



уватися новітні методи подачі матеріалу, а надалі і їх реалізація на практиці.

Адже завдяки спільним зусиллям держави та педагогічного колективу вищої школи професійна підготовка документознавця в інформаційному середовищі набуде якісного та ефективного підходу.

У процесі навчання повинна реалізуватися структура «викладач → інноваційні методи подачі матеріалу → студент → новітня практика». І тільки завдяки такій схемі і впливу модерного суспільства професія «Документознавець» вийде на сучасний рівень професійної підготовки у галузі інформаційного середовища.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бордюк В.М. Психолого-педагогічні особливості професійного розвитку майбутнього документознавця / В.М. Бордюк // Нова педагогічна думка. – 2013. – № 2. – С. 35–39.

2. Варенко В.М. Компетентнісний підхід у підготовці майбутніх документознавців на прикладі

дисципліни «Інформаційно-аналітична діяльність» / В.М. Варенко // Вісник книжкової палати. – 2012. – № 10. – С. 28–30.

3. Гайсинюк Н.А. Педагогічні засади підготовки документознавців в умовах інформатизації суспільства : автореф. дис. ... канд. пед. наук / Н.А. Гайсинюк. – К., 2003. – 23 с.

4. Малик Г.М. Застосування методу моделювання у реалізації компетентнісного підходу до професійної підготовки майбутнього документознавця / Г.М. Малик // Вища школа. – 2012. – № 1. – С. 70–85.

5. Матвієнко О.В. «Електронний документообіг»: навчальний курс у системі професійної підготовки документознавців / О.В. Матвієнко // Вісник книжкової палати. – 2007. – № 10. – С. 30–32.

6. Палеха Ю.І. Підготовка документознавців-інформаційних аналітиків – нагальна потреба інформаційного суспільства / Ю.І. Палеха // Студії з архівної справи та документознавства. – 2007. – Т. 15. – С. 108–111.

7. Про Концепцію Національної програми інформатизації : Закон України від 9 лютого 2006 р. № 3421CIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=75%2F98C%E2%F0>.

УДК 378

ДІЛОВИЙ ДИСКУРС У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ МАЙБУТНЬОГО ЕКОНОМІСТА: АСПЕКТ ФОРМУВАННЯ ДОСВІДУ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Хачатрян Є.Л., аспірант

кафедри іноземних мов та перекладу

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

У статті проаналізовано термін «дискурс» у гуманітарних науках. Здійснено спробу уточнити співвідношення «дискурс – текст». Виокремлено види ділового дискурсу у професійній діяльності майбутнього економіста у процесі міжкультурної комунікації.

Ключові слова: дискурс, міжкультурна комунікація, діловий дискурс, майбутній економіст, професійна діяльність.

В статье проанализирован термин «дискурс» в гуманитарных науках. Сделана попытка уточнить соотношение «дискурс – текст». Выделены виды делового дискурса в профессиональной деятельности будущего экономиста в рамках межкультурной коммуникации.

Ключевые слова: дискурс, межкультурная коммуникация, деловой дискурс, будущий экономист, профессиональная деятельность.

Khachatryan Y.L. BUSINESS DISCOURSE IN PROFESSIONAL ACTIVITY OF FUTURE ECONOMIST: THE ASPECT OF FORMING EXPERIENCE OF CROSS-CULTURAL COMMUNICATION

This article analyses the term “discourse” in the humanities. An attempt is made to clarify the relation between “discourse” and “text”. There are singled out types of business discourses in the professional activity of the future economist in the framework of intercultural communication.

Key words: discourse, cross-cultural communication, business discourse, future economist, professional activity.

Постановка проблеми. У сучасних умовах міжнародної економічної інтеграції України у світове співтовариство значно

зростають обсяги співпраці між підприємствами, установами, фірмами, окремими фахівцями – представниками різних біз-



нес-культур. Результати професійної взаємодії під час міжкультурної комунікації (надалі – МКК) значною мірою залежать від здатності будувати конструктивні й діалогічні ділові відносини, досягати взаєморозуміння на основі толерантного ставлення до «інакшості» та культурних особливостей партнера з комунікації.

Міжнародні контакти вимагають від фахівців уміння здійснювати ділову комунікацію (телефонні розмови, переписку тощо), а також ефективно вести ділові переговори, працювати в міжкультурній команді над спільними проектами, компетентно управляти конфліктною ситуацією у разі її виникнення через зіткнення національно-культурних стереотипів мислення і комунікативної поведінки. Вирішальний вплив на успішність міжнародної співпраці має рівень міжкультурної дискурсивної компетентності, що передбачає здатність фахівців до комунікативно-мовленнєвої діяльності у ситуаціях професійної діяльності.

