

ГАВРИЛИШИН Т. В.

Національний педагогічний університет імені Михайла Драгоманова

УСНЕ ДІЛОВЕ МОВЛЕННЯ ЯК ФЕНОМЕН КУЛЬТУРИ ТА ФОРМА СПІЛКУВАННЯ

Стаття присвячена усному діловому мовленню як особливій формі спілкування офіційно-ділового стилю. Надається визначення усному діловому мовленню та характеризуються його основні ознаки. Аналізуються найпоширеніші “усні жанри” офіційно-ділового стилю (промова, доповідь, ділова бесіда, ділова розмова, інтерв’ю, прес-конференція, ділові переговори, ділова дискусія).

Ключові слова: офіційно-діловий стиль, усне ділове мовлення, промова, доповідь, ділова бесіда, ділова розмова, інтерв’ю, прес-конференція, ділові переговори, ділова дискусія.

Статья посвящена устной деловой речи как особой форме общения официально-делового стиля. Дается определение устной деловой речи и характеризуются его основные признаки. Анализируются самые распространенные “устные жанры” официально-делового стиля (выступление, доклад, деловая беседа, деловой разговор, интервью, пресс-конференция, деловые переговоры, деловая дискуссия).

Ключевые слова: официально-деловой стиль, устная деловая речь, выступление, доклад, деловая беседа, деловой разговор, интервью, пресс-конференция, деловые переговоры, деловая дискуссия.

The article deals with verbal business speech as a special form of conversation of the formal business style. The article provides the definition of the verbal business speech and specifies their fundamental criterions. The widespread oral genres of the formal business style (speech, report, business conversation, business talk, interview, press conference, business negotiation, business discussion) are analyzed here.

Key words: formal business style, verbal business speech, speech, report, business conversation, business talk, interview, press conference, business negotiation, business discussion.

Актуальність пропонованої статті полягає в тому, що саме усне ділове мовлення (на матеріалі офіційно-ділового стилю німецької мови) потребує ґрунтовнішого вивчення, адже вже існують дослідження офіційно-ділового стилю німецької мови на матеріалі писемного мовлення (різноманітних документів, банківських договорів, цінних паперів, міжнародних договорів, нормативних актів тощо).

Мета полягає в наданні характеристики офіційно-діловому стилю сучасної німецької мови в цілому, встановленні основних жанрів усного ділового мовлення, їх аналізі та розподілі за основними архітектоніко-мовленнєвими формами (монолог, діалог, полілог), визначенні мовних ознак, характерних для різних “усних жанрів” офіційно-ділового стилю.

Об’єктом дослідження в цій статті обрано усне мовлення німецьких політиків, представлене різними жанрами: доповідями,

промовами, діловими бесідами, діловими розмовами, інтерв'ю, прес-конференціями тощо.

Офіційно-діловий стиль – це мова ділових паперів: розпоряджень, постанов, програм, заяв, автобіографій, резолюцій, протоколів, актів, наказів, розсилок, а також це мова публічних виступів: промов, лекцій, бесід, доповідей, прес-конференцій, інтерв'ю, ділових переговорів, зустрічей, консультацій, нарад, зборів тощо.

Сфера вживання офіційно-ділового стилю зумовлює його жанрову розгалуженість. Кожний жанр ділового мовлення визначають наступні критерії:

- мета проведення (навіщо?);
- контингент учасників (хто?, з ким?, для кого?);
- регламент (як довго?);
- комунікативні засоби реалізації намірів (як?);
- організація просторового середовища (де?);
- очікуваний результат (який?) [1:37].

Обслуговуючи потреби державного, громадського, економічного та політичного життя суспільства, тексти офіційно-ділового стилю мають помітні відмінності й у межах того самого жанру. Однак їм притаманні дуже виразні спільні мовні ознаки:

- наявність реквізитів, які мають певну черговість (у різних жанрах офіційно-ділового стилю склад реквізитів неоднаковий, він залежить від змісту документу, його призначення й способу опрацювання);

- точність, послідовність й лаконічність викладу фактів, гранична чіткість висловлювання (офіційно-діловий стиль позбавлений образності, емоційності та індивідуальної авторської своєрідності [2:9]);

