

**Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка**

**О.О. ПАВЛЕНКО**

**ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА  
НАВЧАННЯ  
ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

**Київ  
2003**

УДК: 378:371.13

ББК: 74.268.1

*Павленко О.О. Теорія і практика навчання ділової комунікації: монографія.* - Дніпропетровськ: АМСУ, 2003. - 261 с.

У монографії здійснена спроба дослідити методологічні та практичні засади формування і вдосконалення комунікативно-професійної компетенції фахівців (на прикладі Державної митної служби України) у процесі навчання мови як рідної, так і іноземної. Розглянуто актуальні форми ділової комунікації і їх практичну реалізацію на прикладі митного дискурсу.

Для викладачів, аспірантів, студентів вищих навчальних закладів та фахівців з питань організації системи освіти та підвищення кваліфікації.

Рецензенти:

*Л.М. Паламар*, доктор пед. наук, професор.

*О.В. Плахотнік*, доктор пед. наук, професор.

*Г.М. Сагач*, доктор пед. наук, професор.

Рекомендовано вченою радою факультету соціології та психології Київського національного університету імені Тараса Шевченка від 20 листопада 2002 р.

© Павленко О.О., 2003.

ISBN 966-95598-4-7

© АМСУ, 2003.

## ЗМІСТ

	Стор.
<b>Перелік умовних скорочень</b>	6
<b>Вступ</b>	7- 11
<b>Глава 1. Міжнародний і вітчизняний досвід професійної підготовки працівників митних органів.</b>	12- 49
1.1. Зміст навчання в системі багаторівневої професійної підготовки фахівця (на прикладі митних служб України і Німеччини).	12-23
1.1.1. Питання визначення змісту навчання.	12-19
1.1.2. Методичні підходи підготовки митників у Німеччині.	19-23
1.2. Сучасні тенденції у розвитку професійної освіти працівників Держмитслужби України.	24-36
1.3. Комунікативний аспект професійної підготовки кадрів у призмі кваліфікаційних характеристик.	36-49
<b>Глава 2. Ділова комунікація: теоретичні домінанти</b>	50-99
2.1. Комунікація з точки зору теорії мовленнєвого акту.	50-57
2.2. Кореляція комунікативних умінь співрозмовників і прагматичного потенціалу висловлення.	57-66
2.3. Поняття комунікативної компетенції.	66-71
2.4. Формування комунікативно-професійної компетенції майбутніх фахівців у системі вищої освіти.	71-83
2.5. Структура і зміст комунікативно-професійної компетенції фахівців керівної ланки.	83-91
2.6. Відповідність структури комунікативних умінь багаторівневій моделі управлінських функцій.	91-
2.7. Стан комунікативних здібностей індивідуума в інформаційному віці.	-

	<b>Глава 3. Професійно орієнтована іншомовна компетенція</b>	99-
147		
	3.1. Методичні підходи до вивчення іноземних мов у процесі професійної підготовки митників.	99-106
	3.2. Актуальні тенденції іншомовної комунікативної підготовки в Академії митної служби України.	106-108
	3.2.1. Програма і зміст навчання іноземної мови в Академії митної служби України.	119-123
	3.2.2. Іноземні мови в галузевій системі підвищення кваліфікації.	123-132
	3.3. Референтна система професійно орієнтованої іншомовної комунікації (аналіз проекту Open Sesame).	133-146
	<b>Глава 4. Форми професійної комунікації: усне і писемне мовлення в митному дискурсі</b>	147-188
	4.1. Вербальна ділова комунікація.	144-149
	4.1.1. Публічні виступи.	149-154
	4.1.2. Композиційна побудова промови.	154-156
	4.1.3. Правила аргументації в усному виступі.	156-158
	4.1.4. Прийоми привертання й утримання уваги в усному виступі.	158-160
	4.2. Інструменти писемного митного дискурсу.	160-162
	4.2.1. Правила підготовки текстових матеріалів.	162-
165		
	4.2.2. Матеріали для преси.	165-168
	4.2.3. Загальні правила відносин із ЗМІ як інструмент успішної комунікації.	168-172
	4.3. Актуальна форма професійної комунікації: створення іміджу.	172-188
	<b>Глава 5. Комунікативно-професійна компетенція як</b>	

<b>складова професійної підготовки фахівців</b>	189-208
5.1. Паралінгвістичний та екстралінгвістичний пласти комунікативної компетенції.	189-193
5.2. Засоби ПР і реклами як засоби ділового спілкування.	194-204
5.3. Формування особистості керівника з точки зору спілкування.	204-208
<b>Висновки</b>	209-211
<b>Словник термінів і понять</b>	212-214
<b>Список використаних джерел</b>	215-224

## ВСТУП

У державній концепції безперервної професійної освіти підкреслюється думка про те, що підготувати фахівця-керівника, не виховавши в ньому комунікабельну особистість, не розвинувши в ньому комунікативно-професійної компетенції, неможливо, бо неможливо досягти досконалості у професійному зростанні, в управлінні організацією, персоналом без досягнення досконалості в комунікації.

Прийнятий нами підхід до вивчення мови є діяльнісно-орієнтованим у тому смислі, що користувачі мови й ті, що її вивчають або її навчають, є насамперед членами суспільства, або ж “соціальними агентами”. Вони мають виконувати певні завдання (що необов’язково пов’язані з мовленням) у певних умовах, специфічному оточенні та в окремій сфері діяльності. У той час як мовленнєві завдання виконуються у межах видів мовленнєвої діяльності, останні є складовою частиною ширшого соціального контексту, і лише він здатен надати їм повноцінного значення. Підхід, що базується на діяльності, враховує також когнітивні, емоційні та вольові здібності, так само як і ряд специфічних рис, властивих індивіду, який використовує їх у ролі соціального агента. Нижче наведемо декілька тез, що утворюють контекст для подальших роздумів про теорію і практику ділової комунікації.

По-перше, наш підхід до розгляду обраної теми враховує, що соціальна комунікація – це комунікація за певними правилами. Інформаційний обмін без перепон обов’язковий однаковою мірою як для здорового функціонування організації, її структурних підрозділів, так і для окремої особистості. Добре взаєморозуміння може вирішити багато проблем, пов’язаних з роботою організації: помилки у комунікації часто є причиною цих проблем. Неписані правила, які керують комунікацією між людьми, забирають неймовірно багато часу в кожній організації. Однак

без них ніхто не знав би, як слід себе поводити. Саме вони дозволяють багатьом людям знайти своє місце, полегшують ідентифікацію з організацією і закладають основи стосунків між людьми. Ці ритуали соціальної поведінки управляють контактами між начальником і підлеглим, між старими і молодими, між професіоналами і допоміжним персоналом, чоловіками і жінками, співробітниками організації і клієнтами. Вони обрамляють офіційні й неофіційні стосунки, встановлюють довготривалі правила, якими керуються за будь-якої бесіди, актуалізують емоції, які можна проявляти, вказують, хто буде першим виступати на зборах, і навіть те, хто може закінчити бесіду.

По-друге, на етапі формування нових суспільно-політичних і економічних відносин, у період глобальних інтеграційних процесів, підготовка фахівців керівного складу стає особливим завданням держави. Кожна держава бажає бути сильною, а одним із критеріїв її сили є ступінь професійної підготовки фахівців, насамперед держслужбовців. Тому і наша тема розглядається на європейському досвіді у сфері державного управління, митної служби, а також на вітчизняному досвіді однієї із значних державних структур – Державної митної служби України. Відомо, що кожна держава має свою систему підготовки кадрів, що складається десятиліттями. Але завжди є моменти, яким приділяється найбільша увага під тиском часу і потреб держави.

Тенденції розвитку українського суспільства свідчать, що персонал державної служби в найближчий час зіткнеться з новою ситуацією. Вона визначатиметься політичним і економічним плюралізмом, зростанням ролі науки в організації управління, розширенням застосування сучасних інформаційних технологій, зростанням ролі комунікативної компетенції. Ці умови вимагають формування і підготовки нового типу персоналу, особливо вищого рівня державної служби, у тому числі й митної служби України.

Для досягнення поставленої мети необхідна єдина і комплексна державна кадрова політика, першим кроком на шляху становлення якої стала Концепція державної кадрової політики [1]. Вона й визначила пріоритетні (на найближчий час) і перспективні напрямки роботи з кадрами.

Процеси комунікації у суспільстві кардинальним чином змінилися. Якщо головною формою комунікації був лише наказ, то зараз – це часто й переконання. Така суспільна тенденція не могла не зачепити комунікативні процеси у силових структурах. Як наслідок комунікативні зміни мають знайти відображення у виробничих процесах, державна, в т. ч. і митна служба у своєму розвитку повинна рухатися вперед. Змінюється тональність ділового спілкування, розширюється коло завдань, що веде до зміни правил комунікації, структури мови і мовлення.

Вважаємо, що не буде помилкою твердження: фахівці, які обіймають керівну посаду будь-якого рангу, мають принаймні три сфери обов'язків: 1) безпосередньо професійні; 2) щодо зв'язків з громадськістю (бо саме керівник відповідає за контакти з іншими організаціями, з клієнтами, з працівниками організації); 3) щодо успішної комунікації (бо керівник є центром більшості комунікаційних потоків, які сприяють виконанню робочих завдань).

Система знань про особливості процесу спілкування дозволяє керівникові орієнтуватись у комунікативних ситуаціях, прогнозувати особисту поведінку підлеглих, реалізувати потенційні можливості в комунікативній діяльності. Частина професійних завдань митної служби може бути вирішена лише засобами комунікації, тому система підготовки і перепідготовки фахівців має передбачати навчання мови і мовлення.

Система мовних знань включає поняття, терміни, правила, закони, факти, принципи, знання операцій мислення, методологічні, оцінні, історичні знання, які застосовуються керівником у практичній діяльності, в процесі спілкування. Зокрема, це знання, які



зафіксували соціокультурні стандарти, норми, ідеали, традиції та інші цінності спілкування, котрі як “категоріальні межі” визначають загальний напрямок і характер комунікативної діяльності керівника і фахівця, формують ціннісне ставлення до неї. Проте одних тільки знань недостатньо, необхідно вміти ці знання використовувати, тобто необхідно формувати комунікативні вміння, поширювати комунікативно-професійну компетенцію особистості.

Комунікативні вміння необхідні фахівцю для організації спілкування, тому що він може опинитись у ситуації непередбаченого спілкування, коли необхідно оперативно вирішувати комунікативні завдання. При цьому велику роль відіграє культура фахівця, його ерудиція, професійне мислення, мовленнєва культура, комунікабельність. Уміння добре орієнтуватися в комунікативній ситуації, попереджати конфлікти має вирішальне значення, оскільки неможливо запрограмувати всі варіанти спілкування. Володіння комунікативними вміннями розкріпачує керівника, надає можливості вільно реалізовувати свої сили і здібності як у стандартних, так і нестандартних ситуаціях, працювати впевнено в умовах співпраці з підлеглими, тим самим успішно виконувати управлінські функції.

Слід зазначити також, що комунікативно-професійна компетенція стає на сучасному етапі розвитку виробничих відносин засобом просування по службі, бо рівень компетентності фахівця оцінюється за його можливістю вирішувати поставлені перед ним завдання, тим самим оцінюється рівень професійної компетенції, у тому числі комунікативної. Компетенція, як подається в енциклопедичному словнику, складається із знань і досвіду [2]. Компетенції є сумою знань, умінь та характерних рис, що дозволяє особистості виконувати певні дії. Загальні компетенції не є специфічними для мовлення, але вони необхідні для будь-якого роду діяльності, у тому числі й мовленнєвої. Комунікативні ж мовні

компетенції – це такі, які забезпечують людині можливість діяти, застосовуючи специфічні лінгвістичні засоби [3, 9]. Широке коло професійних управлінських завдань може бути вирішено тільки комунікативними засобами, тому що структура комунікативних умінь відповідає багаторівневій структурі управлінських функцій.

Професійне спілкування виділяється як комунікативна проблема, тобто тут виникають специфічні професійні цілі, формальні й неформальні канали, а залежно від того, як будується комунікація, взаємодія комунікантів, і виникають власне ті проблеми, що стосуються спілкування. Проблема комунікативної компетенції вирішується не взагалі, не абстрактно, а як компетенція професійної комунікації. Комунікація, у свою чергу, розглядається як основний процес професійної взаємодії, де, з одного боку, виділяються форми професійної комунікації, а з іншого – комунікативні пласти (лінгвістичний, паралінгвістичний, екстралінгвістичний). У професійній комунікації все це пласти компетенції, і нашим завданням для організації процесу навчання успішної ділової комунікації є їх поєднання з цілями й завданнями професійної діяльності. Порушується проблема необхідності розробки стрункої типології, де відповідно до цілей визначатимуться необхідні рівні сформованості комунікативно-професійної компетенції: до якого рівня слід доходити, щоб вирішувати ті чи інші завдання. Певну частину зазначених проблем і прагне вирішити автор даної книги.

# ГЛАВА 1

## МІЖНАРОДНИЙ І ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ПРАЦІВНИКІВ МИТНИХ ОРГАНІВ

### *1.1. ЗМІСТ НАВЧАННЯ В СИСТЕМІ БАГАТОРІВНЕВОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ (НА ПРИКЛАДІ МИТНИХ СЛУЖБ УКРАЇНИ І НІМЕЧЧИНИ)*

#### **1.1.1. Питання визначення змісту навчання**

Культурно-освітній та науково-технічний напрями європейської інтеграції займають у стратегії інтеграції України до Європейського союзу особливе місце, яке зумовлене потенційною можливістю досягти вагомих успіхів в інтеграційному процесі саме в галузі середньої й вищої освіти, перепідготовки кадрів, науки. У розділі 14 “Плану дій щодо реалізації пріоритетних положень Програми інтеграції України до Європейського союзу в 2002 році” намічена реформа структур вищих навчальних закладів, удосконалення системи підготовки фахівців у галузі професійно-технічної освіти відповідно до умов ринкової економіки і кваліфікації міжнародного рівня з метою підготовки фахівців за різними напрямками [4].

Проаналізуємо чужий і власний досвід з метою розібратися, що саме є змістом професійної освіти для виховання комунікабельної особистості, формування її комунікативної компетенції.

Зміст праці за фахом значною мірою зумовлює зміст підготовки фахівців. Буде помилкою вважати, що тарифно-кваліфікаційна, професійно-кваліфікаційна характеристики або будь-який інший подібний документ, яким би універсальним він не був, може цілком визначати зміст

підготовки фахівця.

В умовах соціально-економічних змін в Україні постійно ставляться нові вимоги до підготовки фахівців, особливо, коли обговорюється і розробляється концепція їх навчання. По-перше, Державній митній службі України (далі – ДМСУ) виповнилося лише одинадцять років, Академії, розбудованій у її структурі – шість років. Ми стоїмо біля витоків як створення Державної митної служби, так і підготовки її фахівців. По-друге, “Концепція адаптації законодавства України до законодавства Європейського союзу” передбачає нові програми з вивчення іноземних мов, а також вивчення досвіду, набутого у сфері адаптації національного законодавства до законодавства ЄС [5]. Усе це потребує високого рівня професійно орієнтованої мовної компетенції. Успіх будь-якої діяльності складається із суми усвідомлених цілей і окремих досягнень на кожному з етапів, тому комунікативна професійна підготовка кадрів є одним із етапів загальної неперервної професійної підготовки.

На формування системи професійно орієнтованого навчання вагомий вплив має спроба пристосовуватися до нововведень і змін, яка саме й посідає центральне місце серед нових вимог до сучасних фахівців. У зв'язку з цим постає завдання формування нового контингенту керівників, експертів, дослідників, які здатні активно втручатися в еволюційний процес. Усе масштабніші завдання потребують їх відповідної високої кваліфікації, насамперед це стосується майбутніх керівників різних рівнів і фахівців інформаційно-аналітичних відділів з пошуку інформації, її аналізу і прогнозу.

Вирішувати проблему кадрового забезпечення за рахунок лише перепідготовки спеціалістів або цільової професійної підготовки з максимальним урахуванням їх попередньої освіти неможливо, бо, наприклад, відділ по роботі з особовим складом Новгород-Сіверської митниці як недолік у своїй роботі вважає той факт, що через об'єктивні

причини, відділом ще недостатньо докладено зусиль щодо добору кандидатів на вакантні посади з юридичною та економічною освітою, фахівців з іноземних мов [6]. Таким чином, значну увагу слід приділяти підготовці молодих кадрів з урахуванням нових вимог і завдань, серед яких можна виділити такі:

- знання комп'ютера та головних офісних додатків на рівні користувачів;
- знання іноземних мов, вміння читати з екрана комп'ютера, робити моніторинг преси на одній чи декількох іноземних мовах;
- володіння навичками аналітичної роботи з документами, періодикою, вміння підготувати дайджест із заданої тематики;
- знання професійної мови журналістики у сфері зовнішньої торгівлі;
- вміння аналізувати економічну статистику [7];
- володіння прийомами ділового і соціального спілкування.

У всіх вищенаведених кваліфікаційних характеристиках, як бачимо, вимоги до комунікативної (у тому числі й іншомовної) компетенції фахівців нефілологічного профілю перед'являються досить високі.

В аспекті навчання і підготовки кадрів слід брати до уваги не лише предметно-системний, але й організаційний та психосоціальний рівні, тобто навчання й оцінювання особового складу при підготовці кадрів слід проводити з урахуванням трьох критеріїв – як спеціалістів, як керівників (організаторів) і як партнерів по роботі [там же, с. 89].

Спираючись на погляди авторів підручників з педагогіки і педагогічної психології (Джуринський О.Н., 2000; Зимня І.О., 1999; Щукіна Г.І., 1966; Батишев С.Я., Шапоринський С.А., 1977 та ін.), нами після обговорення з різними управліннями ДМСУ проблеми підготовки кадрів висловлюється думка, що вміння і навички, які в митній системі сучасний фахівець з вищою освітою повинен мати по закінченні навчання,

такі:

На предметно-системному рівні:

- знання в рамках функціональних обов'язків матеріалу на тому рівні, який дає можливість легко відрізнити головне від другорядного;
- утворення логічних зв'язків, взаємозв'язків, визначення деталей;
- уміння посилатися на практику (в т. ч. міжнародну), орієнтація на конкретні випадки;
- обробка великої кількості інформації (у т. ч. іноземними мовами) у короткий термін;
- наявність навичок аналізу і прогнозу.

На організаційному рівні:

- чітке формулювання завдання, побудова різноманітно організованих схем взаємодії (наприклад, відділів, співробітників, для виконання певних завдань тощо);
- високий рівень володіння комунікативно-професійною компетенцією;
- оптимальна організація процесу виконання (тобто використання різних можливостей і засобів, розподіл робіт тощо).

На психосоціальному рівні:

- урахування потреб і проблем учасників у процесі реалізації кожного виду робіт;
- зміцнення і підтримка готовності до участі у роботах – налагодження атмосфери одностайності у колективі, підтримка, мотивована поведінка;
- реалізація позитивного конфліктного менеджменту, вияв інтегруючого і стабілізуючого впливу на колектив [там же, с. 89].

Ураховуючи зазначені навички і вміння, виникає потреба ввести у навчальні плани і програми такі нетрадиційні для неспеціальних

факультетів спецкурси як теорія комунікації, публік рилейшнз, ділова українська мова, ораторське мистецтво, діловодство.

Серед пріоритетів та завдань, що поставлені державою перед митною службою України, акцентується: 1) підвищення рівня організаторської роботи; 2) структуризація митної системи; 3) цілеспрямоване навчання та виховання кадрів (із виступу начальника Управління по роботі з особовим складом ДМСУ В.С. Копача перед професорсько-викладацьким складом Академії митної служби України (далі – АМСУ), 1998 р.

Професійна підготовка службовців стосується багатьох учасників та їх інтересів: службовців, адміністрації, користувачів.

Їх різноманітність відбивається на завданнях підготовки: пристосування до посадових вимог, модернізація адміністративних методів та методів державної служби, освоєння нової кваліфікації, просування по службі або нова професійна орієнтація службовців. Ці завдання теоретично мають одну мету і, в принципі, особисті інтереси службовців збігаються з інтересами державної служби. Професійна підготовка тісно пов'язана з політикою модернізації державної служби. Що саме слід мати на увазі? Йдеться щонайменше про глибокий безповоротний процес, пов'язаний із посиленням вимог ефективності та пристосованості. Сьогодні підготовка кадрів може стати однією із значних можливостей для змін у системі багаторівневої професійної підготовки фахівців. Науковців, педагогів, адміністрацію і самих службовців хвилює на сучасному етапі багато питань. Підготовка кадрів для кого і за чиєю ініціативою? Підготовка з яких питань, для яких результатів? Хто проводить підготовку і хто її контролює? Ці та багато інших питань намагаються вирішити сьогодні службовці, адміністрація та вчені.