Тож підготовка майбутніх економістів до ефективної МКК завдяки формуванню дискурсивної компетентності є нагальним завданням вищої школи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти цієї проблеми досліджено в роботах науковців за такими напрямками: формування комунікативної компетентності особистості та її складових (Н. Бабиц, О. Біляєв, М. Вашуленко, В. фон Гумбольдт, О. Духнович, О. Леонтєв, Л. Мацько, М. Пентиліук, О. Потєбня, Т. Симоненко, В. Сухомлинський, Л. Щєрба та ін.), розвиток комунікативних умінь і навичок в усному мовленні під час вивчення іноземної мови (Н. Гез, Д. Ізарєнков, Ю. Пассов, В. Скалкін та ін.), різні аспекти міжкультурної комунікації (Т. Грушевицька, О. Садохін, Л. Куликова, О. Леонтович, Н. Шамне, Й. Стернін, С. Тер-Минасова, В. Топорова та ін.), дослідження комунікативної культури та комунікативної компетентності (С. Андрєєва, Є. Білицька, В. Єршова, Р. Льюїс, А. Стеблєцова та ін.).

Дослідженню проблеми формування дискурсивної компетентності присвячено роботи таких науковців: І. Ухванова-Шмигова, Ф. Бацевич, В. Карасик, Н. Гальськова, Н. Формановська, О. Кубрякова та ін. Теоретичні питання щодо дискурсу розглянуто у працях В. Борботька (загальна теорія дискурсу), М. Ільїної, В. Степанова (різні види дискурсу), К. Седова, Т. Шмельова, Т. ван Дейка (дискурсивне мислення і комунікативний дискурс), В. Карасика, Л. Зубкової, С. Мелікян, С. Павлової, Й. Стерніна, В. Хохлової та

ін. (аналіз національних стилів комунікації та спілкування).

Водночас питання щодо видів ділового дискурсу у професійній діяльності майбутнього економіста не були об'єктом спеціального дослідження. Їх визначення є необхідним для формування дискурсивної компетентності, яка створює основу для набуття міжкультурної компетентності фахівців з економіки.

Постановка завдання. Мета статті – проаналізувати термін «дискурс» у гуманітарних науках, уточнити співвідношення понять «дискурс – текст», виокремити види ділового дискурсу у професійній діяльності майбутнього економіста у процесі міжкультурної комунікації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дискурс – це багатозначний термін у гуманітарних науках (лінгвістика, літературознавство, семіотика, соціологія, філософія, етнологія і антропологія), предмет яких прямо або опосередковано передбачає вивчення різних аспектів функціонування мови. Чіткого та загальновибраного визначення поняття «дискурс», що охоплювало б усі випадки його вживання, не існує (і не виключено, що саме це сприяло широкій популярності терміна).

Дискурс у широкому розумінні є складною єдністю мовленнєвих практик та екстралінгвістичних чинників, що відображають комунікативну ситуацію, тобто дають уявлення про учасників комунікації, їхні установки та цілі, умови спілкування. Традиційно дискурс означає повідомлення окремого суб'єкта у формі тексту (письмового, але найчастіше усного).

У філософії дискурс трактують як вербально артикульовану форму об'єктивації змісту свідомості, що регулюється домінуючим у тій чи іншій соціокультурній традиції типом раціональності [6, с. 327].

Філософського смислу цей термін набув завдяки роботам М. Фуко. «Дискурс» або «дискурсія» він розуміє як складну сукупність мовленнєвих практик [6, с. 332]. В «археологічних» і «генеалогічних» пошуках М. Фуко «дискурс» виявляється своєрідним інструментом пізнання соціокультурної взаємодії. Згідно з його поглядами, важливим є не денотативне значення висловлювання, а, навпаки, вчитування у дискурсі тих значень, що відображають соціокультурні комунікативні ситуації. У зв'язку з цим виникає проблема аналізу «дискурсивної події» у контексті екстралінгвістичних умов виникнення різних видів дискурсу – економічних, політичних та ін.