- наявність усталених мовних зворотів, певна стандартизація початків і закінчень документів (широке вживання готових мовних конструкцій, часта повторюваність тих самих слів, форм, зворотів, конструкцій як результат прагнення до однотипності способів вираження думки у подібних ситуаціях, наприклад: *zur Genehmigung vorgelegte (Dokumente, Vorträge, Abänderungen), übertragene Befugnisse, in Kraft treten, sich aus den Gesetzen ergeben; als Anlage senden wir Ihnen ...; den Eingang des Schreibens bestätigen; für die Richtigkeit der Abschrift ...; gültig sein, gleiche Gültigkeit haben, souveräne Gleichheit,*

Achtung der Souveränität, innewohnende Rechte, Unverletzlichkeit der Grenzen, Nichteinmischung in innere Angelegenheit, Achtung der Menschenrechte und Grundfreiheiten, Gleichberechtigung und Selbstbestimmungsrecht der Völker, Zusammenarbeit zwischen den Staaten);

- лексика здебільшого нейтральна, слова вживаються в прямому значенні (залежно від галузі вживається суспільно-політична, професійно-виробнича, науково-термінологічна лексика, “канцелярська” лексика: *oben genannt, schon erwähnt, in Kraft treten, tätig sein* та ін., у дипломатичній сфері – терміни дипломатичні, інтернаціоналізми.

- аббревіатури (назви установ, організацій, служб, приладів, систем);

- з метою чіткішої організації текст поділяється на параграфи, пункти, підпункти [3:8];

- часте вживання словосполучень з дієсловами у формі теперішнього часу зі значенням по часовості: *das hat den Platz, der Rat betrachtet*. Уживаються також звороти *laut dem Original, ein Gesetz verabschieden, eine Resolution annehmen, einen Beschluss fassen, sich mit der Anmeldung wenden, eine Erklärung abgeben, einen Dank abstatten*;

- підкреслено-директивний та настановчо-інформативний характер (неозначена форма, наказовий спосіб та пасивний стан дієслів, безособові конструкції (*der Antrag wurde gestellt; der Preis wurde verliehen; das wurde erschlossen; die Frage wird besprochen; der Beschluss wird gesendet; ich befehle ..., die Konsequenzen ziehen, es ist zulässig (unzulässig, erforderlich)*) [4:149];

- віддієслівні іменники застосовуються частіше, аніж дієслова: *das Erfüllen, das Erschließen, das Bewahren, das Erhalten*;

- прості поширені речення (кілька підметів при одному присудку, кілька присудків при одному підметі, кілька додатків при одному з головних членів речення тощо). Уживаються також складні речення із сурядним і підрядним зв'язком [2:11].

Універсалізація форми висловлення думки полегшує сприйняття змісту документа, концентрує увагу на кожному його положенні, спрощує процес складання окремих видів ділових паперів.

Традиційний прямий порядок слів: підмет перед присудком, узгоджене означення перед означуваним словом, неузгоджене – одразу після означуваного слова, додаток – після керуючого слова.

Предметом пропонованого дослідження є функціональні характеристики усного ділового мовлення, метою – визначення основних ознак його жанрових форм.

Одним з найпоширеніших форм усного ділового мовлення виступає **публічний виступ**. Виступ – вид усного публічного мовлення, який переслідує певну мету (інформаційну, переконання тощо) [3:34]. Основними жанрами публічних виступів є доповідь, промова, лекція, повідомлення, бесіда [5:113].

Доповідь – жанр публічних виступів, завдання якого полягає у доступній формі викласти нові відомості, донести до слухачів певну інформацію [6:97].

Доповідь, на думку Л. М. Головатой, може бути політичною, науковою, діловою, звітною. *Політична доповідь* завжди актуальна, відіграє важливу роль у житті держави. Тому вона повинна бути глибоко виваженою, науково обґрунтованою. Політична доповідь виголошується здебільшого керівними партійними діячами, головнокомандувачами держав, ведучими політичними діячами і тими, хто більшою чи меншою мірою пов'язаний з політикою. Вона є поширеною формою роз'яснення широким масам питань внутрішньої та зовнішньої політики країни, а тому політична доповідь є завжди програмною. З політичними доповідями офіційні особи виступають на масових зібраннях, з'їздах, на сесіях та міжнародних форумах [7:157].