Порівняльний аналіз вітчизняного і європейського досвіду дасть нам можливість, завдяки виявленим відмінностям та протиріччям, що

впливають на професійну підготовку фахівців, дослідити форми і зміст професійної підготовки митників, наочно довести наявність і функціонування зваженої і неперервної системи професійної підготовки в ДМСУ, а також показати значення комунікативної підготовки – яке місце і які форми знайшла вона в європейській і вітчизняній системах професійної освіти.

Без сумніву, вивчення й узагальнення міжнародного досвіду дають можливість досягти мети дослідження:

- виявити комунікативний аспект як складову системи підвищення кваліфікації в Україні та в країнах Європейської спільноти;

- описати системи, моделі та методи комунікативної підготовки службовців, які українська митна служба могла б перейняти чи, скопіювавши або безпосередньо впроваджуючи їх, навпаки, утриматися від їх уведення в Україні через надто специфічний характер або недосконалість.

У кожній із країн втілювалася політика підготовки кадрів, спрямована на пошук найкращої мотивації до навчання та до найбільшої його ефективності.

Матеріалом нашого дослідження стали навчальні плани митних шкіл Німеччини, зміст і рівні навчання у митних школах Франції й Німеччини, які вивчалися і обговорювалися нами під час роботи міжнародних семінарів за проектом TACIS “Митниця 4”.

Вимоги часу потребували ввести поняття “професійна освіта працівників Державної митної служби України” у коло нових педагогічних проблем, визначити місце цього питання в педагогіці, виявити сучасні тенденції у розвитку професійної освіти митників, на основі компаративістського дослідження підготовки працівників митних органів України та Німеччини дати перелік пов’язаних з цим поняттям питань, дослідження та розробка яких може мати як теоретичний, так і



практичний інтерес.

До сьогоднішнього часу в педагогіці не розглядалося таке поняття, як “професійна освіта працівників митної служби”, отже не вивчалося його місце у педагогіці. Це зумовлено такими факторами:

- Молодість митної служби України. Їй виповнилося лише одинадцять років. Вона перебуває ще на стадії становлення, у процесі добору й акумуляції з досвіду інших країн всього найкращого та прийняттого для України.

- Недосконалість взаємозв'язку “наука – підготовка кадрів – виробництво”. В існуючих усі ці роки навчальних центрах ДМСУ наукові розробки не проводились.

- Незрілість наукового потенціалу: Академії митної служби України – центру підготовки кадрів вищої кваліфікації – минуло лише шість років, а науково-дослідницьким центром їй ще належить стати.

- Нерозвиненість зв'язків з громадськістю. Учені інших вищих навчальних закладів та науково-дослідних установ, які не мають відношення до митної справи, не розробляли цю тему через її специфіку і закритість митного відомства.

Чим викликана зацікавленість даним питанням на сучасному етапі?

По-перше, для функціонування однієї з найважливіших державних служб – Держмитслужби – необхідна продумана та налагоджена система добору, підготовки та перепідготовки кадрів.

По-друге, нове в суспільних відносинах, у господарстві та культурі, в духовному житті народу дає постійний імпульс до перевірки діючої системи підготовки кадрів, оцінювання ефективності професійної освіти.

По-третє, для підготовки України до вступу в Європейський союз, з метою гармонізації та упорядкування митного права України, необхідно осмислити розроблені в європейських країнах підходи до різних напрямків

діяльності митної служби, у тому числі й до підготовки кадрів.

Гіпотеза дослідження полягає в тому, що ефективність професійної

освіти може бути забезпечена шляхом реалізації певної сукупності психолого-педагогічних умов:

- перенесення умінь та навичок у сферу професійної діяльності;
- урахування кореляції динаміки практичної роботи митної служби та рівня розвитку системи освіти;
- розроблення відповідних принципів та методики фахового навчання [8];
- визначення специфіки напрямків самоосвіти під час навчання, перепідготовки та підвищення кваліфікації митників відповідно до номенклатури посад;
- розроблення системи організації самоосвіти та індивідуальної роботи працівників Держмитслужби.

### **1.1.2. Методичні аспекти підготовки митників у Німеччині**

Німецька митна школа протягом останнього десятиліття перебуває у процесі глибокої перебудови у зв'язку з ліквідацією кордонів між країнами ЄС: змінюються підходи до оформлення вантажів, боротьби з тероризмом і контрабандою, захистом споживчого ринку Німеччини та країн-членів ЄС. Митні служби країн ЄС працюють на основі Європейського Митного кодексу, який регулює майже всі сторони діяльності митної служби та митних процедур під час оформлення зовнішньоекономічних вантажів. Лише організація митної служби окремої країни та заходи щодо порушників митних правил регулюються згідно з митними кодексами країн. Митна служба Німеччини працює в зовсім інших економічних умовах, що дає їй можливість виробити інші, ніж в

Україні, підходи до різних напрямків своєї діяльності.

За професійну та організаційну роботу, а також за кадрову роботу митного відомства відповідає вищий федеральний орган – Федеральне міністерство фінансів. Навчання, підготовка та перепідготовка проходять у центрах навчання та підготовки Федерального фінансового управління в містах Мюнстер, Плессів, Зигмаринген. На факультеті фінансів фахового вищого навчального закладу Федерації (м. Мюнстер) готують персонал для державної адміністративної служби [9].

Разом з цим при головних фінансових дирекціях (їх 21) навчання проводять митні навчальні заклади, митні школи, митно-технічні дослідні навчальні заклади, головні митниці (готують персональний склад для служби підвищеного рівня, для середнього рівня внутрішньої прикордонної митної служби).

Призначенню на державну службу в митному відомстві Німеччини передуює для державних службовців простої, середньої та вищої ланки підготовча служба, що готує до подальшої фахової діяльності. За час підготовчої служби держслужбовці одержують фахову освіту.

Метою навчання є одержання знань, навичок та вмінь, необхідних для виконання різних професійних завдань держслужбовцями відповідної ланки.

Для теоретичної та практичної підготовки (як спеціальної, так і загальної) розроблено детальні навчальні плани, де визначено мету та глибину вивчення відповідних тем. Навчальні програми будуються в основному за такою схемою:

#### Навчальні цілі

Навчальною метою є результат навчання. Зміст навчання, його об'єкт та організація підпорядковані навчальній меті. Плани занять повинні спиратися на навчальні цілі.

#### Зміст навчання

У цьому розділі показані об'єкти фахово-теоретичного навчання залежно від предмета, його розділів та тем. Що стосується питання нашого дослідження і нашої зацікавленості, то навчальними планами митної служби Німеччини передбачений розвиток комунікативно-професійної компетенції за такими тематиками: мовленнєва взаємодія "учасник ЗЕД (зовнішньоекономічної діяльності) – митник", психологія спілкування, технологія ділового спілкування, поведінка у конфліктних ситуаціях [10].

#### Об'єкти навчання

Цей розділ має диференційований опис тем для вивчення. Тут затверджені мінімальні вимоги й ті знання, що будуть одержані.

#### Глибина вивчення

Зміст кожного предмета враховує глибину вивчення, яку пропонує план Німецької навчальної ради.

#### Навчальні години

Зазначені терміни навчання з кожної дисципліни обов'язкові. Вони визначають кількість слухачів (потік, група) та методику проведення занять (інформування, закріплення) [11; 12].

Навчальні програми передбачають поряд з інформативними методами (лекції) також і закріплювальні методи (бесіди, вправи, рольові ігри). У вправах, що охоплюють суміжні предмети, закріплюються навички розв'язування практичних завдань, які відображають головні питання різних дисциплін.

Підвищення кваліфікації під час службового просування проводиться для підготовки до більш складних обов'язків.

Поряд із самостійним підвищенням кваліфікації має місце обов'язкова участь в організаційних заходах. Курси підвищення кваліфікації організуються як у рамках митного відомства, так і за його межами. У митному відомстві заходи щодо підвищення кваліфікації розподіляються за своїми цілями та змістом на: 1) підвищення кваліфікації

під час вступу на службу; 2) міжрегіональне підвищення кваліфікації.

Підвищення кваліфікації під час вступу на службу передбачає завершення фахового навчання з урахуванням спеціальних вимог до обраного напрямку. Підвищення кваліфікації під час прийому на службу проводиться для юристів, які призначаються у вищі нетехнічні митні служби та поряд з юридичною освітою мають закінчену фахову освіту. Оскільки ця освіта не зорієнтована на специфічні завдання митного управління та не припускає знання в галузі управління персоналом, кадрової та організаційної роботи, теорії і практики спілкування, педагогіки та психології, молоді митники повинні пройти теоретичну та практичну підготовку протягом 12 місяців, де й акцентуються саме ці аспекти.

У разі проведення курсів підвищення кваліфікації у рамках відомства програма зорієнтована на специфічні відомчі потреби.

Курси підвищення кваліфікації поза митним відомством служать для поглиблення та розширення знань, умінь та навичок, що пов'язані із такими суміжними напрямками, як педагогіка, управління персоналом, риторика, комп'ютерна обробка даних, тощо.

Підвищення кваліфікації з іноземних мов проводиться як у рамках відомства, так і за його межами, але акцент робиться на теми, пов'язані з відомством. До вступу на підготовчу службу вивчення мови за програмами вищих навчальних закладів проводилося у тому закладі (юридичного або економічного профілю), який закінчував кандидат у держслужбовці.

Міжрегіональні курси підвищення кваліфікації (річна програма) проводяться, якщо:

- внаслідок зміни завдань або переміщення персоналу необхідність у курсах підвищення кваліфікації виникає для всього митного відомства;
- курси підвищення кваліфікації можуть економніше та ефективніше проводитись для цілих напрямків (митна пошукова служба, аудит

підприємства), для спеціальних завдань (захист торговельної марки, вимушене виконання рішень, боротьба з нелегальною роботою) [11].

Необхідно зазначити, що в річній програмі міжрегіональних курсів підвищення кваліфікації обов'язково зазначені заходи за такими напрямками, як управління персоналом та професійна педагогіка для викладачів та керівників навчання.

Для просування по службі конче потрібно довести свою фахову придатність та працювати з успіхом. Здібні державні службовці повинні виконувати відповідальні завдання, що ведуть до службового підвищення та одержання високооплачуваних посад. Вимоги та ступінь відповідальності розрізняються залежно від того, чи працюють службовці в митних підрозділах або в управліннях перевезень. Різні вимоги та ступінь відповідальності від митного інспектора (під час його вступу на службу) до вищого рангу цього рівня службовців – старшого митного радника – враховуються вже після навчання. Відповідно більш фундаментальним є їх навчання, що проводиться у вищих спеціалізованих школах. Навчаючись, кандидати у держслужбовці одержують науково орієнтовані та пов'язані з практикою знання й фахові навички, що надають можливість виконувати завдання підвищеного рівня складності. Кандидати на посади повинні також уміти розширювати свої знання та вчитися новому, знати основи психології, конфліктології, соціології та педагогіки, у першу чергу – методи та методика розумової роботи, психології та соціології управління. Під час навчання вони зобов'язані пройти чотири інтенсивних рівні навчання, які можна описати так:

рівень 1 – **знання**, тобто це репродукція отриманих знань;

рівень 2 – **розуміння** – це самостійна обробка і упорядкування вивченого (реорганізація);

рівень 3 – **використання** – це перенесення умінь та навичок у сферу професійної діяльності;

рівень 4 – **оцінювання** – це критична оцінка вивченого і пошук нових варіантів рішень [13].

Таким чином, у німецькому митному відомстві існує зважена, зорієнтована на функціональний підхід, прагматична система системи добору і навчання персоналу. Для кожного з видів професійної підготовки існують свої форми удосконалення комунікативної компетенції.

## ***1.2. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ ПРАЦІВНИКІВ ДЕРЖМИТСЛУЖБИ УКРАЇНИ***

Умовою роботи в митній службі України є освіта та попередній досвід роботи. Навчання новоприйнятих та перепідготовка керівного складу проходить на базі навчальних закладів, підпорядкованих Держмитслужбі України (Академія митної служби України, навчальні центри ДМСУ, коледж Академії (до 1999 р.) та безпосередньо на митницях.

Поряд з підготовкою кадрів у відомчих закладах освіти до цієї важливої роботи залучено ряд вищих навчальних закладів Міносвіти та інших відомств України, які готують майбутніх митників за освітньо-кваліфікаційними рівнями – від молодшого спеціаліста до магістра. Так, у 1997 році відбувся третій випуск молодших спеціалістів Київського технікуму готельного господарства за митно-правовою спеціалізацією. Влітку 1998 року Київський державний торговельно-економічний університет випустив групу митних фахівців за спеціальністю "Товарознавство й експертиза в митній справі". Київський міжнародний університет цивільної авіації готує фахівців митних органів у галузі автоматизованих технічних систем. Спеціалістів з митної справи готують також в Інституті міжнародних відносин, Національній юридичній академії, Одеському морському університеті, Академії зовнішньої

торгівлі.

Академія митної служби України готує на базі повної середньої освіти майбутніх працівників та проводить на базі факультету післядипломної освіти і через мережу аспірантури і докторантури підвищення кваліфікації керівного складу та наукового потенціалу Держмитслужби. Академія є вищим навчальним закладом. Уже в цьому різниця між українською і німецькою (можна стверджувати й ширше – європейською) системами професійної освіти фахівців митних служб. У Німеччині більш прагматичний підхід: фахівців з вищою освітою, яку вони отримали до вступу на службу в митні органи в інших вищих навчальних закладах юридичного або економічного профілю, дешевше перепрофілювати, ніж навчати за повним циклом вищої освіти. Ми ж в Україні свідомо закладаємо в методологію професійної освіти етичні аспекти вибору майбутньої діяльності, приділяємо значну увагу самосвідомості особистості у формуванні ідеального бачення суті своєї професії й у виборі оптимальних засобів застосування цього бачення в практику. Новий крок у розвитку системи професійної освіти та Академії як її ланки – організація перепідготовки шляхом надання другої вищої освіти, тобто розширення системи професійної освіти.

Коледж Академії митної служби України готував на базі неповної середньої освіти інспекторів-спеціалістів з використання комп'ютера. По закінченні навчання студенти коледжу отримували повну середню освіту. Ті студенти, які показували найкращі результати, мали можливість продовжити навчання в Академії. Експеримент існування коледжу не підтвердив його ідейну й матеріальну необхідність. Більш продуктивною залишається на теперішньому етапі система щодо добору кадрів з повною середньою освітою і їх початкова професійна підготовка у навчальних центрах митної системи.

Після зарахування на роботу працівник зобов'язаний пройти



підготовку в навчальних центрах і стажування в митницях. Цей період триває близько 6 місяців. Навчальні центри ДМСУ готують новоприйнятих працівників до подальшої професійної діяльності. Ця підготовка всеохоплююча в тому розумінні, що вона дає базові загальні професійні знання, готує митників до різних видів діяльності згідно з їх початковим рівнем служби.

Митниці проводять систематичне навчання шляхом самоосвіти та індивідуальної роботи із законодавчими та нормативними актами [14; 15]. На митницях керівники підрозділів або призначені з числа особового складу підрозділу найбільш підготовлені, досвідчені інспектори проводять заняття з професійної підготовки; створені навчально-методичні ради, що ведуть пошуки найбільш ефективних форм роботи на заняттях, тем занять, питань до перевірки знань; пошуки нових напрямків активізації процесу професійного навчання особового складу митниці, формування кадрового резерву керівного складу митних органів. На жаль, у системі професійної освіти в ДМСУ майже не приділяється увага підвищенню кваліфікації керівників навчання. На нашу думку, щодо теми нашого дослідження важливими змістовними складовими їх навчання можуть бути такі спецкурси:

- цілі навчання і мотивація;
- методи і прийоми навчання на робочому місці;
- спілкування як засіб управління персоналом;
- методи вирішення проблем у робочих групах;
- форми контролю знань і умінь.

Як у митницях, так і в центральному апараті застосовується стажування, що дає позитивні результати у визначенні кандидатів, які найбільше відповідають керівним посадам. Час довів, що практичне виконання обов'язків за тією чи іншою посадою керівника протягом двох – трьох місяців, дозволяє визначити рівень кваліфікації та підготовленості

працівника, оцінити ефективність прийнятих ним рішень в нестандартних ситуаціях.

Одним з основних напрямів професійної підготовки особового складу є підвищення кваліфікації працівників митних установ, у системі якої для державних службовців України використовуються такі види навчання: 1) навчання за професійними програмами підвищення кваліфікації; 2) навчання в системі тематичних семінарів; 3) систематичне самостійне навчання (самоосвіта) [Пор. 16, 3]. Навчання за професійними програмами є основною формою навчання. Професійні програми держслужбовців створені за модульним принципом. Вони органічно поєднують такі обов'язкові компоненти: державний (відповідно до категорій посад), функціональний (згідно з повноваженнями та сферою конкретної посади) та галузевий (стосовно органу, в якому працює державний службовець: ДМСУ). Такий підхід забезпечує оновлення знань та підвищення соціально-гуманітарного, правового, економічного, політологічного та фахового рівня, включаючи вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду із зазначених питань [17]. Значно посилилась гуманітарна спрямованість підвищення кваліфікації.

У 1996 – 97 роках пройшли професійну підготовку 3 297 новоприйнятих оперативних співробітників, підвищили рівень кваліфікації 5 491 співробітник. Крім того, у 1997 році 1 253 чоловіки навчалися у вищих навчальних закладах за направленням митних установ [18].

У 1996 – 97 роках 87 працівників митної служби підвищили свій професійний рівень у рамках міжнародної програми технічної допомоги TACIS, USAID за сприяння Фонду Ганса Зайделя та відповідно до прямих угод з митними службами ФРН, Ізраїлю, Туреччини, Фінляндії. Отже ставка робиться на людський потенціал, на ґрунтовну підготовку працівників. Виправдалися значні надії, що були покладені ДМСУ на розвиток взаємовигідного партнерства з країнами Балтії, Західної Європи

та США, які допомагали українським митникам у підготовці та перепідготовці персоналу [там же].

Значний вклад у цю роботу внесли проведені ДМСУ спільно з фахівцями-митниками із США, ФРН та Французької Республіки міжнародні семінари. Лише протягом 1997 року, у період якісно нового витка розвитку митної служби, проведено 12 міжнародних семінарів, на яких 221 митник, крім того, 34 працівники центрального апарату Служби та митниць вивчали досвід роботи митних служб США, ФРН, Великобританії, Швейцарії, Чеської та Словацької Республік, країн Балтії. Набуті під час навчання знання використовуються в практичній діяльності.

З метою розвитку ініціативи, підвищення кваліфікації, виявлення суб'єктивних і об'єктивних факторів, що можуть сприяти вдосконаленню митної справи, в митних органах України широко практикується ротація – переміщення працівників, у тому числі й керівників, з одного підрозділу в інший. З точки зору ДМСУ, такий підхід розширює професійні можливості спеціалістів, збагачує їх досвід практичної роботи та управління персоналом на різних напрямках митної діяльності.

Вважаючи службову кар'єру одним з найважливіших елементів мотивації ініціативного ставлення до своїх обов'язків, підвищення кваліфікації та сумлінності в роботі, керівництво Служби підтримує наміри перспективних фахівців щодо просування по службі.

У зв'язку з новими підходами до підготовки кадрів Держмитслужбою розбудовується і нова система професійної освіти. У 1998 році керівництво ДМСУ зазначило, що з 1995 по 1998 роки вдалося створити дійову систему підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації особового складу Держмитслужби [там же]. Доречно нагадати, що починалася вона практично з нуля: в Україні взагалі не було навчальних закладів, які давали хоча б початкову професійну підготовку молодим митникам. А вже у 1997 році працює перша повна мережа

навчальних закладів від зональних курсів до відомчого вищого навчального закладу. Щорічно всіма формами підготовки та перепідготовки охоплюється майже кожен четвертий співробітник [там же, с. 64]. Але керівництво ДМСУ самокритично оцінює роботу галузі і продовжує роботу з удосконалення системи професійної освіти.