Дискурс і комунікація як поняття тісно пов'язані між собою. Комунікація (лат.



communication – повідомлення, передавання) – це смисловий і ідеально-змістовий аспект соціальної взаємодії. Дії, свідомо орієнтовані на їх смислові сприйняття, називають комунікативними. Основною функцією комунікації є досягнення соціальної спільності й одночасне збереження індивідуальності кожного її учасника. Структура найпростішого комунікативного акту як мінімум охоплює двох учасників-комунікантів, які наділені свідомістю і володіють нормами певної семіотичної системи, наприклад, мови; ситуацію (або ситуації), яку вони прагнуть зрозуміти й осмислити; тексти, що виражають смисл ситуації через мовні засоби або елементи цієї семіотичної системи; мотиви і цілі комунікантів, які надають спрямованості мовленнєвим суб'єктам; процес матеріального передавання текстів. Таким чином, тексти, дії із їх створення і, навпаки, дії із реконструкції їх змісту і смислу пов'язані зі здатністю людини до мисленнєво-мовленнєвої діяльності.

Основною сферою вживання терміна «дискурс» є лінгвістика. Вперше його використано американським лінгвістом З. Харрісом в опублікованій 1952 р. статті, присвяченій дискурс-аналізу. Зі становленням дискурсного аналізу як спеціальної галузі досліджень з'ясувалося, що значення дискурсу не обмежується письмовою й усною мовою, а позначає, крім того, і немовні семіотичні процеси. Акцент в інтерпретації дискурсу ставиться на його інтеракційний природі. Дискурс – це мова, занурена в соціальний контекст (із цієї причини поняття «дискурс» рідко вживається стосовно стародавніх текстів). Дискурс не є ізольованою текстовою або діалогічною структурою, оскільки набагато більше значення у його рамках набуває паралінгвістичний супровід мови, що виконує низку функцій (семантичну, референтну, емоційно-оцінну, ритмічну та ін.).

У лінгвістиці обговорюється питання про співвідношення тексту і дискурсу. Часте ототожнення тексту і дискурсу пов'язане, по-перше, з відсутністю у деяких європейських мовах терміна, еквівалентного французькому та англійському discours(e) (бесіда, розмова, мовлення, комунікація усна або письмова), а по-друге, з тим, що раніше поняття «дискурс» охоплювало лише мовленнєву практику.

Як відомо, Ф. де Соссюр у мовленнєвій діяльності вирізняє два аспекти: мову як систему знаків певної національної спільноти і мовлення як реалізацію мовної системи в конкретних мовленнєвих актах окремого індивідуума [7, с. 21–23]. Продуктом

мовленнєвої діяльності є текст у письмовій чи усній формі, який породжується із певним наміром у конкретній комунікативній ситуації і смисл якого можна зрозуміти, якщо розуміти соціальний контекст комунікації.

Бельгійський лінгвіст Е. Бюїссанс у 1940-х рр. вводить у бінарну соссюрівську опозицію мова/мовлення новий елемент – дискурс і визначає його як «провідник» між абстрактною мовною системою і живою мовою, як механізм актуалізації мови в мовленні [5].

Т.А. ван Дейк розглядає дискурс як «складне комунікативне явище, яке охоплює, окрім тексту, ще й екстралінгвістичні фактори (знання про світ, думки, настанови, цілі адресата), необхідні для розуміння тексту» [2, с. 8]. Таке розуміння дискурсу означає, що цей феномен має одночасно соціальний, особистісний і лінгвістичний аспекти. Людина розуміє смисл тексту тільки тоді, коли орієнтується у комунікативній ситуації, про яку йдеться. Дискурс як «текст у контексті» передає інформацію про події, предмети і людей, їхні властивості і взаємини, тобто про обставини, які створюють деякий «фрагмент світу, який ми називаємо ситуацією» [2, с. 68–69].

Т.А. ван Дейк вважає, що знання типових ситуацій необхідне людині для здійснення відповідного виду діяльності, а також для розуміння того, що роблять інші люди в таких ситуаціях [2, с. 69]. Тож обізнаність щодо засобів репрезентації знань, «модель ситуації», дозволяє людині оперативно здійснювати інтерпретацію тексту будь-якої тематики. Схема аналізу соціального контексту комунікативної ситуації (за Т.А. ван Дейком) складається з таких елементів: загальний соціальний контекст створення повідомлення, характеристика учасників соціальної взаємодії (позиції, властивості, взаємини, функції), індивідуальний досвід кожного з них (знання, думки, потреби, бажання, уподобання, взаємини, настанови, почуття, емоції). Таку схему може бути використано для інтерпретації різноманітних комунікативних ситуацій у будь-якій сфері діяльності людини, зокрема і професійній.