Для *наукової доповіді* характерні точність фактів, переконливість, логічна обґрунтованість [5:113]. Наукова доповідь – це виступ, у якому узагальнюють наукові дані, інформують про досягнення, відкриття чи результати наукових досліджень [3:37]. Вона узагальнює наукові дані, інформує про досягнення, відкриття чи результати наукових досягнень. Звісно, такі доповіді заслуховуються в наукових установах, на різних зібраннях учених, конференціях, симпозіумах тощо.

Ділова доповідь – це документ, що містить виклад нових питань обов'язково з висновками та пропозиціями. Ділова доповідь дає чималий обсяг інформації й розрахована на обізнаних слухачів. У ній порушуються й пропонуються для розв'язання назрілі проблеми певної галузі. У діловій доповіді ставляться і накреслюються шляхи розв'язання різних практичних питань життя і діяльності певного колективу. Особливістю ділової доповіді є те, що її текст може бути

предметом обговорення, зазнавати критики, доповнюватися новими положеннями тощо.

Звітну доповідь можна назвати різновидом ділової. Однак, якщо в звичайній діловій доповіді йдеться про обмежене коло питань роботи колективу, організації, то у звітній доповіді робиться повідомлення про результати всієї роботи за певний період. Тут повідомляється не про одну чи кілька ділянок роботи, а про всю діяльність [7:158].

Промова – це усний виступ з метою висвітлення певної інформації та впливу на розум, почуття й волю слухачів, це агітаційний закличний виступ на мітингах або масових зборах. Такі виступи присвячені злободенній, суспільно значимій темі, до якої прикована увага всіх присутніх.

Найпоширенішою, як зазначає М. В. Гуць, є *мітингова промова*. Тема промови на мітингу для присутніх, як правило, не нова, тому перед оратором при підготовці цієї промови стоїть завдання розкрити тему по-новому, підкріпити думки цікавими, переконливими та свіжими фактами, цифрами, щоб така промова була колективним вираженням спільних почуттів і прагнень або ж мобілізувала колектив на досягнення важливої і невідкладної мети [5:168]. Вона завжди актуальна, хвилююча, має гостре політичне спрямування, яскраву емоційність і закличний характер. Оперуючи цифрами й фактами, промовець, не поспішаючи, повинен запалити слухачів пафосним виступом, привертаючи їхню увагу до існуючих проблем.

Однак, крім мітингових, є *промови агітаційні*. Їх мета – у лаконічній та емоційній формі розв'язати якесь важливе питання. Агітаційні промови часто набувають характеру задушевної розмови.

Політична промова характеризується орієнтацією на логічний, а не емоційний вплив (стриманістю в проявах емоцій), аргументованістю. Її виголошують керівники партій і уряду з внутрішніх і зовнішньополітичних проблем. Політичні промови носять програмний характер.

Ювілейній промові властива святковість, урочистість. Вона присвячується певній даті підприємства, організації, установи чи окремої особи. В ювілейних промовах увага зосереджується на успіху, підсумках роботи. Критика у них відсутня або ж набуває характеру добрих побажань. Ювілейна промова, як і агітаційна, має характер експромту, імпровізації.

Лекція – це форма пропаганди наукових знань. Якщо розглядати вузьке коло питань, то це – повідомлення [5:114].

Ділова бесіда – це жанр усного ділового мовлення, форма міжособистісного спілкування, що передбачає обмін поглядами, думками, інформацією, напрямками розв’язання тієї чи іншої проблеми.

У бесіді обов’язковою є участь двох сторін.

Успіх бесіди багато в чому залежить від того, наскільки знайомі партнери, чи правильно вони визначили характер один одного і вибрали тональність розмови [8:55].

До основних функцій будь-якої ділової бесіди можна віднести наступні:

- початок інноваційних заходів і процесів;
- контроль і координування вже початих заходів, акцій;
- обмін інформацією; взаємне спілкування працівників однієї організації, міжособистісні і ділові контакти;
- підтримка ділових контактів з партнерами в зовнішньому середовищі;
- пошуки, висунення і оперативна розробка нових ідей і задумів;
- стимулювання руху людської думки в нових напрямках.