Лише декілька років тому ліквідовані зональні курси, що готували інспекторів, з метою централізації професійної освіти, розробки та впровадження єдиної освітньої концепції. Скорочено кількість вищих навчальних закладів іншого підпорядкування, з якими укладено угоди про підготовку кадрів вищої кваліфікації. Це є наслідком розбудови Академії митної служби України як відомчого вищого навчального закладу та проведення політики щодо створення єдиної системи професійної підготовки митників в Україні. Але слід зазначити, що в цьому питанні ми спираємося як на традиції, що існували в державі, так і на досвід європейських країн.

Функціональна й організаційна єдність усіх митних органів, у тому числі й відомчих закладів освіти, виступає системотворчим фактором. Ця єдність обумовлена здійсненням у державі єдиної митної політики, що потребує розвинутої системи підготовки кадрів. Систему професійної освіти в митній службі можна визначити як систему органічну, тобто як ціле, що саморозвивається і під час свого індивідуального розвитку проходить послідовні етапи ускладнення та диференціації. Так період розвитку та становлення системи професійної освіти в ДМСУ складає на сьогодні вже сім етапів.

Попередній етап (липень 1990 р. – січень 1992 р.): створені відповідно до наказу № 153 Митного комітету СРСР від 18.07.1990 р. Київські зональні курси Інституту підвищення кваліфікації Митного комітету СРСР [19]. У зв'язку з ліквідацією Митного комітету СРСР вони були також ліквідовані згідно з наказом № 18 МК СРСР від 30.01.1992 р. [20].

1 етап (лютий 1992 р. – травень 1992 р.): створені відповідно до наказу Державного митного комітету України від 10.02.92 р. № 26 курси підготовки та перепідготовки працівників митних установ (м. Київ) [21].

2 етап (травень 1992 р. – січень 1994 р.): засновані відповідно до наказу Державного митного комітету України від 22.05.92 р. № 105 Центральні курси підготовки та перепідготовки працівників митних установ (м. Київ), яким підпорядковані також новостворені Південні (м. Одеса) і Західні (м. Ужгород) зональні курси [22]. Крім того, були окремі накази про створення Західних (наказ Державного митного комітету від 18.08.92 р. № 165) та Південних зональних курсів (накази Державного митного комітету від 25.03.92 р. № 66 та від 06.04.92 р. № 71) [23; 24; 25].

Пізніше, 25.12.92 р., за наказом № 242 Державного митного комітету були засновані Східні зональні курси (м. Харків) [26]. Вони також підпорядковані Центральним курсам.

Уже через декілька місяців ще в одному регіоні України розбудовуються відповідно до наказу Державного митного комітету України від 14.02.1993 р. № 330 не курси, а якісно новий навчальний заклад – Хмельницький учбовий центр перепідготовки та підвищення кваліфікації особового складу митних установ [27]. Але відповідно до цього поширюються як його повноваження, так і його завдання. Якщо уважно придивитися до дат створення і поширення мережі відомчих навчальних закладів, то можна відзначити такі моменти:

По-перше, акцентувалася розбудова саме мережі відомчих навчальних закладів у різних регіонах України. Завдання цієї мережі – стати органічною системою, тим цілим, що саморозвивається і під час свого індивідуального розвитку проходить послідовні етапи ускладнення та диференціації.

По-друге, в центрі уваги було питання про координаційні зв'язки, зв'язки субординації, наявність особливих управлінських механізмів,

через які структура цілого впливає на характер функціонування та розвитку частин.

3 етап розвитку системи відомчих навчальних закладів ДМСУ становить два роки (січень 1994 р. – грудень 1996 р.). У цей період створений згідно з наказом Державного митного комітету від 04.01.94 р. № 3 Учбовий центр підвищення кваліфікації та перепідготовки працівників митних органів (м. Київ) із філіями: 1) Південні зональні курси (м. Одеса); 2) Східні зональні курси (м. Харків); 3) Західні зональні курси (м. Ужгород) з відділенням у м. Львові [28]. Порівняно з другим етапом відбулася певна трансформація в системі відомчих навчальних закладів Державної митної служби України. Цей період пояснюється такою особливістю органічних систем, як активність. З ускладненням організації активність усе більше передається від частини до цілого, тому і просліджується прагнення до поєднання всіх курсів під одним центром, а також територіальне поширення мережі. У 1995 р. створені:

- Львівські зональні курси – відповідно до наказу Державного митного комітету від 23.08.95 р. № 395 на базі Львівського відділення Західних зональних курсів (м. Ужгород) як філія Учбового центру (м. Київ) [29];

- Південно-східні зональні курси (м. Донецьк) – відповідно до наказу Державного митного комітету від 15.09.95 р. № 453 як філія Учбового центру (м. Київ) [30].

Якісно новим кроком у розбудові системи неперервної професійної освіти митників було створення Академії митної служби Державного митного комітету України – відповідно до наказу Державного митного комітету України від 05.07.96 р. № 302 і на виконання Указу Президента України від 11.06.96 р. № 1145/96 [31; 32]. Наявність у системі відомчих навчальних закладів вищого навчального закладу III – IV рівня акредитації дає можливість, по-перше, залучити до професійної освіти фахівців усіх

рівнів, у тому числі й керівної ланки, по-друге, втілювати в життя принцип неперервності професійної освіти.

На 4 етапі (грудень 1996 р. – березень 1998 р.) наказом Державної митної служби України від 31.12.96 р. № 595 на виконання пункту 1 Указу Президента України від 29 листопада 1996 р. № 1145/96 “Про державну митну службу” [33; 34] проведена реорганізація відомчих навчальних закладів і створені: 1) Академія митної служби України на базі ліквідованої Академії митної служби Державного митного комітету України; 2) Київський центр підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів із філіями у м. Одеса (Південні зональні курси) і м. Харків (Східні зональні курси); 3) Хмельницький центр підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів із філіями: Карпатські зональні курси (на базі ліквідованих Західних зональних курсів) і Західні зональні курси (на базі ліквідованих Львівських зональних курсів).

У результаті оптимізації мережі навчальних закладів у 1997 – 98 рр. ліквідовані згідно з наказом Державної митної служби України від 25.02.97 р. № 85 Південно-Східні зональні курси [35], а згідно з наказом Державної митної служби України від 08.06.98 р. № 328 – Південні зональні курси (м. Одеса), Східні зональні курси (м. Харків), Карпатські зональні курси (м. Ужгород), Західні зональні курси (м. Львів) [36].

На цьому етапі основні властивості частин системи визначаються закономірностями та структурою цілого. Залежність між системою та її компонентами настільки тісна, що елементи системи позбавлені властивості до самостійного існування. Зрозуміло, що не може ефективно виконувати свої функції і відокремлено існувати окремий навчальний заклад системи. Якщо систему реформувати в цілому, це не може не торкнутися перебудови кожного з систементів, що й підтверджено наступним етапом розвитку системи професійної освіти працівників ДМСУ.

На 5 етапі (березень 1998 р. – січень 2000 р.) на виконання п. 6 Указу Президента від 23.03.98 р. № 216/98 у Державній митній службі України створена національна система підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців митної справи у такому складі [37]:

1. Академія митної служби України (м. Дніпропетровськ) – головна навчально-методична установа. Згідно з постановою Кабінету Міністрів від 06.07.98 р. № 1009 та спільним наказом Міністерства освіти і Державної митної служби від 30.07.98 р. № 281/454 створено Коледж Академії митної служби на базі ліквідованого Дніпропетровського коледжу автоматики та телемеханіки [38; 39].

2. Київський центр підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів.

3. Хмельницький центр підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів.

У системі неперервної професійної освіти митної служби, як у процесі розвитку будь-якої органічної системи, постійно відбувається якісна трансформація частини разом із цілим. Академія як заклад вищого рівня акредитації, порівняно з іншими в системі відомчих навчальних закладів, не є тим систементом, якому підпорядковані інші заклади професійної освіти. Йдеться лише про наскрізні навчальні плани, про розподіл завдань, про ступеневість і наступність освіти тощо. Усі відомчі навчальні заклади підпорядковані центральному апарату, а ступінь їх підпорядкованості і свободи залежить від складності завдань, що поставлені перед кожним навчальним закладом системи. Очевидно те, що повинна бути централізація організації та управління з метою єдиного підходу, якісного виконання завдань, оперативного узгодження і контролю.

Умовою стабільності органічних систем є постійне оновлення її систементів. З січня 2000 р. розпочато сьомий етап становлення системи



відомчих митних навчальних закладів, який ще триває. Він характеризується посиленою увагою до нормативного регулювання питань професійного навчання кадрів, тому що законодавче та нормативно-правове забезпечення навчання державних службовців – працівників митної служби – одна з передумов успішного функціонування та розвитку системи їх підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації, досягнення професіоналізму, а значить і ефективності митної служби.

Тобто місія системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників митної служби полягає у створенні критичної маси фахівців митної служби, які відповідають сучасним вимогам. А завданням державних і відомчих органів, що здійснюють управління цією системою, є постійна адаптація системи до нових вимог. У цій ситуації навчальні заклади, що здійснюють підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації працівників митної служби, мають забезпечити потужність та якість підготовки, що відповідають місії. А завдання освітньо-професійних і професійних програм підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації полягає у якості підготовки, що відповідає місії.

Вищенаведені думки доводять, що в митній службі існує *національна* система професійної освіти. Логічним є її віднесення до систем функціональних, якими вважаються штучні системи [40], чие створення та розвиток базується на виконанні об'єктивно необхідних функцій, визначених їх призначенням. Саме така закономірність прослідковується упродовж десятилітнього періоду становлення і розвитку системи професійної освіти в Державній митній службі України. У п. 1.3. проекту “Положення про систему підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів Державної митної служби України” зазначається, що державну систему підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації особового складу ДМСУ становлять:

- підготовка фахівців за освітньо-кваліфікаційними рівнями;
- освітньо-професійні програми перепідготовки;
- професійні програми підвищення кваліфікації державних службовців – працівників митних органів України;
- акредитовані та ліцензовані митні заклади освіти, що реалізують зазначені програми;
- професійне навчання без відриву від служби безпосередньо в митному органі;
- підготовка та підвищення кваліфікації працівників митних органів з іноземних мов;
- органи, що здійснюють управління підготовкою, перепідготовкою та підвищенням кваліфікації працівників митних органів України [41].

Проведене нами дослідження дає можливість констатувати, що методичні аспекти підготовки митників в Україні і Німеччині в цілому збігаються, а мета навчання, зміст, об'єкти, навчальні цілі співпадають у багатьох питаннях. Різниця полягає в більш широкому обсязі завдань, що виконуються Федеральним митним управлінням Німеччини, і які впливають на обсяги і зміст навчання.

Слід зазначити, що в системі митної служби України немає курсів підвищення кваліфікації за напрямком “професійна педагогіка” для керівників навчання на місцях у митницях та для викладачів-практиків, тобто для тих викладачів, що прийшли з митниць і не мають педагогічної освіти. На наш погляд, цей досвід слід перейняти у німецьких колег.

Мало або зовсім немає курсів підвищення кваліфікації для поглиблення знань, умінь та навичок, пов'язаних із суміжними напрямками. Наприклад, мало навчальних годин виділено для спецкурсів з питань управління персоналом, кадрової та організаційної роботи, теорії і практики спілкування, конфліктології, етики ділової комунікації і зовсім немає таких спецкурсів, як педагогіка, комп'ютерна обробка даних,

риторика.

Проведений аналіз показав, що в ДМСУ існує система професійної підготовки особового складу. Враховуючи, що вона охоплює всі рівні професійної освіти, можна зазначити, що в галузі митної справи функціонує своя галузева система професійної освіти, значимою характеристикою якої є її неперервний характер.

На виконання Закону України “Про систему підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації державних службовців” від 30 травня 1995 р. № 398 і Комплексної програми державних службовців, затвердженої Указом Президента України від 09.11.2000 року № 1212, в митній службі проводяться наукові дослідження з питань формування концептуальних засад підготовки фахівців для професійної діяльності та змісту навчання державних службовців, а також з питань удосконалення системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації [42; 43].

Проведений аналіз також показав, що в системі професійної освіти ДМСУ простежується тенденція дотримання таких психолого-педагогічних умов:

- урахування кореляції динаміки практичної роботи митної служби та рівня розвитку системи освіти; перенесення умінь та навичок у сферу професійної діяльності (поєднання освітньої, функціональної та галузевої складових професійної освіти);

- розробка відповідних принципів та методики фахового навчання;

- визначення специфіки напрямків самоосвіти під час навчання, перепідготовки та підвищення кваліфікації митників відповідно до номенклатури посад (поєднання, перш за все, освітньої, державної та функціональної складових професійної освіти); розробка системи організації самоосвіти та індивідуальної роботи працівників Держмитслужби.

### **1.3. КОМУНІКАТИВНИЙ АСПЕКТ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ**

## КАДРІВ У ПРИЗМІ КВАЛІФІКАЦІЙНИХ ХАРАКТЕРИСТИК

Аналізуючи систему підготовки керівного складу митних служб як України, так і Німеччини, зміст навчання та підвищення кваліфікації, можна припустити, що настав час говорити про цілий напрямок у професійній педагогіці, в основі якого лежить синтез комунікативних мовленнєвих моделей та їх функціонування в контексті професійної діяльності. Більш докладно розглянемо цю тему далі.

По-перше, наведемо розроблену в Академії митної служби України концепцію комунікативної підготовки майбутніх фахівців-митників. Перший випуск курсантів дав і перші висновки щодо результативності концепції, яка реалізується. Передбачалося, що суть концепції комунікативної підготовки фахівців полягатиме в інтеграції спецкурсів суто митного і гуманітарного спрямування, в безперервному удосконаленні навичок усного і писемного мовлення, прийомів аналітичної розумової роботи, що потребує знання мов. При цьому зазначається, що комунікативна професійна підготовка кадрів є одним із етапів загальної неперервної професійної підготовки. Значна увага приділяється аспектам розвитку комунікативної компетенції з орієнтацією на призначення спеціалістів, що визначає зміст і структуру програми комунікативної підготовки бакалавра і спеціаліста вказаного напрямку.

*Комунікативна компетенція випускника передбачає:* високий рівень практичного володіння мовою (державною і першою іноземною); володіння мовою на варіативно-адаптивному рівні залежно від конкретної професійної ситуації; володіння засобами усного і писемного мовлення, засобами і прийомами успішної ділової комунікації; володіння другою іноземною мовою на базовому рівні та діловодством у митній справі.

*Призначення спеціаліста:* випускників юридичного, економічного та технічного факультетів Академії зі спеціальностей “Право”, “Облік і

аудит”, “Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності”, “Міжнародна економіка”, “Транспортні системи і технології”, “Комп’ютерні системи” готують до таких основних видів діяльності в митній службі:

- 1) начальник підрозділу митної служби, старший інспектор, інспектор;
- 2) економіст, юрист, бухгалтер, системотехнік, інженер з використання комп’ютера;
- 3) асистент, викладач у відомчих навчальних закладах;
- 4) науковий співробітник, старший інженер науково-дослідного центру Академії, науково-дослідних лабораторій;
- 5) керівник навчання в системі самоосвіти на місцях;
- 6) експерт комісій з питань митної справи.

### **Зміст і структура комунікативної підготовки бакалавра і спеціаліста в митній системі**

До навчального плану комунікативної підготовки бакалавра і спеціаліста входять такі основні дисципліни:

- ділова українська мова – I семестр (54 год.),
- ораторське мистецтво (тільки для юристів) – I семестр (54 год.),
- латинська мова (тільки для юристів) – I семестр (108 год.),
- перша іноземна мова – I–VIII семестри (162 год./семестр),
- друга іноземна мова – III–VII семестри (72 год./семестр),
- ділова англійська мова – IX–X семестри (108 год./семестр – тільки для спеціальностей: “Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності” і “Міжнародна економіка”).

Слід зазначити, що все більше зростає увага до вивчення мови. Так, у 2003 – 2004 навчальному році програмою передбачено збільшення годин на ділову українську мову до 81 год. (для спеціальностей “Міжнародна

економіка”, “Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності”), на ділову англійську мову до 162 год. (для спеціальності “Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності”).

Поряд із обов’язковими дисциплінами пропонуються і дисципліни комунікативного спрямування на вибір. Загальна кількість навчальних дисциплін на вибір є нижчою від встановленого ліміту обов’язкових дисциплін, тому для дисциплін на вибір відмічається: по-перше, їх інтегрований характер, а по-друге, їх професійна спрямованість.

Слід зазначити також, що із гуманітарних дисциплін на вибір попитом користується курс “Німецька мова для професії” (54 год.). На нашу думку, це обумовлено відсутністю в навчальній програмі курсу “Ділова німецька мова”, тому самі курсанти спонукають ввести в навчальні плани цей курс як обов’язковий.

### **Зміст і структура комунікативної підготовки фахівця митної служби в системі післядипломної освіти**

Ми виходимо з того, що освіта складається із засвоєння методологічних принципів науки, об’єктивних факторів та способів застосування теорії та емпіричного знання на практиці. При цьому успіх навчання залежить від попереднього адекватного виховання, освіченості і власне освіти, що створюють фундамент відповідного світогляду.

Неперервний характер навчання має сприяти постійному поєднанню теоретичних знань із практичними навичками, оволодінню передовими методами та засобами роботи. Однією з обов’язкових загальних кваліфікаційних вимог для працівників митних органів є “вміння добирати, аналізувати та узагальнювати інформацію”, а також досконале володіння державною мовою. Крім того, “для працівників митних органів, робота яких вимагає спілкування з іноземними громадянами або праці з документами на іноземній мові, обов’язковим є володіння (на рівні

побутового та професійного спілкування) однією з міжнародних мов, а саме: англійською, іспанською та французькою. Для працівників митних органів, які працюють в прикордонних регіонах України, та чия служба вимагає спілкування з громадянами та працівниками державних органів сусідніх країн, обов'язковим є володіння (на рівні побутового та професійного спілкування) мовою прикордонної країни [44].

“Порядок вивчення працівниками митних органів України іноземних мов, виплати грошової надбавки за володіння ними та використання їх у роботі”, затверджений наказом ДМСУ № 100 від 17 лютого 1999 р. [45], визначає:

1. Володіння іноземними мовами є однією з важливих умов професійної підготовки працівників митних органів України.

2. Застосування іноземної мови в роботі передбачає спілкування без перекладача з іноземними громадянами, використання іноземної літератури з питань, які належать до компетенції митних органів, а також перекладацьку діяльність в інтересах служби.

Далі кваліфікаційними вимогами для деяких посад передбачена обов'язкова робота з письмовими зверненнями громадян, з підготовки різної документації. Наведемо приклад: старший інспектор (інспектор) відділу дізнання та порушень митних правил за “дорученням начальника відділу попередньо розглядає письмові звернення громадян, підприємств, установ та організацій у справах про контрабанду та порушення митних правил, що надійшли до митниці, готує висновки щодо них для подання керівництву митниці” [44]. Він “вивчає та поширює передовий досвід підрозділів митниці у сфері боротьби з контрабандою та порушеннями митних правил. Бере участь в організації і проведенні занять у системі професійної підготовки оперативного складу...” [там же]. А головний інспектор (старший інспектор, інспектор) організаційно-оперативного

сектора відділу по боротьбі з контрабандою та порушеннями митних правил згідно зі своїми кваліфікаційними характеристиками забезпечує своєчасне складання та подання до регіональної митниці орієнтовної інформації про надзвичайні події серед особового складу митниці, узагальнює та поширює позитивний досвід роботи підрозділів митниці та митних уповноважених, митних установ України, зарубіжний досвід. Він зобов'язаний брати участь у розробці проектів пропозицій, пам'яток, методичних рекомендацій, готувати довідки; повинен знати передовий вітчизняний та зарубіжний досвід; державну мову.

Таким чином, кваліфікаційні вимоги передбачають, насамперед, досконале знання рідної мови, володіння усним і писемним мовленням, прийомами і методами аналітичної роботи. Необхідні також знання теорії і практики спілкування, знання і навички оформлення митної документації, бо завдання та обов'язок старшого інспектора (інспектора) митного поста пояснювати громадянам, що перетинають державний кордон України, порядок та правила митного контролю, організувати підготовку відповідей на запити з Державної митної служби України, регіональної митниці, інших митниць та правоохоронних органів.