Слід зазначити, що розуміння й інтерпретацію іншомовного дискурсу значно ускладнено через національні відмінності у світогляді, культурні розбіжності у соціальних нормах комунікативної поведінки, а також індивідуальні особливості світосприйняття людини.

Важливим питанням є з'ясування співвідношення «текстуальний» і «дискурсивний аналіз». Як зауважила В. Чернявська, на



рівні аналізу тексту «встановлюється комунікативна функція тексту, його комунікативні центри; виявляється, про що йдеться у тексті, кому адресовано повідомлення, як актуалізується у текстовій тканині адресат, які стратегії тематичного розгортання, що забезпечують зв'язок окремих висловлювань між собою і їх тематичну прогресію, як актуалізуються певні сегменти знання тощо» [9, с. 78–79].

Аналіз дискурсу починається «із проєктування на елементи змістово-сміслової і композиційно-мовної організації тексту, психологічних, політичних, національно-культурних, прагматичних та інших факторів» [9].

Таким чином, у центрі уваги дискурсивного аналізу перебуває максимально повна інтерпретація тексту, що досягається за допомогою залучення у хід інтерпретації екстралінгвістичного контексту, що враховує когнітивні процеси породження і сприйняття тексту, а також прагматичний вимір та зв'язок з іншими текстами.

Із позицій соціолінгвістики можна виокремити два основні типи дискурсу: персональний (особистісно орієнтований) та інституціональний. У першому випадку мовець виявляє себе як особистість у всьому багатстві свого внутрішнього світу, у другому – як представник певного соціального інституту [4].

Інституційний дискурс є спілкуванням у заданих рамках статусно-рольових відносин. У сучасному суспільстві В. Карасик вирізняє такі види інституційного дискурсу: політичний, дипломатичний, адміністративний, юридичний, військовий, педагогічний, релігійний, медичний, діловий, рекламний, науковий та ін. [4]. Цей список можна змінити або розширити, оскільки суспільні інститути істотно відрізняються один від одного і не можуть розглядатись як однорідні явища; крім того, вони історично мінливі, можуть зливатися один з одним і виникати як різновиди в рамках того або іншого типу.

Розглянемо особливості економічного дискурсу, сукупність комунікативно-мовленнєвих практик у сфері економіки, а також усні та письмові тексти, що відображають реалії ділового спілкування.

Текст є статичним продуктом мовленнєвої свідомості суб'єкта, детермінований потребами спілкування, передбачає певний вплив на співрозмовника/читача відповідно до задуму автора. Таким чином, текст – це абстрактна, формальна конструкція, а дискурс – це різні види її актуалізації, що розглянуто у зв'язку з екстралінгвістичними факторами, тобто як складне комуніка-

тивне явище, що охоплює текст і контекст, необхідний для осмислення змісту тексту. Розуміння контексту передбачає екстралінгвістичні знання про навколишній світ, думки, установки, цілі адресата, відносини комунікантів. Таким чином, дискурс є зв'язним текстом у сукупності з позамовними факторами (прагматичними, соціокультурними та ін.) [10].

У професійному спілкуванні важливу роль відіграють норми і цінності, конкретні форми і способи взаємодії людей під час вирішення ділових питань, а також стереотипи комунікативної поведінки, що пов'язані зі службовою посадою та іншими факторами. Усталені в мовленнєвій практиці зразки використання стратегій, прийомів вибору мовних засобів формують дискурс професійного спілкування у всій різноманітності його форм і видів.

Комунікативні кліше в рамках інституційного дискурсу є своєрідними ключами для розуміння усієї системи відносин у відповідній інституції. Науковці (В. Карасик, W. Orlikowski, J. Yates та ін.) розглядають інституційний діловий дискурс (ІДД) як складний об'єкт, що має низку інституційних і когнітивно-лінгвістичних особливостей, які відрізняють його від інших типів дискурсу. ІДД відображає процес творчого слідування нормам, що диктуються і пізнаються через складну та багатовимірну «професійну» картину світу; ці норми актуалізовані через базисні поняття ділової культури, професійно спрямовані ідеї і концепти, норми інституційної та міжособистісної поведінки, що детермінують ділове спілкування, ціннісні орієнтації; схеми, фрейми стереотипних ситуацій, формули; спеціальний тезаурус (наприклад, слова-сигнали). Такі знання вербалізуються у текстах професійної спрямованості на лінгвокогнітивному рівні [4; 11].