Як правило, ділові бесіди плануються заздалегідь. У процесі підготовки визначається предмет бесіди, коло питань, які слід обговорити, основні наміри, які необхідно здійснити. При проведенні бесід використовуються всілякі документи і матеріали. Ділова бесіда складається, на думку Ф. І. Хміля, з п’яти фаз:

- початок бесіди (встановлення контакту, створення сприятливого для бесіди “клімату стосунків”);
- передача інформації;
- з’ясування позиції співрозмовника;
- спільний аналіз проблеми (нівеляція сумнів співрозмовника, його зауважень, пошук варіантів рішення тощо);
- ухвалення рішень [6:99].

В усному діловому спілкуванні значною є й роль розмов по телефону, що прискорюють у деяких випадках спілкування. *Ділова бесіда по телефону* – найшвидший діловий контакт і особливе вміння. Значення телефонного спілкування важко переоцінити, оскільки це найпростіший спосіб встановлення контакту; телетексти, телетайпи, факси лише доповнюють його. Уміння ділових людей вести телефонну

комунікацію впливає на їх особистий авторитет і на реноме фірми, організації, яку вони представляють.

Під час телефонної розмови реалізуються такі “процеси” ділового спілкування, як:

- сприймання та оцінка партнерами один одного;
- обмін інформацією;
- організація взаємодії [8:87].

У **діловій розмові** варіюються ясно осмислені цілі, інтуїтивні резони і несвідомі мотиви. На відміну від бесіди, розмова є формою ситуаційного контакту. Мета такої комунікації – обмін інформацією з конкретного питання. Учасників – двоє, регламент залежить від міри важливості предмету. Комунікативні засоби, як правило, типові для будь-якої розмови: обмін репліками, питаннями і відповідями, думками і оцінками.

Щоб досягти очікуваного результату, необхідно, аби всі компоненти розмови були обґрунтовані і мотивовані, а просторове середовище організоване так, щоб не було зовнішніх перешкод і при необхідності була збережена конфіденційність (без свідків).

Ефективність розмови, як і всіх комунікативних жанрів, може залежати не лише від компетентності його учасників, але й від манери триматися, рухатися, мовної культури й уміння слухати, здатності “вести свою лінію”, формулювати свою власну думку, обґрунтовувати заперечення та ін.

Інтерв’ю – жанр усного ділового мовлення, метод отримання інформації для написання журналістських текстів. Специфіка інтерв’ю як жанру, на думку М. В. Гуця, І. П. Ющука, полягає в тому, що факт, подія, явище, їх суспільно – політичне значення розкривається через повідомлення, думку компетентного співбесідника, який володіє необхідною інформацією. Надання її “з перших рук”, через пряму мову створює відчуття більшої достовірності. Саме інтерв’ю, зберігаючи риси живого спілкування журналіста зі співрозмовником, створює ефект співучасті. Розмовляти може один (група журналістів) з однією або кількома особами одночасно. Отже, інтерв’ю – бесіда журналіста з компетентними людьми на суспільно значущу тему, призначена для опублікування у пресі, передачі по телебаченню або радію.

Мета бесіди журналіста з людиною, яка володіє необхідною суспільно значущою інформацією, отримати і повідомити читачеві,

слухачеві, глядачеві нові, невідомі раніше факти про важливу, цікаву для багатьох подію; проаналізувати, прокоментувати явища, події, факти, які викликали інтерес громадськості; ознайомити з думкою офіційних осіб про ті чи інші суспільно вагомні питання, проблеми, роз'яснити їх суть, порадити, як подолати труднощі, досягти намічених цілей.

Основною жанровою характеристикою інтерв'ю є його діалогічний (питання-відповідь) характер.

Залежно від мети і змісту інтерв'ю поділяють на:

1) *офіційні (протокольні)* – це записи бесід представників преси з провідними політичними діячами тієї чи іншою країни;

2) суто *інформаційні інтерв'ю* (повідомлення), покликані повідомити думку авторитетної особи, кваліфікованого спеціаліста про події, факти, як правило, досить оперативного характеру. Його ознаками є актуальність, новизна інформації, її компактність, зрозумілість;

3) *портретні* (інтерв'ю-замальовки), головним завданням яких є показати людину, всебічно розкрити її особливості, риси характеру, нахили, смаки, погляди. У портретному інтерв'ю передусім важливо зберегти індивідуальність мови співбесідника, «почути» та зрозуміти розмовника;

4) *проблемні* (публіцистичний діалог) розглядають актуальні питання перебудови всіх сфер соціального життя. Проблемне інтерв'ю вимагає зрозумілих питань, обов'язковим для нього є зіставлення думок, відстоювання особистої точки зору, громадської позиції. Проблемне інтерв'ю нерідко має характер публіцистичного діалогу, метою якого є з'ясування істинних причин і наслідків того чи іншого явища, всієї правди про нього.