Головний інспектор (провідний, старший інспектор, інспектор) сектора швидкого реагування відділу митної варти, головний інспектор (провідний, старший інспектор, інспектор) сектора охорони та супроводу вантажів відділу митної варти зобов'язані постійно підвищувати свою професійну майстерність, здійснювати заходи щодо підвищення професійних, збагачення теоретичних та розвитку практичних навичок, освоєння спеціальних технічних засобів та техніки. Вони повинні знати методичні матеріали.

Отже, навіть невеликий витяг із кваліфікаційних характеристик працівників митної служби України свідчить про те, що необхідна підготовка фахівців для митної служби, яка об'єднала б спецкурси суто



митного і гуманітарного спрямування, а саме спецкурси з подальшого вдосконалення навичок усного і писемного мовлення, прийомів розумової роботи. Така концепція комунікативної підготовки впроваджується вже декілька років у митній системі.

Ця тенденція цілком правильна і відображає зростаюче розуміння того, що сучасні умови вимагають від фахівця постійного вдосконалювання його комунікативної компетенції. Це обумовлено, насамперед, тими об'єктивними факторами, що працівники митниць під час виконання своїх службових обов'язків спілкуються не просто з громадянами, що перетинають митний кордон, але й з найбільш підготовленими представниками ділових кіл. Як правило, керівники та управлінський склад фірм, що розвиваються динамічно, і особливо тих, що займаються зовнішньоекономічною діяльністю, володіють комунікативними вміннями на високому рівні. А знання іноземних мов, такі необхідні для спілкування з діловими партнерами за кордоном, роблять їх комунікативний потенціал достатньо вагомим. У зв'язку з цим працівники митних органів повинні мати адекватну комунікативну підготовку, яка б дала їм можливість виконувати свої професійні обов'язки на певному рівні. Професійна комунікативна підготовка митників безперечно має охоплювати як мовний, так і комунікативно-психологічний аспекти.

Основні зусилля колективу в умовах становлення Академії були зосереджені на утвердженні її як важливої ланки в системі підвищення кваліфікації кадрів, у напрацюванні нових підходів у здійсненні навчання з урахуванням кращого вітчизняного і зарубіжного досвіду. Визначальними в цій роботі стало забезпечення змісту і методики навчання, які відповідають вимогам часу, реаліям державно-політичного життя в Україні, високого рівня інформаційно-методичного забезпечення навчального процесу; ознайомлення з вітчизняним і зарубіжним досвідом організації і здійснення навчання кадрів; вироблення пропозицій щодо

роботи на перспективу.

Уже чотири роки працює при Академії факультет післядипломної освіти працівників митних органів. Його основними напрямками роботи є: 1) проведення короткотермінових курсів з підвищення кваліфікації для керівного складу митних установ різного рівня; 2) прийом кваліфікаційних іспитів з іноземної мови; 3) надання другої вищої освіти; 4) проведення міжнародних семінарів; 5) надання методичної допомоги митним установам.

Що стосується комунікативної підготовки, то в навчальні програми короткотермінових курсів уведені такі актуальні спецкурси, як “Діловодство в митній справі”, “Формування іміджу працівників митних органів”, “Соціально-психологічні основи і особливості ділового спілкування в митних органах”, “Культура мови в діловому спілкуванні”, “Мовленнєвий етикет”.

Стосовно кваліфікаційного іспиту з іноземної мови простежується думка про академічність прийому іспиту. Ми хочемо створити єдині вимоги, є можливість проводити інтенсивні мовні курси, активізувати мовну підготовку. Оскільки зміст мовної підготовки в митній службі в системі післядипломної освіти полягає не в прийомі іспиту, а в удосконаленні мовної підготовки, вважаємо, що на використання всіх можливостей слід звернути особливу увагу.

Програми з другої вищої освіти, у тому числі й гуманітарний аспект, відповідають загальнодержавним стандартам, але обов’язково враховується митна специфіка.

Систематична й осмислена робота безпосередньо на митницях проводиться з новоприйнятими працівниками і зарахованими до кадрового резерву. Наведемо приклад. Згідно з “Пам’яткою наставнику новоприйнятого працівника” наставник зобов’язаний навчити [46]:

- писати рапорт (заяву), довіреність, пояснювальну, доповідну, протокол, характеристику та інші ділові папери грамотно, українською літературною мовою;

- оформляти документи державною мовою;

- дипломатично, ввічливо ставитись до клієнтів;

- вміти володіти своїми почуттями в неординарних ситуаціях і т. ін.

Ще більш вимогливою є митна служба до зарахованих у кадровий резерв. Так, у “Методичних рекомендаціях керівникам підрозділів митниці по наданню допомоги інспекторам, зарахованим в резерв на керівні посади номенклатури начальника митниці” зазначено, що в особистих планах осіб, зарахованих до кадрового резерву, необхідно передбачити:

- систематичне відвідування занять з професійної підготовки та *виступи перед аудиторією* (курсів - О.П.);

- роботу з підготовки *лекцій*, рефератів на задану тему;

- участь у роботі семінарів, *підготовку матеріалів для нарад, для газет, місцевого теле- і радіомовлення*;

- участь у *прийомі громадян*, роботу з *заявами, зверненнями*;

- розвиток аналітичних здібностей;

- вивчення передового досвіду, його узагальнення та поширення серед працівників митниці;

- підвищення освітнього рівня в навчальних закладах України;

- підвищення кваліфікації на курсах навчальних центрів [47].

Нами усвідомлено зроблено вибірку тієї інформації із методичних рекомендацій, де робиться акцент на розвиток комунікативно-професійної компетенції працівника і підвищення кваліфікації в системі освіти.

У кожному підрозділі митниці відділ по роботі з особовим складом планує, проводить і контролює роботу щодо удосконалення професійної

підготовки. Кожен працівник митниці має свій план підготовки. Начальником митниці призначаються керівники навчальних груп, які зобов'язані 2/3 робочого часу, відведеного на ознайомлення з матеріалом окремих тем, використати на активні форми роботи на заняттях (семінари, практичні заняття, модулювання ситуацій, ділові ігри і т. ін.), що дасть можливість отримати в майбутньому більший ефект, ніж це дає традиційна схема “лектор-слухач”. Керівники навчальних груп зобов'язані також до підготовки лекцій залучати найбільш підготовлених, досвідчених інспекторів; тих, хто працює недавно, ставити до них асистентами.

Отже, можна зробити висновок, що система навчання на митницях продумана таким чином, щоб сформувати і розвивати організаторські, педагогічні, комунікативні, лідерські здібності у всіх працівників. Результати навчання обов'язково відображаються в атестаційних характеристиках на працівників і враховуються під час атестації. Запропонований підхід до комунікативної підготовки фахівців митної служби України нами не абсолютизується. Адже формування системи гуманітарної освіти фахівців негуманітарного профілю з метою розвитку в них комунікативно-професійної компетенції пов'язано з глобальністю економічних і соціально-політичних проблем, охоплення ними всіх сфер діяльності та часто спрощеним підходом до їх розуміння. Будь-яка система, що розвивається, змінюється. На сьогодні комунікативну підготовку в системі безперервної професійної освіти Державної митної служби України можна подати так (див. схему 1, стор. 45).

Проведене дослідження дозволяє зробити такі висновки:

1. Ураховуючи, що митна служба є державною, професійна освіта її робітників – це завдання державного значення. У галузі митної справи функціонує система безперервної професійної освіти, що охоплює всі рівні професійної освіти: професійну підготовку новоприйнятих, навчання, підвищення кваліфікації (у тому числі й через мережу аспірантури,

докторантури; шляхом надання другої вищої освіти), систему самоосвіти. Удосконалюється та впроваджується єдина концепція професійної освіти в системі митної служби України.



2. У методологію професійної освіти в Україні свідомо закладені етичні аспекти вибору майбутньої діяльності, значна увага приділена самосвідомості особистості у формуванні ідеального уявлення про суть своєї професії та у виборі оптимальних засобів упровадження цього уявлення в практику.

3. Кожна з країн має свою систему професійної підготовки кадрів. Можна зазначити, що для України і Німеччини ці системи значно відрізняються, але можна запозичити відповідно до мети навчання для кожного рівня посад деякі аспекти змісту і форми навчання. Наприклад, розширити перелік курсів підвищення кваліфікації для поглиблення знань, умінь та навичок, що пов'язані з суміжними напрямками, такими аспектами, як педагогіка, комп'ютерна обробка даних, риторика, усне і писемне мовлення в митному дискурсі, методи та методики розумової роботи. Не стали ще нормою, постійною складовою системи професійної підготовки курси підвищення кваліфікації для цілих напрямків, наприклад, кінологів, спеціалістів з питань митної вартості та митної оцінки тощо.

4. Незважаючи на певні розходження у функціях митних служб України і Німеччини, в системі професійної освіти митників України прослідковується орієнтація на країни Європейського союзу, в тому числі й на Німеччину, що обумовлено бажанням України мати менше розходжень з цими країнами перед вступом до Європейського союзу. Велика увага приділяється обміну досвідом, у тому числі й з аспектів організації та змісту навчання, роботи з громадськістю. В обох країнах при багатоступеневій системі професійної підготовки акцентується комунікативний аспект як складова й елемент оцінки системи підвищення кваліфікації в Україні та країнах Європейської спільноти.

5. Етапи становлення і розвитку системи професійної освіти виявили, що її ефективність може бути забезпечена шляхом реалізації певної сукупності психолого-педагогічних умов, де серед головних слід зазначити:

- перенесення умінь та навичок у сферу професійної діяльності, урахування кореляції динаміки практичної роботи митної служби та рівня розвитку системи освіти (поєднання освітньої, функціональної та галузевої складових професійної освіти);

- визначення специфіки напрямків самоосвіти під час навчання, перепідготовки та підвищення кваліфікації митників відповідно до номенклатури посад (поєднання, насамперед, освітньої, державної та функціональної складових професійної освіти).

6. Змістом професійної освіти для виховання комунікабельної особистості, для формування її комунікативно-професійної компетенції є значною мірою зміст праці за фахом. Тому суть концепції комунікативної підготовки особового складу ДМСУ полягає в інтеграції спецкурсів суто митного і гуманітарного спрямування, в безперервному вдосконаленні навичок усного і писемного мовлення, прийомів аналітичної розумової роботи, що потребують знання мов.

7. Комунікативна підготовка кадрів є одним з аспектів загальної неперервної професійної підготовки митників. У кожній із країн у митній службі сформована система, відпрацьовуються моделі й методи комунікативної підготовки службовців. На кожному з рівнів передбачена комунікативна підготовка, яка відповідає кваліфікаційним характеристикам посади. Однією з обов'язкових вимог митної системи до сучасного фахівця з вищою освітою є високий рівень володіння комунікативно-професійною компетенцією. Значно посилилась також гуманітарна спрямованість підвищення кваліфікації.

8. Політика підготовки кадрів спрямована на пошук найкращої мотивації навчання та найбільшої його ефективності. Безперервний характер навчання сприяє постійному поєднанню теоретичних знань із практичними навичками, оволодінню передовими методами та засобами. Вся система навчання продумана таким чином, щоб сформувати і



розвивати організаторські, педагогічні, комунікативні, лідерські здібності у всіх працівників.

У цій монографії розглядаються далі різні аспекти однієї з головних проблем сьогодення у підготовці кадрів – виховання комунікабельної особистості, формування її комунікативно-професійної компетенції. Наступна глава містить інформацію, що сприятиме осмисленню теоретичних проблем, пов'язаних з поняттям “комунікація”, засвоєнню фундаментальних наукових знань із галузі лінгвістики та педагогіки: теорій, ідей, закономірностей, фактів і відповідних їм термінів і понять. Це допоможе сформувати наукову картини світу і сприятиме більш осмисленому навчанню мови та мовлення.

## ГЛАВА 2

### ДІЛОВА КОМУНІКАЦІЯ: ТЕОРЕТИЧНІ ДОМІНАНТИ

#### *2.1. КОМУНІКАЦІЯ З ТОЧКИ ЗОРУ ТЕОРІЇ МОВЛЕННЄВОГО АКТУ*

Ділова комунікація відіграє у нашому сьогоденні велику творчу й продуктивну роль, зміст якої розкриває саме загальне поняття комунікації. Лінгвістичний енциклопедичний словник зазначає, що комунікація – спілкування, обмін думками, відомостями, ідеями тощо – є специфічною формою взаємодії людей у процесі їх пізнавально-трудової діяльності [48].

У процесі навчання ділової комунікації прослідковується системно-структурний підхід, що проявляється, насамперед, у виявленні та використанні системно-цілісних характеристик лінгвістичної освіти для нефілологів і тенденцій її розвитку в аспекті професійної діяльності. Одним із найважливіших у навчанні мови й мовлення розглядається принцип єдності раціонального і емоційного, тобто поєднання теоретичних знань і їх практичного використання в ході насиченої комунікативно-професійної діяльності, рішення проблемних комунікативних завдань.

Розуміння комунікації як системи дає можливість, а також вказує на необхідність вивчення усіх складових цієї системи. З метою найбільш раціонального використання її компонентів для досягнення успішної комунікації учаснику комунікативного акту слід орієнтуватися як у теоретичних засадах, так і в практичних аспектах. Саме тому, на нашу думку, виправдовує себе системно-діяльнісний підхід до ділової комунікації, де, перш за все, практичну значимість мають знання семантичного і когнітивного рівнів комунікації, різних функцій мови.

У комунікативній функції мова виявляє свою орудійно-знакову сутність, завдяки чому комунікація стає найважливішим механізмом

становлення індивіда як соціальної особистості, провідником настанов даного соціуму, що формують індивідуальні й групові настанови. Як соціальний процес комунікація служить формуванню суспільства в цілому, виконуючи в ньому об'єднуючу функцію.

Комунікація складається з комунікативних актів (одиниць комунікації), у яких беруть участь комуніканти, що створюють висловлення (тексти) та інтерпретують їх.

Комунікація



Можлива через передавання змісту



Зміст: має бути зрозуміло закодований у знаковій системі



Знакова система: реалізується в мові



Елементи мови: утворюють текст



Текст є засобом комунікації [49].

Наведена схема демонструє висновок про те, що основним мовленнєвим засобом у функціонально-прагматичній парадигмі є текст. Текст розуміється у широкому смислі слова як цілий мовленнєвий твір (Москальська О.І.), що має комунікативну, змістовну і структурну єдність та певну прагматичну настанову (Гальперін І.Р., Борботько В.Г.).

Діяльнісний підхід до мови, що зорієнтований перш за все на висловлювання як на основну одиницю спілкування, тобто як на основну комунікативну одиницю, неминує приводить до того, що висловлювання

в його змістовній і формальній структурі є ланкою (фрагментом) тексту, який є нібито проміжним продуктом мовленнєвого процесу, кінцевим породженням якого є цілий текст.

Розмірковуючи про прагматичну настанову висловлювання, ми пам'ятаємо, що прагматика – це екстралінгвістика, категорія поведінки, що вивчає “людський фактор”, закономірності функціонування мовних одиниць у конкретних ситуаціях мовленнєвого спілкування. Передкомунікацію, комунікацію і посткомунікацію формує відповідна соціальна структура, оскільки вона представлена у нашій свідомості. Проте екстралінгвістичні елементи мовленнєвого акту для прагматики значимі. Так, для мовної комунікації важливі соціальна ситуація і її інтерпретація або уявлення про неї в учасників комунікації. Мовленнєві акти інтерпретуються на основі наявного у комунікантів знання світу. Без відповідних знань неможливо розрізнити два однакових висловлювання: “Я Вас обожнюю”, якщо одне з них сказано закоханим, а інше, наприклад, у ситуації отримання подарунка як прояв захоплення ним. Ми безпомилково визначаємо зміст того, що було сказано, орієнтуючись на знання ситуації.

Часто інтерпретація мовленнєвих актів потребує більш широких знань про світ, оскільки вони мають відношення до минулих або майбутніх дій комунікантів. Нерідко мовна комунікація є засобом планування, контролю й оцінки дій або ж спрямована на надання інформації, що необхідна для здійснення цих дій. Отже, мовленнєві акти неможливі без знань того, що необхідно, допустимо або неможливо в реальному світі.

Реальні характеристики соціальних контекстів і характеристики їх учасників певним чином пов'язані між собою [50]. Вони задають, зумовлюють можливі мовленнєві/немовленнєві дії учасників соціальної взаємодії у тих чи інших ситуаціях. Тобто, соціальний контекст

зумовлює мовленнєву поведінку учасників діалогу.

Характер взаємозв'язків між мовними і соціальними структурами вивчається соціолінгвістикою. Але той факт, що суспільні функції мови зумовлюються реалізацією комунікативної функції у різних сферах людської діяльності, знов і знов привертає увагу лінгвістів і педагогів-методистів до цієї базової функції мови – комунікативної: бути “найважливішим засобом людського спілкування” [48, 564].

Як відомо, до комунікативної функції відносяться контактна [51] (вужче – контактостановлююча [48, 564]), конативна (засвоєння), волюнтативна (впливу) та функція збереження і передачі національної самосвідомості, традицій культури й історії народу і деякі інші. Ще Празька лінгвістична школа вивчала мову як функціональну систему, а її функції як функції мовленнєвої діяльності.

Лінгвістичні дослідження мовних засобів і форм, що використовуються для висловлення, перш за все, контактної функції, без сумніву, пов'язані з текстами, що являють собою діалогічне мовлення (“направлений комунікативний реєстр” – Веденькова М.С., 1984, с. 17) [52]. Таким чином, можна зазначити, що і для навчання мови релевантними елементами діалогічного мовлення виступають елементи трьох рівнів (Henne, H., Rehbock, H., S. 20) [53].

## 1. Категорії макрорівня: фази проведення діалогу

### 1.1. Початок діалогу

### 1.2. “Середина” діалогу: (розкриття основної теми і субтем)

### 1.3. Завершення діалогу

## 2. Категорії середнього рівня

### 2.1. Крок діалогу

2.2. Зміна ролей між мовцем і слухачем: регулювання ходу діалогу

2.3. Діалогічна послідовність

2.4. Мовленнєвий акт/акт розуміння слухачем

2.5. Розділові сигнали

2.6. Зворотній канал зв'язку

3. Категорії мікрорівня – це мовні засоби, що включені у мовленнєвий акт: синтаксичні, лексичні, фонетичні і просодичні.

Жодна з категорій, що взята ізольовано, не є достатньою для визначення комунікативного типу висловлювання. Багато елементів лінгвістичного і паралінгвістичного рівнів указують на певні риси можливих у даних умовах мовленнєвих актів. Тобто, комунікативні пласти (лінгвістичний, паралінгвістичний, екстралінгвістичний) у професійній комунікації є рівнями (або пластами) комунікативно-професійної компетенції, і наше завдання показати, що акти успішної комунікації можна побудувати, якщо враховувати дані лінгвістичних досліджень. Меті моделювання успішної ділової комунікації, як і комунікації на побутовому рівні, служить використання певних засобів вищезазначених комунікативних пластів.

Для більш повного розуміння комунікативних процесів треба нагадати ще деякі лінгвістичні поняття. Слідом за Дж. Остіним ми розрізняємо локутивні (L), іллокутивні (I) і перлокутивні (P) акти [54]:

- акти мовлення: локуції;

- акти, що відбуваються під час мовлення: іллокуції;

- акти, що відбуваються за допомогою мовлення: перлокуції.

Скористаємося також концепцією Т. Коена, який вважав, що з будь-яким висловлюванням можуть бути співвіднесені деякий зміст (M) та іллокутивна сила (F) [55, 347]. Спираючись на ці поняття, Т. Коен наводить загальну схему мовленнєвого акту, де висвітлює думку про те,

що, по-перше, зміст висловлювання є результатом взаємодії локуції і перлокуції, а по-друге, – будь-яке висловлювання має певну іллокутивну силу. Дж. Остін розглядає іллокутивний акт як мовленнєву дію мовця, яка є реалізованою відразу після завершення висловлювання, тобто іллокутивний акт, обмежуючись мовцем і знаходячись у залежності від його волі (як і якими засобами здійснити цей акт), пов'язаний також і з перлокуцією. Дійсно, у кожній конкретній реалізації іллокутивний акт здійснюється з будь-якою перлокутивною метою для досягнення того чи іншого перлокутивного (прагматичного) ефекту, і саме ця перлокутивна мета (очікування, планування певного перлокутивного ефекту) викликає до життя іллокутивний акт. Тому виникає сумнів відносно твердження Дж. Серля про те, що іллокутивний акт не пов'язаний з перлокутивною метою й, таким чином, з перлокутивним ефектом [53]. У цій роботі поняття “перлокутивний ефект” і “прагматичний ефект” вживаються як синоніми.