ІДД є цілеспрямованою статусно-рольовою мовленнєвою діяльністю людей, які пов'язані діловими відносинами, що стосуються виробництва товарів, фінансування, надання грошових позик, торгівлі, страхування, комерції, продажу продукції та різних послуг, як-от: бухгалтерський облік, розподіл, купівля і продаж товарів або послуг. Попередні переговори стосовно цих видів ділових відносин передбачають не тільки професійне спілкування усередині організації, а й комунікацію між організаціями та окремими індивідами, що базується на нормах і правилах спілкування, типових у професійній і діловій сфері.

Як вважає Г. Буркітбаєва, ступінь своєрідності і специфічності ділового дискурсу дає повне право стверджувати про його онтоло-



Таблиця 1

Співвідношення понять «дискурс» і «діловий дискурс»

Компоненти	Дискурс	Діловий дискурс
Текст	тексти всіх типів	тексти професійно-ділового характеру
Комунікативна ситуація	комунікативні ситуації у всіх сферах життя	комунікативні ситуації у сфері професійної діяльності, бізнесу та управління
Учасники комунікації	представники всіх вікових категорій і прошарків населення	керівники компаній, корпорацій, менеджери, асистенти, секретарі, клієнти та ін.

гічну самодостатність як об'єкта наукового дослідження [1]. Діловий дискурс як один із типів дискурсу є комунікативно-мовленнєвою взаємодією людей у сфері професійної діяльності. Науковець пропонує таку дефініцію ділового дискурсу: «Діловий дискурс як видове поняття є конкретним утіленням інваріантної моделі дискурсу, що відображає конкретну комунікативну бізнес-ситуацію, у якій певні групи людей мають певний зв'язок із бізнесом. При цьому конкретним утіленням комунікативної діяльності цих людей у бізнес-ситуації є тексти, виражені у формі різних жанрів» [1, с. 52].

Ю. Данюшіна визначає діловий дискурс як відкриту сукупність текстів, інтегрованих бізнес-тематикою (у більш вузькому, робочому сенсі), а також як вербалізацію ділового спілкування (у широкому сенсі) [3].

На думку А. Стеблецової, діловий дискурс – це комунікативна взаємодія із питань, пов'язаних з організацією та структурою спілкування, забезпеченням ефективного і результативного спілкування задля вирішення професійних завдань, а також пов'язаних із підтриманням внутрішнього статусного та функціонального устрою соціального інституту [8].

Аналіз наукової літератури дозволив визначити співвідношення між дискурсом та діловим дискурсом. Діловий дискурс як видове поняття або як один із типів дискурсу має такі відповідності складникам родового поняття «дискурс» (текст, комунікативна ситуація, учасники комунікації):

1) текст ділового дискурсу відповідає професійно-діловому стилю;

2) комунікативна ситуація сфери бізнесу набуває «видові форми» тієї чи іншої сфери бізнесу (банківської, торговельної, маркетингової та ін.);

3) учасниками комунікації є керівники, менеджери, обслуговуючий персонал компаній і корпорацій, клієнти та інші учасники певної сфери, які беруть участь у комунікативній взаємодії.

Співвідношення понять «дискурс» і «діловий дискурс» наведені у табл. 1.

Отже, вивчення видів професійного дискурсу має стати невід'ємною частиною підготовки майбутніх фахівців з економіки, оскільки вони використовують усні та письмові види дискурсу під час професійної комунікації. Професійній діяльності фахівців з економіки властиві такі види усного дискурсу, як презентація, співбесіда, звіт, інтерв'ю, доповідь, ділова телефонна розмова та ін. До типів письмового ділового дискурсу у професійній діяльності фахівців з економіки належать ділові листи, меморандуми, електронні та інші короткі повідомлення, а також папери для працевлаштування (резюме, заяви) тощо.

Засвоєння мовленнєвих засобів у типових ситуаціях ділової комунікації дозволять майбутнім фахівцям здійснювати безпосереднє спілкування, готувати стислу інтерпретацію текстів професійного спрямування у вигляді анотацій, резюме тощо.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, дискурс – це процес мисленнєво-мовленнєвої діяльності з продукування й інтерпретації різних видів текстів, що здійснюється у певних обставинах і умовах та створює основу соціокультурної взаємодії людей. У вузькому сенсі поняття «дискурс» означає «продукт» мовленнєво-комунікативної дії (у формі усного або письмового тексту), що передбачає необхідність його інтерпретації і тлумачення.

