, так і його характер, настрої, соціальне нашарування, як поведінку людей у побуті, так і їхні погляди на соціальні проблеми, тобто бути гнучким, доцільним і гідним інструментом відображення мови в конкретній ситуації спілкування і за конкретних обставин.

Р.О. Будагов підкреслює, що “словниковий світ завжди в русі на шляху дедалі більшого вдосконалення” [1]. Д.М. Шмельов виділяє такі основні рушійні сили, якими визначається розвиток мови в цілому: 1) прагнення мотивованості мовного знака (або тенденція до експресивності); 2) прагнення до автоматичного мовного знака (або тенденція до регулярності) [10]. Друга тенденція, звичайно, пов'язана не тільки з поняттям вживаності, а й з поняттям мовних моделей. Створення і продуктивність словотворчих моделей безпосередньо торкаються також і першої тенденції, тобто функціонування в мові категорії мотивованості. Отже, обидві тенденції взаємопов'язані.

В.О. Іцкович розрізняє такі критерії норми: 1) відповідність моделі, тобто продуктивність словотворення; 2) вживаність; 3) необхідність. Тому-то сучасний менеджер має йти в ногу з часом, стежити за змінами та тенденціями мовної норми, він повинен знати, яка реальна практика вживання, наскільки вона відповідає загальним законам мови і тенденціям її сучасного розвитку. Не можна проходити повз мовні покручі, неприродне, невиправдане і незрозуміле вживання мовних норм. В умовах масової українсько-російської двомовності лексика є тим рівнем, на якому найвиразніше виявляється так звана негативна інтерференція, тобто суміш елементів лексичних систем української та російської мов. Унаслідок масового, безсистемного проникнення російськомовних елементів у структуру української мови, в умовах тривалого нерівноправного їх контактування виникло явище українсько-російського мовного “суржику” як однієї з форм українського просторіччя.

Висновок. Отже, культура мовлення – це частка загальної професійної культури менеджера, а її відсутність – свідчення бездуховності і безграмотності

людини. Мистецтво спілкування завжди вважалося органічною складовою професіоналізму ділової людини, менеджера нового типу, який повинен мати нестандартний погляд на речі, відзначатися високою етикою у спілкуванні, гнучко розподіляти обов'язки, володіти Божим даром – харизматичним вмінням подобатися людям, надихати їх, вести за собою не силою наказу, а силою аргументів, переконливого слова, яке з давніх часів вважалося божественним даром. Реформування вищої школи, а також вимоги, які висуваються до фахівця з менеджменту, вимагають змін методик вищої школи. Сучасні тенденції характеризуються переходом до гуманістичного розвитку особистості. Ефективність реформування системи освіти і фахової підготовки будуть залежати від того, як швидко вища школа зможе звільнитися від старих ідей та почне використовувати нові ідеї й концепції.

Література:

1. Будагов Р.А. Что такое развитие и совершенствование языка? / Р.А. Будагов. – 2-е изд., доп. – М.: Добросовет, 2000, 2004. – 304 с.
2. Бутенко Н. Ю. Комунікативні процеси у навчанні: Підручник / Н. Ю. Бутенко. – Вид. 2-ге, без змін. – К.: КНЕУ, 2006. – 384 с.
3. Етика ділового спілкування: Курс лекцій / [Т. К. Чмут, Т. Л. Чайка, М. П. Лукашевич, І. Б. Осетинський]. – К.: МАУП, 1999. – 2008 с.
4. Кубрак О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування: Навчальний посібник з етикету для студентів / О. В. Кубрак. – 3-тє вид., стер. – Суми: ВТД “Університетська книга”, 2005. – 222 с.
5. Культура фахового мовлення: Навчальний посібник / [За ред. Н. Д. Бабич]. – Чернівці: Книги – 21, 2006. – 496 с.
6. Михайлишин Б. Нормалізація термінології та її збагачення – заодно чи хто кого? // Матеріали 6-ї Міжнародної наукової конференції / Б. Михайлишин. – Львів, 2000. – № 402. – С. 184–187.
7. Ожегов С.И. Очередные вопросы культуры речи // Вопросы культуры речи/ С.И. Ожегов. – М., 1955. – С. 5–33.
8. Филин Ф.П. О новом толковом словаре русского языка / Ф.П. Филин. – М., 1963. – 568 с.
9. Хміль Ф. І. Ділове спілкування: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Ф. І. Хміль. – К.: “Академвидав”, 2004. – 208 с.
10. Шмелев Д.Н. Очерки по семасиологии русского языка / Д.Н. Шмелев. – М.: Просвещение, 1964. – 248 с.