Перлокуція містить у собі дві складові: перлокутивний акт і перлокутивний ефект. Перлокутивний акт, вплив мовця на слухача, є обов'язковою складовою мовленнєвого акту, завжди присутній у висловленні і тому завжди носить інтенціональний характер, і може бути успішним або неуспішним. А перлокутивний ефект є посткомунікативним поняттям, він виявляється у подальшій поведінці адресата як вербальній, так і невербальній. Оскільки вплив висловлення йде умовно у трьох напрямках: на думки, емоції і дії (Романов А.А., 1981; Конопелько Е.В., 1991) [56; 57], то у зв'язку з цим можна говорити про прагматичний аспект комунікативної функції. Адресант (відправник) формує висловлювання і прогнозує його вплив на адресата. У певній мірі відповідальність за наслідки мовленнєвого акту лежить на відправнику, тому що саме від нього залежить добір засобів, що підходять у кожному конкретному випадку для досягнення необхідних йому наслідків [58]. Це положення важливе як теоретичне обґрунтування для наших подальших

роздумів про зміст навчання ділової комунікації. Обумовленість використання того чи іншого мовного засобу і ступінь адекватності перлокутивного ефекту намірам адресанта – ці два параметри є базовими для перлокуції.

Оскільки перлокутивний ефект знаходиться за межами власне мовленнєвого акту, то в теорії мовленнєвого акту увага вчених була зосереджена переважно на аналізі іллокутивних сил. При цьому “оцінка” індикаторів іллокутивної сили висловлювання звичайно була пов’язана з його інтерпретацією.

Уточнимо, що під висловлюванням розуміється комунікативна одиниця, яка поєднує в собі граматичний, змістовний і прагматичний ознаки [59], а з формального боку висловлювання можна розглядати як речення, тому що кожне висловлювання – це “реалізоване речення”. На відміну від висловлювання в широкому смислі (висловлювання може й не бути реченням), висловлювання-речення має змістовну завершеність, тобто передає не лише інформацію, а вона є відносно повною, цілісною, завершеною. Граматично змістовна завершеність висловлювання виражається категорією предикативності, яка цілим комплексом формальних синтаксичних засобів співвідносить повідомлення з тим чи іншим планом дійсності [60].

Оскільки під час навчання мови і мовлення ми використовуємо висловлювання, які мають форму речень, то далі суворого розмежування в термінології “речення”, “висловлювання” не проводиться.

З функціонально-комунікативної точки зору, висловлювання є “мовленнєвим твором”, який утворений у ході мовленнєвого акту і розглядається в контексті цього мовленнєвого акту. Його компоненти в їх взаємодії обумовлюють прагматичні ознаки висловлювання: наявність пресупозиції, мотивацію, комунікативну інтенцію,



тематичність, прагматичний ефект тощо (Колшанський Г.В., 1984; Шубін Е.П., 1972) [59; 61].

Висловлювання, таким чином, має не лише синтаксично-семантичну структуру, але й певні прагматичні ознаки [62].

У лінгвістиці діяльнісний підхід до вивчення комунікативної функції і її складової – контактної функції – дав можливість виявити прагматичний ефект висловлювань, що мають різну іллокутивну силу, а у педагогіці – дослідити кореляцію комунікативних умінь співрозмовників і прагматичного потенціалу висловлення з метою подальшого практичного використання певних висловлювань для досягнення очікуваного результату спілкування, відпрацювання комунікативних умінь і навичок (Див. розділ 2.2.).

Таким чином, під час навчання мовлення, і ширше – спілкування, слід ураховувати факт включності будь-якого комунікативного акту в сумісну діяльність і всі суттєві складові комунікації, які впливають на вибір конкретних засобів “коду”, на породження самої “інформації” і на засоби і результати її інтерпретації, на процес колективної діяльності і на функції когнітивних структур. А розробка концепції і моделі професійної комунікативної освіти неможлива без серйозного лінгвістичного дослідження на базі даних українських та зарубіжних учених. На основі попередніх авторських доробок була встановлена кореляція комунікативних умінь та прагматичного потенціалу висловлювання. Типи перлокутивних ефектів контактних висловлювань були вивчені на основі авторського визначення контактної функції. У наступному розділі подані осмислені з позицій педагогічної науки результати експериментального лінгвістичного дослідження, яке було проведено автором раніше на матеріалі німецької мови.

## **2.2. КОРЕЛЯЦІЯ КОМУНІКАТИВНИХ УМІНЬ СПІВРОЗМОВНИКІВ ТА ПРАГМАТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВИСЛОВЛЮВАННЯ**

Діяльнісний підхід до вивчення мовних одиниць та їх функцій дав можливість по-новому підійти до висвітлення питання про вплив мовленнєвого висловлювання на адресата. Цей підхід орієнтований, перш за все, на висловлювання як на основну одиницю спілкування, тобто на основну комунікативну одиницю.

Найновітніші дослідження в галузі теорії мовленнєвого акту відкрили перспективу вивчення контактної функції мови (КФ), оскільки були намічені нові аспекти у висвітленні проблеми мовленнєвої взаємодії комунікативних по лінії стратегії та регуляції мовленнєвого акту, з метою встановлення мовленнєвого контакту, визначення соціальних ролей комунікантів, прагматичного ефекту висловлювання тощо.

Розбіжність поглядів учених щодо КФ стосується в основному трьох аспектів: змісту поняття цієї функції; вибору терміна, відповідного цьому виду функції; форм і засобів виявлення КФ висловлювання.

Для теорії і практики навчання успішної ділової комунікації є важливим усебічне вивчення КФ, тому використання даних емпіричних досліджень дозволяє більш упевнено орієнтуватися у комунікативних ситуаціях, прогнозувати особисту поведінку й поведінку співрозмовника, реалізувати потенційні можливості у комунікативній діяльності, те, що дозволяє сформувати комунікативні уміння, такі необхідні для вирішення комунікативних завдань.

Ми мали за мету вивчення взаємозалежності комунікативних умінь співрозмовників та прагматичного потенціалу висловлювання. Для цього необхідно було вивчити КФ у прагматичному аспекті, описати результати експериментального лінгвістичного дослідження перлокутивного ефекту контактних висловлювань, намітити найбільш імовірні види умінь, котрі

можна спрямовано формувати з урахуванням прагматичного потенціалу висловлювання.

У попередніх роботах автора запропонована дефініція КФ, зроблена спроба комплексного, багатоаспектного аналізу як самої КФ, так і способів її вираження, вивчено й рекомендовано інвентар контактних мовленнєвих засобів німецької мови. Під КФ розуміємо призначеність мовних засобів для встановлення, підтримки і завершення соціально-масового й індивідуального мовленнєвого контакту в конкретних ситуаціях мовленнєвого спілкування, що значною мірою обумовлюють і регулюють поведінку комунікантів, у чому проявляється головний зміст даної функції – метакомунікативний [63].

Лінгвістичне спостереження та опис, а також звернення до теорії мовленнєвої діяльності, дали змогу підійти до висвітлення КФ з різних точок зору і розглянути цю функцію у таких аспектах: теорії мовленнєвого акту, теорії спілкування, прагматики, у семантичному та метакомунікативному аспектах. Отже, комплексний аналіз КФ включив у себе мовний та метамовний компоненти, які доповнили й уточнили висновки щодо специфіки і своєрідності зазначеної мовної категорії.

Інші дослідники також підкреслюють, що комунікативна функція охоплює й інші функції [64]. Так, як стверджує сугестивна лінгвістика, комуніканти не цікавляться самою мовою: їх скоріше турбує, що стоїть за мовою – результати спілкування. Тому І.Ю. Черепанова доводить, що найбільш актуальним проявом комунікативної функції і рушійною силою розвитку й удосконалення мови, мовленнєвої діяльності є сугестивна (волюнтативна, регулятивна) функція мови [там же]. Учена наголошує на гуманізації, під якою вона розуміє “навчання впливової рідної мови з метою оптимізації комунікації і психологічного захисту, а особливо – цілеспрямованого навчання професійних комунікаторів різних профілів ... ефективного впливу на масову свідомість, окрему особистість” [там же].

Лінгвістика, психологія, медицина вже сьогодні пропонують і впроваджують систему навчання і використання комунікативно значущих умінь і навичок, які значною мірою підвищують ефективність вербального впливу.

Методологічну основу дослідження склали: загальні положення теорії мовленнєвої діяльності; вчення про направляючу роль діяльності у формуванні особистості; про соціальну суть спілкування; фундаментальні уявлення про функції мови; основні положення комунікативного синтаксису, а також теорії спілкування.

Для проведення дослідження використовувались як методи лінгвістичного спостереження і опису, прагмалінгвістичного аналізу, так і ймовірно-статистичний метод, що забезпечило достовірність одержаних результатів.

Прагматичний аспект вивчення КФ полягає у висвітленні питання про вплив мовленнєвого висловлювання на адресата. Щоразу, коли адресант намагається вступити в контакт і реалізувати свою мету за допомогою мови, він розраховує на певну кількість альтернатив поведінки. При цьому комунікант може розкрити свою креативність у спілкуванні з іншими комунікантами; він орієнтується на їх реакцію. Це означає не що інше, як те, що мовленнєва дія є дією соціальною. А мовленнєвий акт дорівнюється до дії, однак у силу специфічності має й відмінність з дією практичною, як, наприклад, розповідати, хвалити, просити [65].

Кожна мовленнєва дія вирішує певні комунікативні завдання. Для досягнення мети комунікації важливу роль має культура комунікантів, їх ерудиція, мислення, мовленнєва культура, комунікабельність. Уміння добре орієнтуватися у комунікативній ситуації, попереджувати конфлікти має вирішальне значення, тому що неможливо запрограмувати всі варіанти спілкування. Однак володіння комунікативними вміннями дає можливість

вільно реалізувати свої сили і здібності як у стандартних, так і нестандартних ситуаціях. Такими вміннями є: вміння планувати спілкування, вміння визначати стратегію поведінки, вміння входити (виходити) у ситуацію; вміння орієнтуватися в певній ситуації, у комунікантах; уміння зважувати індивідуальні та вікові особливості комунікантів; уміння обирати комунікативні засоби для конкретної ситуації; використовувати вербальні та невербальні засоби, паралінгвістичну й екстралінгвістичну систему знаків; уміння слухати співрозмовника та прогнозувати перлокутивний ефект висловлювання, вміння використовувати особистий простір у спілкуванні, вміння орієнтуватися у нестандартних і діяти в конфліктних ситуаціях.

Довільному мовленнєвому спілкуванню, коли діалогічне мовлення будується за схемою “обмірковане питання – обміркована відповідь”, притаманний особистий задум, побудова самостійної програми висловлювання, вибір вербальних та невербальних засобів, формально-логічне оформлення, адекватне первинному мовленнєвому стимулу висловлювання. У такому випадку можна говорити про продуманий мовленнєвий вплив, про обумовленість прагматичного потенціалу висловлювання рівнем сформованості комунікативних умінь співрозмовників.

Часто в ситуації спілкування продуманий вибір як вербальний контактний засіб особового займенника “ти” за наявності нерівних ролевих позицій сигналізує про бажання адресанта створити самостійну програму висловлювання.

Відомо, що мотиваційна сфера спілкування розташована ніби над усіма іншими сферами, вона висвітлює все, що відбувається на нижчих рівнях. Мотиваційно-розумовий рівень включає емоційно-вольову (почуття, емоції, воля) та інтелектуально-пізнавальну (мислення, інтереси, світогляд, здібності) сфери. Мислення, наприклад, бере участь не тільки в

цілісному пізнанні світу та людини, але й у підготовці (продумуванні) певного впливу на них. Отже, якщо мотиваційна сфера провідна, мовленнєвий вплив може адресуватись або до одного з двох основних боків психіки – інтелектуальної чи емоційної сфери, або до фізичної реакції, фізичної поведінки адресата. Бажана реакція може бути викликана, якщо комуніканти зуміє визначити стратегію поведінки, зорієнтуватися в ситуації співрозмовника.

У довільному діалогічному мовленнєвому спілкуванні існують певні відношення між цілями висловлювання різних учасників спілкування. Метою висловлювання одного з комунікантив може бути визначення соціальної ролі слухача, прогнозування впливу та реакції на цей вплив, оцінювання можливих труднощів розуміння, можливих заперечувань щодо певного впливу, стимулів. Під час діалогу можна безпосередньо спостерігати перлокутивний ефект висловлювання (мовленнєвої дії), безпосередньо переконатися у тому, досягло чи не досягло воно своєї мети, тому що за акцією адресанта відразу настає реакція адресата, що й дає можливість у випадку необхідності скорегувати свою тактику першому комуніканти. О.В. Падучева вважає, що мовленнєвий акт у діалозі є повна реальність. У діалозі “речення з безпосередньою очевидністю вбудовані у мовленнєвий акт, який фіксує місце, час учасників висловлювання, контекст, тобто все, що необхідно для розуміння цього речення... Тобто те, що для монологу – гіпотеза, для діалогу – очевидність” [66].

Метою слухача може бути проникнення у думки мовця і побудова своєї вербальної відповіді на цій основі або іншої реакції, невербальної. Позиції учасників діалогу, співвідношення їх знань про предметну ситуацію, їх цілі можуть змінюватися, що може привести до зміни комунікативних ролей “мовець/слухач”. Досягнення/недосягнення тієї чи іншої мети комунікації, керування ходом бесіди очевидно залежить від

міри формування комунікативних умінь співрозмовників. Г. Хінделанг наявність перлокутивного акту визначає тим фактом, чи відмічений у слухача певний мовленнєвий вплив [65]. Такий вплив може проявлятися:

- 1) за наявністю у слухача певних почуттів;
- 2) у тому, що він виконує якусь дію чи відмовляється від неї;
- 3) у розумовій діяльності.

Відомо, що точки зору з питання мовленнєвого впливу на адресата у багатьох учених збігаються. Чи досягається ефект, тобто чи можливий перлокутивний акт, залежить від реакції слухача. Мовець може тільки прогнозувати прагматичний ефект, але він не може бути повністю впевнений у досягненні бажаного. У цьому полягає суттєва відміна перлокутивного акту від іллокутивного. Отже, головними для перлокуції висловлювання є такі параметри: іллокуція, умови використання того чи іншого мовного засобу, ймовірність досягнення прогнозованого впливу, що залежить від рівня сформованості комунікативних умінь учасників діалогу.

Спробуємо тепер проаналізувати висловлювання з КФ з точки зору прагматичного ефекту, тобто впливу такого висловлювання на адресата. При цьому до уваги беруться три основні прагматичні типи висловлювання, як-от: повідомлення, запитання, спонукання. Тобто способи комунікації представлені цими найбільш уживаними комунікативними блоками. Реакція адресата може бути з точки зору поведінки двоякою: поведінка мовленнєва й поведінка фізична, тому прогнозований мовленнєвий вплив може бути поданий дванадцятьма блоками (див. табл. 1): прагматичний тип висловлювання – прогнозований мовленнєвий вплив.

**Співвідношення типу висловлювання та прогнозованого мовленнєвого впливу**

Прагматичний тип висловлювання	Прогнозований мовленнєвий вплив	Скорочена назва
розповідь	мислення	Р./М.
спонукання	мислення	С./М.
питання	мислення	П./М.
розповідь	емоції	Р./Е.
спонукання	емоції	С./Е.
питання	емоції	П./Е.
розповідь	поведінка – дія	Р./Пд.
спонукання	поведінка – дія	С./Пд.
питання	поведінка – дія	П./Пд.
розповідь	поведінка мовленнєва	Р./Пм.
спонукання	поведінка мовленнєва	С./Пм.
питання	поведінка мовленнєва	П./Пм.

Таким чином, при підготовці комунікативних завдань для навчання мови і мовлення слід спонукати адресантів оформляти своє висловлювання, враховуючи і прогножуючи бажаний його вплив на адресата. Отже необхідні дані про частотність кореляції різних типів висловлювань і певних типів прагматичного ефекту, щоб з достатньою вірогідністю навчати моделювання процесу комунікації.

Що стосується емоційного впливу висловлювання, то ми дотримуємося такої класифікації В.Д. Девкіна: позитивні, негативні й “змішані” емоції [67], – а не більш глибоких класифікацій, прийнятих у психології. Думку В.Д. Девкіна поділяють О.І. Шендельє, О. Ризель.

За допомогою формул лінгвістичної статистики можна визначити частотність виявлень у слухача різних видів емоцій, точніше – оцінити математичне очікування щодо виявлень цих емоційних станів для виділених типів прагматичного ефекту висловлювання, тобто знайти вибіркове середнє для М., Е., Пм., Пд. Вибірка проводилася з 15 творів



німецької сучасної літератури різних жанрів, загальним обсягом 3209 сторінок. При цьому вивчалися тільки діалогічні висловлювання, щоб досягти максимально можливого наближення до усної комунікації.

Генеральна сукупність дослідженого матеріалу дає число вибірок 3983. Оцінка математичного очікування виведена за формулою:

$$\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n x_i,$$

де:  $x_i$  – кожне конкретне виявлення у вибірці виду взаємодії (наприклад, С./М., П./Е.),  $n$  – кількість вибірок,  $\sum$  – сума вибірок,  $\bar{x}$  – вибіркове середнє.

Отже, ми одержали такі дані (див. табл. 2):

Таблиця 2

**Статистичні дані (частотність виявлень) щодо різних видів взаємодії**

№	Вид взаємодії	Вибіркове середнє кожної групи	Емоції		
			Позитивні	Негативні	Змішані
1.	С./М.	0.0281	0.0105	0.0141	0.0035
2.	П./М.	0.0315	0.0087	0.0105	0.0123
3.	Р./М.	0.1353	0.0667	0.0351	0.0334
4.	С./Е.	0.0562	0.0369	0.0105	0.0087
5.	П./Е.	0.0228	0.0123	0.0087	0.0018
6.	Р./Е.	0.0896	0.0633	0.0176	0.0087
7.	С./Пд.	0.2249	0.0914	0.0457	0.0878
8.	П./Пд.	0.0141	0.0088	0.0018	0.0035
9.	Р./Пд.	0.0422	0.0123	0.0123	0.0176
10.	С./Пм.	0.0914	0.0510	0.0140	0.0264
11.	П./Пм.	0.1599	0.0861	0.0299	0.0439
12.	Р./Пм.	1.1037	0.0721	0.0070	0.0246

Досліджуючи висловлювання з КФ з позиції прагматики, ми одержали дані про те, що в мовленнєвій комунікації найбільш поширені три види: висловлювання зі спонуканням до поведінки – дії (С./Пд. – 0,2249), питання, що стимулюють мовленнєву поведінку (П./Пм. – 0,1599)

та висловлювання, які впливають на мислення (Р./М. – 0,1353). У результатах, наведених у таблиці, виділяють також значну кількість контактних висловлювань, що впливають на емоції (Р./Е. – 0,0896). Наша статистика підтверджує висновки інших учених про те, що емоції у фатичному спілкуванні (встановлення та підтримка контакту з партнером комунікації) зводяться нерідко до пафосу, який стимулює розмову. Проведений лінгвостатистичний аналіз приводить до висновків, до яких дійшли й психологи: вплив на психіку іншої людини переважно “адресований” мисленню або почуттям і волі комунікантів [68].

Наведені у таблиці 2 результати свідчать про багатий прагматичний потенціал розповіді (Р./Пм. – 0,1037, Р./М. – 0,1353, Р./Е. – 0,0896, Р./Пд. – 0,0422), особливо під час впливу на мислення й емоції. Для “досягнення” перлокутивного ефекту певної мовленнєвої поведінки частіше вживається питальна форма висловлювання, для поведінки-дії – спонукальне речення-висловлювання.

Імовірно-статистичний метод підтверджує надійність і безперечність висновків, зроблених за допомогою методів лінгвістичного спостереження та опису, і дає можливість ураховувати ці фактичні дані для розвитку комунікативної компетенції індивіда, перш за все, для розробки комунікативних тренінгів і навчальних діалогів з метою навчання успішної ділової комунікації.