Залежно від методу освоєння і викладу матеріалу розрізняють інтерв'ю-монолог, інтерв'ю-звіт, інтерв'ю-діалог, інтерв'ю-полілог, інтерв'ю-анкету.

1. *Інтерв'ю-монолог* – суспільна розповідь, у якій інтерв'юйована особа відповідає на одне запитання газети чи журналіста.

2. *Інтерв'ю-звіт* – це виклад бесіди, її найважливіших, найістотніших моментів. Відповіді журналіст переповідає або відтворює у скороченому вигляді. Таке інтерв'ю є коротким звітом про розмову й іноді публікується з посиланням на співрозмовника.

3. У групі *інтерв'ю-повідомлень* найбільш поширеним є *інтерв'ю-діалог*, яке викликає інтерес у читача, слухача чи глядача, коли запитання і відповіді безпосередні, логічні, пронизані основною ідеєю, чітко, послідовно і глибоко розкривають мету бесіди.

4. Справжній “круглий стіл” починається там, де є безпосереднє спілкування учасників, реальне обговорення, спрямоване на дослідження актуальної проблеми, яка хвилює не тільки тих, що зібралися, а й широке коло читачів, слухачів та глядачів. *Інтерв'ю-полілог* (бесіда за круглим столом) – групове, масове інтерв'ю, воно передбачає демократичність стосунків. “Круглий стіл з гострими кутами”, тобто цікавими думками, несподіваними ідеями, оцінками, виходить тоді, коли “стіл дійсно круглий” – учасники обговорюють проблему на основі повної рівності, ширості, зацікавленості.

5. Широкого розповсюдження набули *інтерв'ю-анкети* – цикл коротких бесід або письмових відповідей на одне запитання. На основі відповідей створюється уявлення про те чи інше явище, подію, факт, які цікавлять громадськість. Інтерв'ю-анкети допомагають краще уявити читача, з'ясувати його інтереси, нахили. Анкетування часто є своєрідним соціологічним дослідженням [5:180].

Прес-конференція – це зустріч офіційних осіб (керівників, політичних діячів, представників державної влади, фахівців із зв'язків з громадськістю, бізнесменів і т.п.) з представниками преси, телебачення, радіо з метою інформування громадськості по актуальних питаннях. Це загальноприйнятий і ефективний засіб надання пресі інформації [9:150]. Ініціаторами прес-конференцій зазвичай виступають органи влади, організації, “важливі” персони, але вони можуть проводитися і за ініціативою самих журналістів, зацікавлених в професійних коментарях тих або інших подій. Таким чином, мета прес-конференції – це інформаційно-керована спрямованість, тобто представлення точки зору фірми (організації) на деяку суспільно значиму проблему в контексті стратегічної комунікативної політики, а також для підтримки іміджевих і рекламних цілей.

Ділові перемовини – це жанр усного ділового мовлення, це обговорення певного питання з метою укладання угоди між кимось. Перемовини є важливим видом ділового спілкування. З їх допомогою встановлюються ділові зв'язки, укладаються угоди, приймаються важливі рішення, підписуються відповідні документи, координується

спільна діяльність різних фірм, установ, підприємств. Ділові перемовини – процес поетапного досягнення згоди між партнерами за наявності різних, а інколи суперечливих інтересів [6:142].

Перемовини – ефективний засіб розв'язання конфліктів, суперечок, встановлення добрих стосунків та налагодження співробітництва. Однак, слід пам'ятати, що перемовини – це не дискусія, не поле бою. Перемовини потрібні для прийняття спільних рішень.

При організації перемовин на перший план висувається володіння інформацією.

Основні структурні елементи перемовин, як зазначає Н. М. Ботвина:

1. Вітання учасників, знайомство сторін.
2. Виклад проблем та мети перемовин.
3. Діалог учасників, що передбачає уточнення, обговорення та узгодження позицій, з'ясування взаємних інтересів.
4. Підбиття підсумків і прийняття рішень.
5. Закінчення перемовин [8:56].