Співвідношення між поняттями «текст» і «дискурс» виявляється у такому: текст є мовною конструкцією, а дискурс – це різні види її актуалізації у певній комунікативній ситуації, у якій виявляється вплив різноманітних екстралінгвістичних факторів (прагматичних, соціокультурних та ін.). Тож дискурс – це складне комунікативне явище, що складається із тексту й контексту, необхідного для осмислення змісту тексту.

Діловий дискурс – це цілеспрямована мисленнєво-мовленнєва діяльність фахів-



ців, пов'язаних діловими відносинами, під час взаємодії із вирішення певної професійної проблеми. Такий вид соціальної комунікації чітко встановлений нормами і правилами.

У професійній діяльності фахівців з економіки застосовуються такі види дискурсу: усні (презентація, співбесіда, звіт, інтерв'ю, доповідь, ділова телефонна розмова та ін.), письмові (ділові листи, меморандуми, електронні та інші короткі повідомлення, резюме, заява з працевлаштування та ін.).

Подальше дослідження спрямовано на визначення компонентів міжкультурної дискурсивної компетентності майбутніх фахівців з економіки.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Буркитбаева Г.Г. Деловой дискурс: онтология и жанры / Г.Г. Буркитбаева. – Алматы : НИЦ «Гылым», 2005. – 230 с.
2. Ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. Ван Дейк ; сост. В.В. Петрова ; под ред. В.И. Герасимова. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
3. Данюшина Ю.В. Бизнес-дискурс: термин, типология, анализ / Ю.В. Данюшина // Известия ВГПУ. – 2010. – № 2. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cyberleninka.ru/article/n/biznes-diskurs-termin-tipologiya-analiz>.

4. Карасик В.И. О типах дискурса / В.И. Карасик // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс / В.И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2000. – С. 5–20.

5. Кожемякин Е. Дискурсивный подход к изучению культуры / Е. Кожемякин [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dyscourseanalysis.org/st6.html>.

6. Новейший философский словарь. – 3-е изд., испр. – Минск : Книжный Дом, 2003. – 1280 с.

7. Соссюр Ф. де. Курс общей лингвистики / Ф. де Соссюр. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1999. – 432 с.

8. Стеблецова А.О. Национальная специфика делового дискурса в сфере высшего образования (на материале англоязычной и русскоязычной письменной коммуникации) / автореф. дис. ... докт. филол. Наук : спец. 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание» / А.О. Стеблецова. – Волгоград, 2015. – 44 с.

9. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия / В.Е. Чернявская. – М. : Флинта: Наука, 2006. – 136 с.

10. Попов А.Ю. Основные отличия текста от дискурса / А.Ю. Попов // Текст и дискурс. Проблемы экономического дискурса. – СПб. : Изд-во СПб гос. ун-та экономики и финансов, 2001. – С. 38–45.

11. Orlikowski W.J. Genre repertoire: Examining the structuring of communicative practices in organizations / W.J. Orlikowski, J. Yates // Administrative Science Quarterly. – 1994. – Vol. 39. – P. 541–574.

УДК 37(091)

ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНОГО ОСВІТЬОГО СЕРЕДОВИЩА У ВИЩОМУ НАВЧАЛЬНОМУ ЗАКЛАДІ

Яковишина Т.В., к. пед. н., доцент,
доцент кафедри педагогіки початкової освіти
Рівненський державний гуманітарний університет

У публікації на основі аналізу низки наукових джерел схарактеризовано сутність поняття «креативність». Визначено й проаналізовано передумови формування креативного освітнього середовища у ВНЗ, з'ясовано особливості його реалізації. Обґрунтовано необхідність створення креативного освітнього середовища у вищих закладах освіти.

Ключові слова: зовнішні та внутрішні передумови формування креативного освітнього середовища у закладах вищої освіти, інформаційно-освітнє середовище, креативність, креативне освітнє середовище, самостійна робота, творчий потенціал.

В публикации на основании анализа ряда научных источников охарактеризована сущность понятия «креативность». Определены и проанализированы предпосылки формирования креативной образовательной среды в вузе, выяснены особенности ее реализации. Обоснована необходимость создания креативной образовательной среды в высших учебных заведениях.

Ключевые слова: внешние и внутренние предпосылки формирования креативной образовательной среды в учреждениях высшего образования, информационно-образовательная среда, креативность, креативная образовательная среда, самостоятельная работа, творческий потенциал.