Про таку необхідність стверджується і в Загальноєвропейських рекомендаціях (ЗЄР) з мовної освіти: “Використання мови, в тому числі її вивчення, включає в себе дії, що виконуються особами, які в ролі окремих індивідів чи соціальних агентів розвивають ряд **компетенцій**, як **загальних**, так і – особливо – **комунікативних мовленнєвих компетенцій**. Сформовані компетенції використовуються за необхідності у різних контекстах залежно від різних **умов** та різних **потреб** для здійснення **різних видів мовленнєвої діяльності**, до яких належать

**мовленнєві процеси** продукції та/або сприйняття **текстів**, пов'язаних з певними **темами** у специфічних сферах. Використовуються ті **стратегії**, що є найбільш прийнятними для виконання накреслених **завдань**. Керівництво цими діями з боку учасників веде до посилення або модифікації їх компетенцій” [3, 9]. Саме тому, на нашу думку, слід більш детально розглянути поняття комунікативної мовленнєвої компетенції.

### ***2.3. ПОНЯТТЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ***

Основною парадигмою як у дослідженні, так і в навчанні комунікації (а ширше – спілкування [69]) є суб'єкт – суб'єктна взаємодія, яка характеризується тим, що суб'єктом і об'єктом відносно одне до одного виступають люди, яких відрізняє активність, здатність свідомо планувати й організовувати свою мовленнєву поведінку і життєдіяльність у цілому, взаємно впливати одне на одного, певним чином сприймати та оцінювати одне одного. У контексті цієї праці диференціація понять “комунікація” і “спілкування” не є значущою, тому далі вони будуть уживатися як синоніми.

Роль спілкування важлива і в процесі навчання, оскільки останнє має яскраво виражений комунікативний та інтерактивний характер.

Поняття діяльності, введене в аналіз мовної комунікації теорією мовленнєвої діяльності, включає в модель мовного спілкування соціальну історію і комунікативний досвід людини. Особистість формується в діяльності, яка нею здійснюється, і є показником її психічних та соціальних якостей, що і формують її мовну поведінку [там же]. Отже, передумови формування мовної та комунікативної компетенції людини як її вищих психічних функцій створюються діяльністю, якою вона оволодіває в процесі соціалізації. Знання мови і певний досвід оперування

мовними засобами формують *мовну компетенцію* людини. Деякі вчені розуміють також під комунікативними вміннями комунікативну мовну компетенцію [70, 90]. Тобто вони не розмежовують ці поняття. Знання мови не є самоціллю, в соціумі важливе саме спілкування, мовленнєва дія та її наслідки.

Обов'язковою умовою успішного протікання процесу спілкування є *комунікативна компетентність*, яка характеризується деякими вченими як система внутрішніх ресурсів, необхідних для формування ефективної дії в певних ситуаціях міжособистісної взаємодії [71]. У науці сформовані різні підходи до характеристики структури, орієнтації і динаміки спілкування, визначення його видів і функцій.

Останнім часом вивчення мовленнєвої комунікації зазнало глибоких змін: традиційний формально граматичний підхід змінився на більш широкий діяльнісний підхід, що бере до уваги соціо-, психо- і нейролінгвістичні фактори у доповнення до суто лінгвістичного. Крім того, центр наукових досліджень у лінгвістиці змістився з проблем лінгвістичного опису висловлювання до проблем опису й інтерпретації всього процесу мовленнєвої комунікації в цілому, а в педагогіці – до опису систем і моделей навчання успішної комунікації, розробки комунікативних технологій і прийомів впливу на аудиторію, формування іміджу, тобто до проблем формування комунікативної компетенції індивідууму в різних сферах мовленнєвої діяльності.

Як зазначалося раніше, коли розглядати процес остаточної інтерпретації вербального повідомлення в акті комунікації з урахуванням як лінгвістичного, так і паралінгвістичного каналів, то можна допустити, що інтерпретація суто вербальної інформації та інтерпретація невербальної інформації створюють своєрідну складну єдність, декодування якої в акті комунікації залежить від факторів, що обумовлені наявністю двох головних моделей поведінки: суто лінгвістичної і загальної.

Зараз є всі підстави вважати, що мовлення – це активний процес, результат складної діяльності слухача, а не пасивний наслідок того мовленнєвого стимулу, що ним приймається. Як додаток до вхідного акустичного сигналу слухач у процесі сприйняття й інтерпретації мовлення використовує різні джерела інформації. Ці джерела можуть включати: мовленнєву ситуацію, контекст, структуру мови (лексику, синтаксис, фонологію тощо), невербальні орієнтири та ін.

Тобто, мовленнєва комунікація, як відомо, розглядається у сучасній науці як ряд станів, у якому оформлення, передача і прийом вербального повідомлення є лише часткою загального процесу комунікації в цілому [72]. Поряд з акустичним каналом при передаванні повідомлення використовується також і візуальний канал. Разом з тим по акустичному каналу передається не тільки лінгвістична, але й паралінгвістична (невербальна) інформація. Таким чином, система людського спілкування – це складна цілісність, до якої входить вербальний і невербальний канали комунікації. Причому в різних ситуаціях спілкування ці канали взаємодіють по-різному. У цілому ця комбінаторика зводиться до такого:

- а) невербальна комунікація дублює те, що було передано вербально;
- б) невербальна поведінка суперечить вербальній;
- в) невербальна поведінка виступає замість вербальних засобів передачі повідомлення;
- г) невербальна поведінка модифікує або розвиває вербальне повідомлення;
- д) невербальна поведінка може акцентувати окремі частини вербального повідомлення подібно до того, як підкреслення слів на письмі служить їх виділенню;
- е) невербальна поведінка використовується для того, щоб

регулювати комунікативний потік між індивідами, що взаємодіють.

Модель навчання комунікації, на нашу думку, слід розробляти з урахуванням кореляції двох вищезазначених моделей (суто лінгвістичної і загальної моделі поведінки), де основним акцентом стане формування комунікативної компетенції, насамперед, таких знань і вмінь: 1) знання мови; 2) знання і досвід використання засобів і прийомів встановлення, підтримки й завершення мовленнєвого контакту для досягнення конкретної мети (засоби висловлення контактної функції мови); 3) знання й досвід вживання засобів справляти враження, засобів впливу на аудиторію; 4) уміння кодувати і декодувати повідомлення за вербальними і невербальними каналами комунікації. Можна допустити, що добре володіння вищенаведеними знаннями і вміннями і буде становити комунікативну компетенцію індивідуума.

Тобто під *комунікативною компетенцією* ми розуміємо знання мови, високий рівень практичного володіння як вербальними, так і невербальними її засобами, а також досвід володіння мовою на варіативно-адаптивному рівні залежно від конкретної мовленнєвої ситуації.

Ця компетенція складається з багатьох компонентів, які повинні взаємодіяти, якщо необхідно дійти мовного порозуміння. Головними компонентами комунікативної компетенції є: а) лінгвістичні компоненти – говоріння, розуміння на слух, письмо, читання і т. ін.; б) прагматичні компоненти – уміння кодувати і декодувати повідомлення за вербальними і невербальними каналами, знання і вміння вступити в мовленнєвий контакт у конкретних ситуаціях, тобто знати як будується діалог, дискусія, як можуть бути використані невербальні засоби, такі як жести, міміка; в) соціокультурні компоненти: для успішності комунікації важливо слідувати правилам соціальних умовностей. Наприклад, правилам ввічливого спілкування, звертати увагу на прийняті норми у відносинах

між поколіннями, статями, соціальними групами. Слід також брати до уваги культурні умовності. Успішність іншомовної та інтеркультурної комунікації передбачає знання таких культурних структур, до того ж і наявність особистих якостей, серед яких виділяються, насамперед, толерантність і готовність визнати інших.

Глибоке і всебічне вивчення проблеми комунікації у лінгвістиці й суміжних науках, розуміння спілкування як взаємодії комунікантів, спрямованої на виконання ними певної діяльності, затвердило у педагогіці діяльнісний підхід до навчання мовленнєвої комунікації. Тому в центрі наукових досліджень стоять питання опису систем і моделей навчання успішної комунікації, розробки комунікативних технологій, прийомів впливу на аудиторію, а все це – складові проблеми удосконалення комунікативної компетенції особистості.

Ступінь сформованості комунікативної компетенції індивідуума безпосередньо впливає на процес комунікації і його результати. Тому в системі професійної освіти увага зосереджена на рівнях розвитку комунікативної компетенції, що безперечно має вплив на якість виконання професійних завдань. Рівні компетенції співвідносяться з цілями і завданнями професійної діяльності: чим вагоміші й масштабніші завдання, тим вищий рівень сформованості комунікативно-професійної компетенції вимагається від фахівця. Розуміння цих взаємозв'язків митною службою підтверджується навчальними програмами і змістом навчання для працівників різного рівня.

#### ***2.4. ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНО-ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ У СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ***

В умовах незалежності й суверенітету все виразніше відчувається потреба у вивченні рідного слова, навчанні основ спілкування як рідною, так і іноземною мовами не лише філологами та журналістами, а й

представниками інших спеціальностей. Новий статус мови в системі середньої освіти, у вищих навчальних закладах та в закладах післядипломної освіти України зобов'язує до пошуків нових ефективних методик не лише викладання мови, а й ширше – розвитку комунікативної компетенції особистості. Ось чому в сучасних умовах розвитку лінгвістичної і педагогічної наукової думки відчувається потреба в розвитку як теоретичних, так і практичних питань.

Хоч кожен з аспектів навчання комунікації (від самої мови до ораторського мистецтва й комунікативних прийомів формування позитивного іміджу мовця) має свою специфіку, свою методику, у викладанні ми спираємося, насамперед, на три основні завдання: а) практичне використання; б) загальноосвітній рівень; в) виховне значення. Ці завдання ще в 30-х роках були сформульовані Л.В. Щербою [73].

Щерба Л.В. перший обгрунтував диференціацію мети навчання залежно від соціального замовлення суспільства й умов навчання. Так, вища школа ставить перед викладачами завдання підготувати високоосвічену, гармонійно розвинену людину. Знання – основний компонент освіти, тому навчаюча функція є визначальною на кожному з етапів навчання.

У викладанні на першому етапі – довузівському (у школі, коледжі тощо) – акцентується розвиваюче навчання, де реалізується зв'язок мовлення й мислення, бо в процесі розвитку мовлення розвивається й культура мислення. На цей факт звертається увага, зокрема, у праці Беляєва О.М., Олійника І.С., Іваненка В.К. [74].

На другому етапі – вузівському – наближення реальної та навчальної мовленнєвої діяльності має більше можливостей, варіацій і знаходить своє втілення у створенні комунікативної ситуації, без якої немислимий успішний процес навчання. З цією метою пропонується в навчальні плани всіх вищих навчальних закладів, у тому числі й негуманітарного профілю



ввести: а) курси ділового мовлення (як українською, так і іноземною мовами); б) курс української мови для активної комунікативної діяльності; в) курс першої іноземної мови для активної комунікативної діяльності.

Засвоєння вищезазначених предметів сприятиме формуванню мовних і мовленнєвих умінь як інструмента пізнання дійсності, розкриття творчих здібностей, які можна виразити, насамперед, засобами мови.

За допомогою мови здобуваються не лише знання, а й досягаються певні успіхи в галузі науки, культури, техніки. Мова є творцем людини, її духовного світу. Вона є тією знаковою системою, що найбільш економно передає інформацію про світ, події і т. ін. Ставлення до мови свідчить про зрілість людини й нації в цілому. Не випадково вислів Л. Витгенштейна “межі твоєї мови – межі твого світу!” давно стало афоризмом. На шляху до європейської інтеграції перед нашою нацією постають завдання не лише розуміти мову й ментальність інших націй, але й зберегти і розвивати свою мову, свої культурні традиції.

Найбільшу частину студентів вищих навчальних закладів України становлять ті, що в силу об’єктивних та суб’єктивних причин не спілкувалися українською мовою на якомусь етапі (в школі, армії тощо). Цей контингент володіє основами мови лише на побутовому рівні, що значно ускладнює процес навчання у вищому навчальному закладі. Що стосується іноземної мови, то за державними освітніми програмами для закладів середньої освіти кожен з нас вивчав як мінімум одну іноземну мову в школі. Але більшість контингенту володіє лише основами мови в межах заданих тем та/або на рівні письмового перекладу адаптованого тексту. Немає системи знань, продуманого викладення мовного матеріалу з метою розвитку комунікативних здібностей, навчання однаковою мірою грамотного як усного, так і писемного мовлення.

Існуючі граматики (як української, так і іноземних мов) націлені на продукування матеріалу, його перефразування, трансформацію та

вивчення всієї системи граматики.

Сьогодні перед нами постало питання: навчитися вільному спілкуванню на всіх рівнях і, головне, розвинути вміння оцінювати й аналізувати всі мовні факти, які зустрінуться в процесі навчання, з метою їх активного і успішного використання в процесі ділового спілкування. Студенти повинні знати основні закони унормованої мови, закони словотвору, словозміни, розуміти значення всіх слів та їх склад. Усе це означає, що студент повинен оволодіти нормою усної і писемної мови.

У зв'язку з цим постало також питання про технології і методи формування й удосконалення комунікативної компетенції сьогодні студентів, а завтра – майбутніх фахівців. Можна припустити, що для сьогодення актуальними є інтерактивні технології навчання і їх комунікативні методи.

Пошуки нових методів викладання мови, нових способів презентації найважливіших лінгвістичних явищ привели до нового бачення своєї місії як викладача (у даному випадку викладача іноземної мови). Свої задуми реалізуємо у нових базових німецькомовних курсах, де забезпечуються необхідні знання, необхідний банк інформації з питань граматики, історії, народознавства, літератури. Вивчення виділеного матеріалу має певні цінності і викликає бажання пізнати народ країни, мова якої вивчається, культуру, традиції, віру й духовність, поведінку, їх стосунки й характер. Матеріали підручників включають деякі дані про: а) мовленнєвий етикет, б) особливості мови у різних стильових жанрах, ситуаціях; оригінальні граматичні форми і т. ін.

Для ефективного розвитку комунікативної компетенції особистості необхідні нові підходи до концепції неперервної професійної освіти з урахуванням актуального значення комунікативного аспекту, нові технології і нова система мовної підготовки і перепідготовки фахівців.

Одним з кроків у цьому напрямку є впровадження в Академії митної служби України таких навчальних курсів, як “Ораторське мистецтво”, “Німецька/англійська/французька мова для професії”, “Ділова українська мова”, “Діловодство в митній справі”, “Формування іміджу працівників митних органів”, “Культура мови в діловому спілкуванні”, “Мовленнєвий етикет”, де велика увага приділяється контактній функції мови і лінгвістичним, екстралінгвістичним та паралінгвістичним засобам комунікації в усному і писемному мовленні.

У зв’язку з конкретними обставинами, контингентом тих, що вчаться, можна виділити (за Л.М. Паламар) три основні види діяльності викладача:

а) конструктивна діяльність, що включає добір, зміст та організацію навчального матеріалу;

б) організаційна, що пов’язана з організацією діяльності викладача й студентів;

в) комунікативна, яка включає комунікативну підготовку студентів, уміння контактувати [75].

Широке коло питань, пов’язаних з активною діяльністю викладача мови в нових умовах, зокрема у вищому навчальному закладі, ставить й саму науку – професійну педагогіку, методику викладання для нефілологічних спеціальностей – на особливе місце. Звернення до пошуків нових технологій викладання мови (як української, так і іноземної) зумовлене загальною слабкою підготовкою учнів у середніх школах. Такий низький загальний мовний рівень знань першокурсників у 1990–96 роках: від 32 % до 79 % (за даними Л.М. Паламар, 1997) не може задовольнити вимоги вищих навчальних закладів України, де викладання, в основному, здійснюється вже рідною мовою і де вивчається як мінімум одна іноземна мова на належному рівні [там же, С. 44 – 45].

Простежимо за показниками загального мовного рівня знань першокурсників у 2000 – 2002 роках. Аналіз вхідних тестів з української, англійської, німецької та французької мов вступників до Академії митної служби України протягом 2000, 2001, 2002 років свідчить, що мовній підготовці має приділятися особлива увага й відводиться належне місце у навчальному процесі вищих навчальних закладів України. Порівняємо показники таблиці 3, де відображено загальний мовний рівень знань абітурієнтів різних факультетів.

Таблиця 3

**Загальний мовний рівень знань абітурієнтів АМСУ у 2000 - 2002 рр.**

Рік Оцінка	2000		2001		2002	
	укр. мова, %; (452 чол.)	ін. мова, %; (409 чол.)	укр. мова, %; (370 чол.)	ін. мова, %; (396 чол.)	укр. мова, %; (363 чол.)	ін. мова, %; (389 чол.)
“2”	20,8 %	19,8 %	21,6 %	15,7 %	22,0 %	13,9 %
“3”	48,5 %	54,3 %	71,6 %	56,0 %	67,5 %	69,7 %
“4”	30,3 %	25,2 %	6,8 %	27,8 %	10,5 %	16,4 %
“5”	0,4 %	0,7 %	----	0,5 %	----	-----

Аналіз рівня довузівської підготовки з мовних дисциплін, проведений за результатами вступних іспитів до АМСУ за останні три роки, дозволяє зробити певні висновки про низький рівень володіння мовою. У середньому з української мови 84 % вступників склали вступний іспит на “незадовільно” і “задовільно”, а з іноземних мов цей відсоток становить 76,4 % (див. табл. 4).

**Динаміка змін мовного рівня знань абітурієнтів АМСУ у 2000 – 02 рр.**

	Українська мова			Іноземна мова		
Рік Оцінка	2000 рік (452 чол.)	2001 рік (370 чол.)	2002 рік (363 чол.)	2000 рік (409 чол.)	2001 рік (396 чол.)	2002 рік (389 чол.)
“2”	20,8 %	21,6 %	22,0 %	19,8 %	15,7 %	13,9 %
“3”	48,5 %	71,6 %	67,5 %	54,3 %	56,0 %	69,7 %
“4”	30,3 %	6,8 %	10,5 %	25,2 %	27,8 %	16,4 %
“5”	0,4 %	----	-----	0,7 %	0,5 %	-----

Таблиця 4 наочно підтверджує, що відсоток незадовільних оцінок з української мови незмінно вищий (від 1 % до 8 %) за відсоток незадовільних оцінок з іноземної мови. Але ще більш наочна динаміка цього процесу: відсоток “2” з української мови з 2000 по 2002 рік збільшився з 20,8 до 22,0 %, у той час як з іноземної мови “2” стало менше – 19,8 % у 2000 р. і 13,9 % у 2002 р. Задовільна оцінка як середній бал мало наочна в цьому аналізі, можна тільки відзначити поступове зростання кількості “3”. А от кількість позитивних оцінок за три роки з української мови значно знизилася (з 30,3 до 10,5 %), у той час як з іноземної мови зниження цього показника не так істотно. Відсоток “5” з іноземної мови також більший, ніж з української.

Таку статистику (хоч вона і стала дещо несподіваною) можна, на наш погляд, пояснити такими факторами:

1. У школах не вистачає педагогічних кадрів високої кваліфікації, а в багатьох школах зовсім немає вчителів української або іноземної мови. Наприклад, такий показник для Криму становить 80 % (для української мови).

2. На вступних іспитах українська мова є обов’язковою для тих, хто

вивчав її в школі й має оцінку в атестаті зрілості. Це, з одного боку, є гарним стимулом вступникам для поглибленого вивчення мови, а з іншого – оцінка в атестаті не завжди є відображенням справжніх об'єктивних даних щодо рівня підготовки абітурієнтів.

3. Самооцінка вступником свого рівня знань мови часто неадекватна, тому що вона базується на оцінюванні володіння мовою на високому побутовому рівні, що не є літературно грамотною мовою, тим самим не є нормою, яка становить основу мовної компетенції і саме й перевіряється під час іспитів.

4. Останні роки іноземним мовам, насамперед англійській, приділялося більше уваги, ніж українській та іншим іноземним, що є своєрідним відображенням соціально-економічної ситуації в країні.

Додатковий аналіз, дані якого наведені в таблицях 3 – 5, дав можливість зіставити рівень мовної підготовки за роками абітурієнтів, які склали обидва іспити: з іноземної мови та з української. На жодному з іспитів вони не отримали “2”. Слід зазначити також, що кількість вступників, які склали всі іспити, за роками майже співпадає (табл. 5.).