Ділова дискусія – це жанр усного ділового мовлення, це обмін думками з питання відповідно до більш менш певних правил процедури і за участю всіх або окремих її учасників. Ділова дискусія – публічне обговорення певного спірного питання [6:111]. Багато ділових зборів і наради також проводяться у вигляді дискусій. При масовій дискусії всі учасники, за винятком голови, знаходяться в рівному положенні. Спеціальне питання обговорюється в певному порядку, зазвичай відповідно до строгого регламенту і під головуванням посадової особи. Групова дискусія відрізняється тим, що спеціально підготовлена група обговорює питання, дискутує перед аудиторією. Метою такої дискусії є представлення можливих вирішень проблеми, обговорень протилежних точок зору по спірних питаннях, презентація нової інформації. У груповій дискусії як опоненти можуть брати участь від трьох до восьми – десяти осіб, не враховуючи ведучого. Основний комунікативний засіб – діалог, який кожного разу ведуть лише два учасники. Число учасників групової дискусії може мінятися в ту або іншу сторону залежно від запасу часу, складності й актуальності проблеми і наявності компетентних фахівців, які можуть брати участь в обговоренні.

Отже, офіційно-діловий стиль сучасної німецької мови представлений у таких найпоширеніших жанрах: промові, доповіді, діловій бесіді, діловій розмові, інтерв'ю, прес-конференції, ділових переговорах, діловій дискусії.

Перспективи дослідження. Проведене дослідження дозволяє поглибити вивчення усної форми ділового мовлення сучасної німецької мови, його специфічних ознак відповідно до характеристик функціонального стилю, а також дозволяє встановити та проаналізувати основні жанри усного ділового мовлення та розподілити їх за основними архітектоніко-мовленнєвими формами (монолог, діалог, полілог).

Таблиця 1

Характеристика жанрів усного ділового мовлення за архітектоніко – мовленнєвими формами

Жанри	Монолог	Діалог	Полілог
Доповідь	+		
Промова	+		
Лекція	+		
Ділова бесіда		+	+
Ділова розмова		+	
Інтерв'ю		+	+
Прес – конференція			+
Ділові переговори		+	+
Ділова дискусія		+	+

ЛІТЕРАТУРА

1. Рахманін Л. В. Стилистика деловой речи и редактирование служебных документов / Л. В. Рахманін. – М. : Высшая школа, 1997. – 248 с.
2. Шевчук С. В. Українське ділове мовлення : [навч. посібник] / Світлана Володимирівна Шевчук. – [4-те вид., випр.] – К. : Вища школа, 2005. – 302 с.
3. Ботвина Н. М. Офіційно-діловий та науковий стилі української мови : [навч. посібник] / Наталія Володимирівна Ботвина. – К. : Артєк, 1999. – 258 с.
4. Брандес С. В. Стилистика текста : [теор. текст, учебник] / Маргарита Петровна Брандес. – М. : Прогресс – Традиция, 2004. – 416 с.
5. Гуць М. В. Українська мова у діловому спілкуванні : [навч. посібник] / [М. В. Гуць, І. Г. Олійник, І. П. Юшук ; за заг. ред. М. В. Гуця]. – К. : Біноватор, 2005. – 352 с.
6. Хміль Ф. І. Ділове спілкування : [навч. посібник для студ. вищих навч. закладів] / Федір Іванович Хміль. – К. : Академвидав, 2004. – 280 с.
7. Головата Л. М. Культура усного і писемного професійного мовлення : [посібник для студ. фак-тів фіз-ння] / Любов Михайлівна Головата. – Тернопіль : Підручники і посібники, 1997. – 192 с.
8. Ботвина Н. М. Міжнародні культурні традиції : мова та етика ділового спілкування : [навч. посібник] / Наталія Володимирівна Ботвина. – К. : Артєк, 2000. – 192 с.
9. Теорія та практика радянської журналістики. Основи майстерності. Проблеми жанрів : [навч. посібник для студ. фак-тів журналістики] / під ред. В. Й. Здоровеги. – Львів : Вид-во ЛДУ, 1989. – 365 с.