Аналіз даних, наведених у табл.5 – 7, дає можливість зробити такі висновки:

1. Іспит з української мови вступники складають гірше ніж з іноземної. Незадовільну оцінку з української мови отримали від 4,6 до 18,6 % вступників. Незадовільну оцінку з іноземної мови отримали від 2,9 до 12,9 % вступників.

2. Існує динаміка збільшення незадовільних оцінок з української мови і динаміка зменшення їх з іноземної мови.

3. Усі вступники, які за іноземну мову отримали “2”, більше “3” з української мови не мали. Тобто їх рівень загальної мовної підготовки однаковий. У той же час ті, хто склав на “2” українську мову, мали з іноземної не тільки “3”, але й “4”: у 2000 р. – 18 %, у 2001 р. – 11 %, у

Таблиця 5

**Рівень мовної підготовки абітурієнтів 2000 р. (порівняльний аналіз)**

		Українська мова		Іноземна мова	
загальна кількість абітурієнтів	оцінка	загальна кількість (відсоток)	із них оцінки з ін. мови: шт., %	загальна кількість (відсоток)	із них оцінки з укр. мови: шт., %
373 чол.	“2”	17 (4,6 %)	“3”-14=22 % “4”-3=18 % “5”-0=0 %	48 (12,9 %)	“3” -48=100 % “4”-0=0 % “5”-0=0 %
	“3”	219 (58,7 %)	“2”-48=22 % “3”-124=57 % “4”-45=20 % “5”-2=1 %	222 (59,6 %)	“2”-14=6 % “3” -124=56 % “4”-83=37 % “5”-1=1 %
	“4”	137 (36,7 %)	“2”-0=0 % “3” -83=60 % “4”-54=40 % “5”-0=0 %	102 (27,5 %)	“2”-3=3 % “3” -45=44 % “4”-54=53 % “5”-0=0 %

Таблиця 6

**Рівень мовної підготовки абітурієнтів 2001 р. (порівняльний аналіз)**

		Українська мова		Іноземна мова	
загальна кількість вступників	оцінка	загальна кількість (відсоток)	із них оцінки з ін. мови: шт., %	загальна кількість (відсоток)	із них оцінки з укр. мови: шт., %
356 чол.	“2”	66 (18,6 %)	“3”-9=8,9 % “4”-7=11 % “5”-0=0 %	22 (6,2 %)	“3”-2=100 % “4”-0=0 % “5”-0=0 %
	“3”	265 (74,4 %)	“2”-22=8 % “3”-43=54 % “4”-98=37 % “5”-2=1 %	222 (62,4 %)	“2”-59=27 % “3”-43=64 % “4”-20=9 % “5”-0=0 %
	“4”	25 (7,0 %)	“2”-0=0 % “3” -20=80 % “4”-5=20 % “5”-0=0 %	110 (30,9 %)	“2”-7=6 % “3” -98=89 % “4”-5=5 % “5”-0=0 %
	“5”	0	0	2 (0,5 %)	“3” -2=100 % “4”-0=0 % “5”-0=0 %

Таблиця 7

**Рівень мовної підготовки абітурієнтів 2002 р. (порівняльний аналіз)**

		Українська мова		Іноземна мова	
загальна кількість вступників	оцінка	загальна кількість (відсоток)	із них оцінки з ін. мови: шт., %	загальна кількість (відсоток)	із них оцінки з укр. мови: шт., %
373 чол.	“2”	63 (18,3 %)	“3”-59=93 % “4”-4=7 % “5”-0=0 %	10 (2,9 %)	“3”-10=100 % “4”-0=0 % “5”-0=0 %
	“3”	245 (71,0 %)	“2”-10=4% “3”-179=73 % “4”-56=23 % “5”-0=0 %	271 (78,6 %)	“2”-59=22 % “3”-179=66 % “4”-33=12 % “5”-1=1 %
	“4”	37 (10,7 %)	“2”-0=0 % “3” -33=89 % “4”-4=11 % “5”-0=0 %	64 (18,5 %)	“2”-4=6 % “3”-56=88 % “4”-4=6 % “5”-0=0 %

2002 р. – 7 %. Ця статистика підкреслює той факт, що увага більше приділялася підготовці з іноземної мови як нерідної, а тому більш складної. З іншого боку, є помітна тенденція до вирівнювання мовної підготовки з обох мов. Так, відсоток вступників, які продемонстрували великий відрив у рівні підготовки, за роками постійно знижується (з 18 до 7 %).

4. Кількість “3” рік у рік незначна, але зростає з обох дисциплін. Що стосується іноземної мови, то така тенденція відзначається, головним чином, за рахунок зменшення “2”.

5. Кількість “4” з іноземної мови значно (приблизно удвічі, крім 2000 р.) перевищує кількість “4” з української мови.

Таким чином, як абсолютні показники, так і динаміка за роками свідчать про дещо кращу підготовку вступників з іноземних мов, ніж з рідної. За останні три роки ця тенденція зберігається, головним чином за рахунок більш високих темпів зростання рівня підготовки з іноземних мов і менш вираженого зниження рівня підготовки з української мови.

Ці факти тільки підтверджують висновки, зроблені на основі



аналізу показників, наведених у табл. 3, 4.

Дбаючи про розвиток системи формування комунікативної компетенції особистості, необхідно окреслити коло актуальних проблем, пов'язаних із викладанням на різних рівнях. Із них виділяємо основні:

- оновлення змісту навчання відповідно до вимог сьогодення;
- удосконалення системи навчання мови шляхом пошуку і впровадження нових освітніх технологій, оновлення навчальних програм і планів, методики викладання;
- зв'язок змісту навчання майбутніх фахівців і кваліфікаційних характеристик посадових осіб;
- розробка референтної системи комунікації, у тому числі й іншомовної.

Навчальною проблемою є формування комунікативної компетенції майбутнього фахівця і розвиток її у нинішніх працівників митних установ з метою оволодіння унормованою українською і як мінімум однією іноземною мовами, відкинувши суржик, запозичення; оволодіння основними правилами спілкування, які значно поліпшать виконання їхніх професійних обов'язків; навчання вільного професійного мовлення.

Формування мовленнєвої діяльності курсантів (тобто, студентів-нефілологів) проводиться на заняттях з урахуванням усього змісту мовного матеріалу та різних аспектів роботи з ним. Серед форм занять домінують: практичні, лекційні заняття, "круглі столи", дискусії.

В основу лекційних занять покладено матеріал загального плану, теоретичний, що збагачує знання студентів не лише з мови, а й мовленнєвої культури взагалі.

Одним з основних завдань є добір та обґрунтування лінгводидактичного матеріалу, який би забезпечив вироблення навичок мовленнєвої діяльності слухачів в усній і писемній формах, без яких

немислиме ні навчання у вищих навчальних закладах, ні практична професійна діяльність.

Добір граматичного матеріалу впливає з практичного використання, функціонування його у мовній практиці студентів. Ось чому весь навчальний матеріал розглядається з точки зору задоволення потреб тих, які вчаться, рівня підготовки та етапу навчання.

На перший план висувається мотивація як важливий фактор у здійсненні всіх навчальних планів. Продумана мотивація збуджує інтерес студентів до навчального матеріалу з мови, що є необхідним засобом здобуття майбутньої професії.

З цією метою в практику впроваджується необхідний граматичний мінімум. Це коло тем, якими необхідно оволодіти в першу чергу, для того щоб можна було читати, розмовляти, сприймати на слух і писати.

Основними граматичними темами можуть бути:

- особливості утворення та відмінювання іменників, прикметників, займенників, числівників;
- часи дієслова, види, способи;
- структура речення, зокрема простого з прямим і зворотнім порядком слів, питального, спонукального та складного.

На кожному занятті студент вчиться пізнавати в тексті граматичні категорії, що входять у навчальний мінімум, і виконує при цьому деякі нескладні операції. Добір навчального матеріалу, його презентація залежить від основної мети: у найкоротший час (за 10 місяців першого року навчання) поновити, систематизувати та поповнити знання з рідної та першої іноземної мови, дати базові знання з другої іноземної мови (на другому році навчання), тим самим підготувати базу для подальшого навчання усного і писемного професійного мовлення.

## **2.5. СТРУКТУРА І ЗМІСТ КОМУНІКАТИВНО-ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ ФАХІВЦІВ КЕРІВНОЇ ЛАНКИ**

В останнє десятиліття ХХ-го століття професійна педагогіка, згідно з вимогами часу, вийшла на новий щабель розвитку.

Матеріальний аспект, тобто зміст освіти, на сучасному етапі характеризується поглибленим ознайомленням з науковими основами і технологією обраного виду праці. Водночас з постійним центральним питанням – прищеплення спеціальних практичних навичок і вмінь – велика увага приділяється формуванню психологічних і моральних якостей особистості, комунікативно-професійної компетенції, важливих для роботи у певній сфері людської діяльності.

Тобто в системі освіти України відбувається поширення змісту навчання та зміна мети виховання й навчання, в ролі якої виступає не сукупність знань, умінь і навичок, а вільний розвиток особистості людини. Таке розуміння освіти в цілому збігається з думкою, висловленою на ХХ сесії Генеральної конференції ЮНЕСКО, за визначенням якої “під освітою розуміється процес і результати удосконалення здібностей і поведінки особистості, при якому вона досягає соціальної зрілості та індивідуального зростання” [76].

В умовах зміни мети виховання й навчання на перший план виступає формування базової культури особистості, усунення в структурі особистості протиріч між технічною й гуманітарною культурою, подолання відчуження людини від політики та забезпечення її діяльного включення в нові соціально-економічні умови життя суспільства.

Саме тому постають нові завдання й перед професійною педагогікою. Час потребує нових підходів до професійної підготовки фахівців, реформування методичної роботи в системі професійної освіти.

Як зазначає “Освіта України” від 5 травня 1999 р., є необхідними організація спільної роботи на основі системного підходу, створення єдиної системи науково-методичної роботи на всіх рівнях, проведення заходів щодо орієнтації на кінцеву мету і виконання від управління структурними елементами системи до управління результатом її діяльності [77]. Це думка повною мірою може стосуватися професійної освіти в цілому.

Кожна держава бажає бути сильною, а одним із критеріїв її сили є ступінь професійної підготовки фахівців, насамперед держслужбовців. Тому і нашу тему хотілося б розвивати далі на основі європейського досвіду у сфері державного управління, митних служб, а також вітчизняного досвіду однієї із провідних державних структур – ДМСУ. Як уже зазначалося, кожна держава має свою систему підготовки кадрів, що складається десятиліттями. Але завжди є моменти, яким приділяється найбільша увага під тиском часу і потреб держави. На сьогоднішній день це питання організації комунікативних процесів, у тому числі й у силових структурах. Як наслідок комунікативні зміни мають знайти відображення у виробничих процесах, митна служба у своєму розвитку повинна рухатись уперед. Змінюється тональність ділового спілкування, розширюється коло завдань, що веде до зміни правил комунікації і структури мови.

Важливими, на наш погляд, є деякі особливості процесу навчання мови і мовлення. У теорії педагогіки і практиці шкільної і вищої освіти країн СНД склалося так, що нікого – ні учнів, ні студентів – не вчили спеціально мовленнєвій майстерності, окрім тих випадків, коли вивчалася література, а також, коли дитину-першокласника вчили читати і писати, правильно вимовляти слова, тобто разом з оволодінням читанням і письмом дитина вчилася літературно правильно говорити. Проте це навчання стосувалося формування вмінь правильно вимовляти слова, що

не є повним усвідомленим процесом мовленнєвої діяльності (від породження думки до її вербальної реалізації і зворотного зв'язку), тобто на цьому етапі ще не є спілкуванням. Немає породження думки, що призначена для інших людей, у чому саме і полягає зміст мовленнєвої діяльності як такої. Пізніше, під час навчання іноземної мови, дитину вже вчили саме мовленнєвої діяльності, але незнайомою, нерідною мовою. Існує думка, що говорити дитина вміє ще до школи, а в школі під час вивчення всіх предметів і далі у вищих закладах доводиться лише удосконалювати, шліфувати її вміння говорити, поступово приводити її мовлення до літературно правильного.

Таким чином, у традиційній системі освіти мовленнєві вміння як уміння оформляти у словах і реченнях власну думку не є результатом спеціального навчання. Тому майстерність мовлення приходить до людини (якщо взагалі приходить) в основному стихійно, безсистемно, випадково і, головне, не до кожної.

Оскільки мовленнєвої діяльності цілеспрямовано не навчають, тому мовленнєва майстерність майбутніх фахівців здебільшого залишає бажати кращого. Про невміння висловлювати свої думки в усній формі під час ділової зустрічі або офіційного виступу перед аудиторією, у парламентських дебатах або у відповідях на запитання ЗМІ почали говорити і писати останнім часом, коли телевізійний показ виступів керівників, політиків різних рангів дав можливість широкій аудиторії бачити і чути не тільки переваги, але й недоліки їх висловлювань. У пресі стали відмічати словесні штампи, мовну невиразність деяких лідерів політичних партій і рухів, господарських та інших керівників, невиразність змісту їх виступів, брак логіки у деяких міркуваннях, непереконливість їх закликів, недостатність доказів тощо. Так чи інакше, промови лідерів різних рангів, які розраховані на пересічних громадян, часто залишаються не підтриманими тими здебільшого через

свою невиразність, нелогічність, нечіткість.

Організаторська, управлінська, виховна і будь-яка інша діяльність – це величезна чорнова робота будь-якого керівника або педагога, чиновника або менеджера, яка зобов'язує часто робити саме це – говорити. Така робота полягає у зустрічах із різними людьми. Ліва частина часу керівника використовується на те, щоб узгодити, доручити, довести, підтримати, відхилити, порадити, полати, похвалити тощо. І кожен раз потрібно знайти необхідну форму висловлення своїх думок, певний тон, достатні аргументи. Саме тут нерідко стає зрозумілим, що багато керівників та інших працівників говорити не завжди вміють, хоча вони і є центром більшості ділових комунікаційних потоків, і що ступінь сформованості їх комунікативних здібностей, розвиток їх комунікативної компетенції спрямовані також на виконання робочих завдань.

Як уже зазначалося, фахівці будь-якого рангу, які обіймають керівну посаду, мають принаймні три сфери обов'язків: 1) безпосередньо професійні; 2) щодо зв'язків з громадськістю (бо саме керівник відповідає за контакти з іншими організаціями, з клієнтами, з самими зайнятими організаціями); 3) щодо успішної комунікації (бо саме керівники є центром більшості комунікаційних потоків, які служать виконанню робочих завдань). Тому для науковців і практиків важливо питання: що саме є змістом професійної освіти для виховання комунікабельної особистості, для формування її комунікативної компетенції і як впливає структура комунікативно-професійної компетенції на зміст освіти [78].

У системі освіти формулюються кінцеві практичні, освітні, виховні й розвиваючі цілі навчання безперервної професійної освіти як розвиток особистості фахівця, який готовий і здатний брати участь у професійному спілкуванні, уміє навчити своїх колег через формування міжкультурної комунікативної компетенції в її професійному варіанті.

Міжкультурна комунікативна компетенція розглядається нами в

руслі поглядів К.-R.Bausch, M.Byram, H.Christ, H.-J.Krumm, S.Merten, В.-D.Müller, О.І. Пасової, В.В. Сафонової, Н.Ф. Бориско та ін. як складна система взаємопов'язаних компонентів, що умовно виділяються у відносно самостійні компетенції: мовну і мовленнєву, лінгвосоціокультурну, комунікативно-філологічну й комунікативно-професійну. Кожна з них домінує на одному із ступенів підготовки та перепідготовки кадрів, виступаючи базою для розвитку кожної наступної компетенції і є її своєрідним рівнем. Мовленнєва, лінгвосоціокультурна і комунікативно-професійна компетенції є професійно вагомими для фахівців керівної ланки, оскільки вони закладають базу для професійного володіння прийомами ділового спілкування, які удосконалюються потім у процесі трудової діяльності [79].

Ці компетенції виділяються як цільові, перш за все, в академіях, де готують фахівців-управлінців і в мовних вищих навчальних закладах. Тому в деяких методичних роботах для педагогічної вищої школи ці компетенції розглядаються як комунікативно-методична [80, 25-27; 81, 136-144] і бікультурна професійно-педагогічна компетенції [82, 119-120].

Наш погляд на комунікативно-професійну компетенцію дещо відрізняється від дефініції, наведеної Н.Ф. Бориско [79]. Хочеться поставити під сумнів думку вченої стосовно релевантності комунікативно-професійної компетенції як особливого різновиду міжкультурної комунікативної компетенції лише для вчителів іноземної мови. Практика професійної взаємодії, ділового спілкування фахівців митної служби довела, що їх комунікативно-професійна компетенція охоплює оволодіння мовою і мовною ситуацією на варіативно-адаптивному рівні, а саме, як засобом навчання і реалізації міжкультурного спілкування на митних пунктах пропуску та в інших ситуаціях професійної взаємодії, а також засобом організації навчально-професійного та професійного спілкування на базі психолого-педагогічних, мовних і методичних знань і вмінь, що

отримують курсанти в Академії митної служби України і фахівці на курсах підвищення кваліфікації з відповідних теоретичних дисциплін.

Таким чином, *комунікативно-професійну компетенцію* можна визначити як інтегрований компонент комунікативної і професійної компетенцій, що передбачає володіння мовою і професійно орієнтованим мовленням на варіативно-адаптивному рівні, а також на рівні вільного ділового спілкування (для фахівців, що мають високий рівень комунікативно-професійної компетенції).

Для вирішення питання про шляхи й засоби формування комунікативно-професійної компетенції під час навчання, перепідготовки кадрів та у процесі професійної взаємодії (на практичних заняттях з рідної та іноземних мов, ораторського мистецтва, під час проведення комунікативних тренінгів, під час виробничої практики на митницях) необхідно розглянути її структуру й зміст. Для визначення структури й змісту будь-якої компетенції, у тому числі й комунікативно-професійної, слід співвіднести її головні компоненти (знання – навички – вміння) з усіма аспектами міжкультурного спілкування, яке ці компетенції повинні “обслуговувати”: мовним, змістовним і соціальним.

Таким чином, структурно-змістова модель кожної компетенції включає: мовні, культурно- і предметно-змістові, соціальні (соціально-психологічні й соціолінгвістичні) знання, а також навички й уміння користуватися ними для вирішення завдань спілкування у простих і комбінованих видах комунікативної діяльності. Психологічний компонент будь-якої компетенції, що базується на специфічних здібностях, настановах і якостях особистості, формується непрямо, через інші компоненти.

Практичні і теоретичні дослідження структури деяких видів професійної діяльності, де наявна взаємодія “керівник – підлеглий, керівник – група” (наприклад, робота вчителя іноземної мови), дають



можливість стверджувати, що в основі всіх функцій фахівця-керівника, а саме: конструктивно-плануючої, організаційної, гностичної, виховної, комунікативно-навчальної [83, 25–30] – лежить професійне спілкування, що є умовою успішної реалізації цих функцій. Більше того, стиль відносин керівника з підлеглими багато в чому зумовлює характер взаємовідносин у колективі, а від образу керівника, закріпленого у свідомості підлеглих, залежить сприймання будь-якої інформації, що виходить від нього.

З цієї ж причини оволодіння професійним спілкуванням для майбутніх керівників і удосконалення його для теперішніх керівників не можна виключити з цілей і завдань перепідготовки кадрів і вищого ступеня навчання, а відповідно і зі змісту комунікативно-професійної компетенції. Сама природа професійного спілкування передбачає синтез усіх компонентів професійно-управлінської підготовки, у тому числі й психолого-педагогічної [84] та комунікативної.

Під *комунікативною підготовкою* в системі професійної підготовки і перепідготовки кадрів немовних спеціальностей розуміємо формування в тих, хто вчиться, загального уявлення про наукові закономірності розвитку лінгвістики, чіткого уявлення про особливості міжособистісних відносин у процесі комунікації, цілеспрямованого систематичного формування й розвитку у фахівців комунікативних умінь, а також поглиблення лінгвістичних знань, набуття практичних навичок реалізації їх у реальній професійній діяльності.

Поняття комунікативно-професійної підготовки багатомірне. Воно об'єднує освітній, виховний, розвиваючий і управлінський аспекти формування лінгвістично освіченої особистості. Про ступінь реалізації освітнього аспекту комунікативно-професійної підготовки дає змогу судити те, як той, хто вчиться, оперує комунікативними вміннями, наскільки грамотно він володіє мовленням. Суть розвиваючого аспекту комунікативно-професійної підготовки ми бачимо у формуванні навичок

сучасного лінгвістичного мислення, у розвитку громадянської зрілості та активної громадянської позиції з урахуванням нових суспільно-політичних відносин, коли поняття успішної комунікації, іміджу, публіситі виходять на передній план і реалізовується управлінський аспект на досягнення цілей професійної діяльності.

Соціально-психологічна компетентність керівника складає суттєву частину його управлінської майстерності і є запорукою успіху в організації та управлінні міжособистісними відносинами у колективі. Ця компетенція здобувається за допомогою соціально-психологічних тренінгів, окремі прийоми і методи яких можна включати у навчальні матеріали, наприклад у рольові та ділові ігри. Їх результатом є важливе вміння керівника реалізовувати на практиці систему динамічно мінливих комунікативних лідерів; управляти процесами колективоутворювання в групі, адаптувати свою поведінку і вплив до відповідної фази цього процесу. Дуже важливим умінням керівника є те, що він здатний організувати свою діяльність і взаємовідносини з колективом як равнопартнерський діалог. Це стосується й інших професійно значущих умінь, розвиток яких входить у мету і завдання вищого ступеня навчання і перепідготовки кадрів.

Оскільки професійне спілкування фахівців митної служби часто є міжкультурним діалогом, то слід зробити висновок про те, що комунікативно-професійна компетенція повинна розвиватися не тільки на основі мовної й мовленнєвої компетенцій та комунікативно-філологічної компетенції, але й у тісному взаємозв'язку з лінгвосоціокультурною компетенцією. З цієї причини лінгвосоціокультурні знання, навички і вміння є органічною частиною комунікативно-професійної компетенції.

До важливих компонентів будь-якої цільової компетенції, що забезпечують успішність їх формування і розвитку, відносяться вміння процесуального і результативного самоконтролю, об'єктами яких виступає

відповідна цільова компетенція або домінанта ступеня навчання. Для старших курсів вищих навчальних закладів, перепідготовки і підвищення кваліфікації такою є комунікативно-професійна компетенція.

Перелік професійно-значущих знань і формованих умінь, які складають основу комунікативно-професійної компетенції фахівців у сфері педагогічної діяльності, містить багато методичних праць [85], а для фахівців у сфері управлінської діяльності, митної служби це ще має бути об'єктом дослідження.

Таким чином, комунікативно-професійна компетенція є одним із компонентів міжкультурної комунікативної компетенції. Поряд з іншими, насамперед професійною, мовленнєвою і лінгвосоціокультурною, комунікативно-професійна компетенція закладає базу для професійного володіння прийомами ділового спілкування.

Структурно-змістова модель комунікативно-професійної компетенції включає: мовні, культурно- і предметно-змістові, соціальні (соціально-психологічні та соціолінгвістичні) знання, а також навички і вміння користуватися ними для вирішення завдань щодо спілкування у простих і комбінованих видах комунікативної діяльності. Отже, структура будь-якої компетенції охоплює знання, навички й вміння, а зміст компетенції проявляється у вищезазначених аспектах професійно орієнтованого спілкування.

Слід розробити перелік професійно-значущих знань і формованих умінь, що складають основу комунікативно-професійної компетенції фахівців у сфері управлінської діяльності, на прикладі митної служби, дослідити кореляцію структури комунікативних умінь і моделі управлінських функцій.

## **2.6. ВІДПОВІДНІСТЬ СТРУКТУРИ КОМУНІКАТИВНИХ УМІНЬ БАГАТОРІВНЕВІЙ МОДЕЛІ УПРАВЛІНСЬКИХ ФУНКЦІЙ**

Уміння вміло орієнтуватися в комунікативній ситуації у сфері професійної діяльності, успішно справлятися з управлінськими функціями

характеризує ступінь сформованості комунікативних умінь фахівця.

Для керівника процес ділового спілкування є процесом вирішення ним незліченної кількості комунікативних завдань, які змінюються і розвиваються. Припустимо, що необхідно організувати будь-яку професійну взаємодію: пояснити виробниче завдання, зробити зауваження, довести важливість того чи іншого факту. Ми, по-перше, аналізуємо ситуацію, по-друге, перебираємо можливі варіанти вирішення, до того ж робимо це оперативно (у цьому також полягає специфіка ділової комунікації), обираємо оптимальний метод і лише потім організуємо вплив, тобто спілкування. Часто перші дві стадії не усвідомлюються, але вони завжди присутні: усвідомлено чи неусвідомлено ми повинні знайти адекватну обраному методу впливу систему спілкування, через яку і організовується сам вплив.

Інакше кажучи, після вирішення загального управлінського завдання, вибору методу впливу ми повинні визначитися на їх основі з комунікативним завданням для організації безпосереднього впливу під час спілкування.

Комунікативне завдання є похідним стосовно управлінського. Можна сказати, що комунікативне завдання є те ж саме управлінське завдання, але перекладене на мову комунікації. У той же час комунікативне завдання, відображаючи завдання управлінське, має допоміжний, інструментальний стосовно нього характер. Саме тому під час організації конкретного управлінського впливу необхідно чітко уявляти засоби його комунікативної реалізації.

Перш ніж розглядати характеристику нашого підходу до розробки складу й структури комунікативних умінь керівника середньої ланки необхідно уточнити сутність понять “склад” і “структура”. Ми дотримуємося таких визначень: склад – це “сукупність предметів, які утворюють будь-яке ціле”; структура – “сукупність сталих зв’язків об’єкта,

що забезпечують його цілісність і тотожність собі самому” [86, 92; 87, 62-63].

Для розуміння сутності формованих комунікативних умінь важливо визначити їх склад і дати характеристику. У ході нашого дослідження розглядалися праці з питань класифікації загальних і педагогічних комунікативних умінь, що допомогло нам зробити відповідні висновки про стан проблеми, продовжити й конкретизувати деякі її аспекти. Виділяючи значущість вивчених робіт, ми у своєму дослідженні орієнтувалися, з одного боку, на класифікацію дослідників, які виокремили такі групи комунікативних умінь: комунікативні уміння, пов’язані з саморегуляцією діяльності; уміння будувати взаємини (комунікативно-організаційні, комунікативно-конструктивні, власне комунікативні, комунікативно-організаторські) [Пор.: 88; 89, 301], – а з іншого боку, на багаторівневу модель управлінських функцій, розроблену під керівництвом Р.Х. Шакурова [87], та інформаційні управлінські властивості людини [90, 23; 91, 25-26].

Зазначена модель дає можливість розглянути комунікативну діяльність керівника як складний процес ієрархічно організованої багаторівневої системи завдань: цільових, соціально-психологічних, оперативних. Вона дає можливість підвести єдину теоретичну базу до виділення комунікативних умінь як соціально-психологічних, що відображають змістову складову, так і оперативних, які характеризують операціональну складову управлінської діяльності керівника.

Необхідно зазначити, що виділення в моделі цільової функції як найвищого рівня, що відображає потреби суспільства в цілому, включає в себе загальну орієнтацію діяльності на виконання соціального замовлення суспільства і вирішення загальнопедагогічних завдань. В означеній нами структурі вмінь наведений зміст реалізується через групу соціально-психологічних умінь, тому ми не виділяємо їх в окрему групу. Крім того, на наш погляд, керівник середньої ланки, наприклад, виконує у своїй

управлінській діяльності, в основному, соціально-психологічні функції, які направлені на організацію, цільову орієнтацію, активізацію й удосконалення діяльності і згуртування колективу, та оперативні, що відображають безпосередньо етапи управлінської діяльності (циклу).

До того ж Аухадєєва Л.О. виділила в окрему групу власне комунікативні (інтегративні) вміння:

- уміння орієнтуватися у ситуації спілкування і користуватися різними засобами спілкування;
- уміння управляти своєю поведінкою;
- уміння слухати і розуміти партнера [85].

У моделі управлінських функцій спеціально не відображені функції подібного змісту, але виділені вміння “стоять” за всіма означеними функціями. Крім того, вони згадуються в роботах, що розглядають комунікативну (комунікативно-регулюючу) функцію управлінської діяльності [88, 302; 91]. Беручи до уваги характер названих умінь, необхідних для реалізації управлінських функцій усіх рівнів, які застосовуються на етапах управлінської діяльності, й значущість їх для працівників середньої ланки, ми вважаємо за можливе виділити їх у особливу групу. Таким чином, на основі означеної багаторівневої моделі управлінських функцій і класифікацій комунікативних умінь ми беремо за основу такий склад комунікативних умінь:

1. Соціально-психологічні вміння (уміння будувати взаєностосунки у діяльності й спілкуванні):

- стимулювати активність та удосконалення діяльності членів колективу;
- стимулювати розвиток самоуправління в колективі;
- згуртовувати колектив.

2. Комунікативно-організаторські (оперативні ) вміння:

- планувати реалізацію мети;

- давати інструкції й організувати діяльність колективу;
- аналізувати підсумки досягнення мети.

### 3. Інтегративні комунікативні вміння:

- орієнтуватися в ситуації спілкування й використовувати різні засоби спілкування;
- керувати своєю поведінкою;
- слухати і розуміти партнера [88; 90].

Треба зазначити, що наведені вміння не є однопорядковими. Основне призначення соціально-психологічних комунікативних умінь, як уже зазначалося, – це психолого-педагогічний вплив на колектив і його членів з метою досягнення завдань, що стоять перед ними, і встановлення позитивних міжособистісних стосунків, створення психологічного клімату, який сприятиме активізації і згуртуванню колективу. Для реалізації цієї групи умінь використовуються інтегративні вміння. В основі виділення комунікативно-організаторських (оперативних) умінь лежить послідовність виконання етапів управлінського циклу: планування (прийняття рішень), надання інструкцій і контроль. Тут управлінські дії згруповані за видами діяльності. Щоб направляти роботу інших, спочатку треба обміркувати майбутню діяльність (спланувати її), передати плани виконавцям (проінструктувати: що, як і коли треба робити), а потім проконтролювати хід і результати діяльності, проаналізувати їх і дати оцінку зробленому. Суть планування, надання інструкцій, контролю у тому, щоб організувати і згуртувати колектив, стимулювати його трудову активність, забезпечити постійне зростання їх професійної і загальної культури й розвивати самоосвіту і самоуправління. Здійснення всіх комунікативно-організаторських умінь має багатоцільове призначення, спрямоване на реалізацію соціально-психологічних комунікативних умінь. Під час реалізації комунікативно-організаторських (оперативних) умінь обов'язково застосовуються

інтегративні вміння, які для нашого дослідження є найбільш вагомими.

Таким чином, названі групи вмінь відображають змістовний, психологічно-творчий і операціональний, практичний аспекти управлінської діяльності керівника середньої ланки. Виділеним нами інтегративним умінням належить у структурі вмінь особливе місце. Їх недоцільно, на наш погляд, відносити до комунікативно-організаторських або до соціально-психологічних комунікативних умінь. Це пояснюється тим, що, з одного боку, вони здійснюються протягом усіх етапів управлінського циклу (діяльності) і не характеризуються стадійністю і закінченістю, а значить, не можуть бути віднесені до комунікативно-організаторських (оперативних) умінь. З іншого боку, вони не пов'язані безпосередньо з впливом на колектив, тобто не можуть входити до складу соціально-психологічних, у той же час вони використовуються при реалізації обох груп умінь. Можна зробити висновок, що вони мають наскрізний характер і посідають проміжне місце між обома підгрупами, що забезпечує функціональну взаємодію всієї структури комунікативних умінь. Розглянемо, як це відбувається.

Група соціально-психологічних комунікативних умінь передбачає здібності керівника формувати відповідно до наявних цілеспрямованих послідовностей, які зорієнтовані на досягнення кінцевої (глобальної) мети (через комплекс допоміжних цілей, що можуть бути досягнені в процесі реалізації кожної окремо взятої дії). Ланцюжок дій – структура суто внутрішнього плану, це процес, який відбувається на інтер'юорному рівні. Екстеріоризація послідовності дій відбувається через включення (реалізацію) групи оперативних комунікативних умінь, які трансформують ланцюжок дій у ланцюжок операцій (одиниця діяльності). Послідовність дій – структура зовнішнього плану – завершення процесу реалізації внутрішнього плану – досягнення кінцевої мети.

Психологічний механізм цього процесу такий. Наступна дія



екстеріоризується як операції, результат виконання яких обмірковується, за висновками цього осмислення вносяться корективи у наступну дію, яка в свою чергу екстеріоризується в операцію з корективами та інше. Засобом формування послідовності дій є група соціально-психологічних комунікативних умінь, засобом формування послідовності операцій – група оперативних комунікативних умінь. Цілком очевидно, що під названим механізмом слід розуміти наявність особливої групи вмінь, які забезпечують послідовність дій і послідовність операцій, прямий і зворотний зв'язок, екстеріоризацію й аналіз (іншими словами, включення кванта дії, аналізу його результатів і зворотний зв'язок). Так само очевидно, що ця група повинна включати такі вміння (табл. 8), [88]:

Таблиця 8

Інтегративні комунікативні вміння	Функції вмінь
а) орієнтуватися в ситуації спілкування і використовувати різні засоби	забезпечення механізму включення екстеріоризації
б) керувати своєю поведінкою	
в) слухати і розуміти партнера, керувати своєю поведінкою	забезпечення аналізу проміжного результату і зворотного зв'язку

Не виключена наявність інших умінь у цій групі, але вміння а), б), в) є системотворчими, координаційними для всього психологічного механізму комунікативності у сфері управлінської й організаційної діяльності.

Для подальшої роботи слід дати коротку характеристику інтегративним, оперативним (або умінням, необхідним для виконання оперативних функцій) і соціально-психологічним умінням. Спираючись на висновки лінгвістів про єдність трьох сторін (функцій) спілкування, слід визнати, що кожна з них передбачає свій блок необхідних знань, умінь і навичок. Це дає нам право розглядати зміст комунікативних умінь, виходячи із функцій спілкування як

комунікативної діяльності, що і подано у таблиці 9 [там же].

Таблиця 9

	Функції спілкування	Основні групи вмінь під час спілкування
1.	Інформаційна	уміння, спрямовані на рішення інформаційно-змістових аспектів спілкування
2.	Інтегративна	уміння, спрямовані на побудову загальної стратегії взаємодії
3.	Перцептивна	уміння, спрямовані на сприйняття партнерів одне одним

Таким чином, функції спілкування зумовлюють їх основні групи комунікативних умінь. Види вмінь ми обґрунтовуємо, виходячи із способів спілкування і процесуальної характеристики навчальних дій як контексту формування таких видів умінь, що наочно подано у вигляді таблиці 10 [там же].

Таблиця 10

Способи спілкування	Види комунікативних умінь
Прийом і передача інформації партнерами по спілкуванню	- уміння орієнтуватися в партнерах і ситуаціях спілкування; - уміння вступати в процес спілкування; - уміння користуватися вербальними і невербальними засобами спілкування.
Контроль, регуляція і корекція поведінки, діяльності партнерів по спілкуванню	- уміння контролювати і узгоджувати свої дії; - уміння знаходити потрібні форми спілкування з партнерами комунікації; - уміння усвідомлено керувати поведінкою у різних ситуаціях спілкування.
Сприйняття партнера по спілкуванню, формування його образу	- уміння давати інтерпретацію особистості за зовнішністю і поведінкою; - уміння правильно сприймати і розуміти партнера й самого себе; - уміння активно й уважно слухати партнера.

Потрібно зазначити, що виділені види умінь мають узагальнений

характер і включають у себе ряд більш часткових умінь. Наприклад, група умінь вступати у процес спілкування (інформаційних) складається з умінь: висловлення прохання, привітання, запрошення, поздоровлення, ввічливого звернення, дружньої розмови, передачі інформації, встановлення ділового контакту тощо. Вищезазначені групи й відповідні їм види комунікативних умінь виходять із соціально-психологічних функцій і способів спілкування як комунікативної діяльності. У кожній групі комунікативних умінь виділяються інтегративні вміння [там же].

Таблиця 11

Групи вмінь спілкування	Інтегративні вміння
Уміння, спрямовані на рішення інформаційно-змістових аспектів	Орієнтуватися в ситуації спілкування і використовувати вербальні і невербальні (різноманітні) засоби
Уміння, спрямовані на побудову загальної стратегії взаємодії, спілкування	Керувати своєю поведінкою
Уміння, спрямовані на сприйняття партнерів один одного	Активно слухати, розуміти партнера

Більш докладно комунікативні вміння співрозмовників і можливості прогнозування результату спілкування при використанні певного типу висловлювання і певних вербальних та невербальних засобів розглядалися у главі 2.2.

Розглянемо комунікативно-організаторські (оперативні) вміння: планування реалізації мети, надання інструкцій щодо організації діяльності колективу й аналіз результатів досягнення мети. Планування в багатьох випадках пов'язане і зумовлюється процесом прийняття рішень. Щоб ефективно управляти будь-якою системою, треба вміти обирати оптимальні варіанти рішень. У загальному вигляді прийняття рішення являє собою формування послідовності дій для досягнення означеної мети на основі осмислення деякої інформації про вихідну ситуацію

(використання всієї групи інтегративних умінь). Акт прийняття рішення характеризується як формування остаточної мети дії, переходу від попередньої до остаточної мети, цей процес завжди відрізняється дієвою спрямованістю, тобто передбачає наявність рішення про визначений спосіб дії у даній ситуації. Уміння планувати реалізацію мети починається з визначення мети виконання завдання. Крім остаточної мети, намічається ряд часткових завдань (основних і другорядних), виконання яких приведе до досягнення загальної мети. Визначається послідовність виконання завдання, місце і час, засоби й терміни його підготовки й проведення, відповідальні за це. Правильне планування дозволяє керівникові організувати підлеглих на виконання завдань, стимулювати їх трудову активність, залучити їх до управління, визначити місце кожного з урахуванням індивідуальних особливостей тощо (соціально-психологічні вміння).

Але й тут керівникові недостатньо мати високий рівень професійної компетенції, він потребує ще компетенції комунікативної, бо за допомогою усного і писемного мовлення відбувається ділове спілкування. Навіть функціями багатьох ділових паперів, наприклад, митної документації, є постановка завдань (наказ), розподіл функцій (розпорядження, наказ), документи для прийняття рішень (рапорт, запит), звітна документація (зведена митна декларація) тощо.

Надання інструкцій і організація безпосередньої діяльності структурного підрозділу і кожного підлеглого для виконання завдань є базовим у будь-якій управлінській діяльності. Здійснення плану починається з передачі його виконавцям шляхом надання інструкцій (інтегративні вміння). Інструктаж включає в себе ознайомлення з планом підготовки і виконання завдання, розподілу відповідальних за ділянки роботи, постановку перед ними чітких організаторських завдань, доведення їх до розуміння кожного виконавця, при цьому: а) кожне

завдання має відповідати можливостям виконавця; б) процес розподілу завдань повинен стимулювати трудову активність, сприяти згуртуванню колективу, викликати довіру і взаємодопомогу спільно працюючих, актуалізувати необхідні для планованої діяльності якості особистості (соціально-психологічні вміння). У ході виконання завдання керівник підтримує зв'язок з колективом для отримання інформації про хід і результати виконання для оперативного аналізу й координації дій і взаємин, для організації допомоги і взаємодопомоги (інтегративні і соціально-психологічна групи вмінь).

Аналіз результатів досягнення мети пов'язаний з аналізом якісної реалізації поставлених у плані завдань. Він включає в себе оцінювання якості досягнення поставлених цілей, оцінку досягнутих результатів, виявлення недоліків і достоїнств, оцінку колективних дій, поведінки і взаємовідношень; формування висновків про проведену роботу, визначення шляхів подальшого вдосконалення діяльності підрозділу на основі порівняння досягнутих результатів з поставленою метою, встановлення ступеня відхилення і внесення корективів у подальшу роботу (інтегративні і соціально-психологічні групи вмінь). Таким чином, здійснюється повернення до початкового етапу управлінського циклу, але на новому, більш високому рівні.

Слід ще раз зазначити, що всі вміння комунікативної діяльності, що входять у структуру, тісно пов'язані між собою і взаємно доповнюють один одного, ми лише умовно виділяємо кожне з них з метою визначення конкретного прояву.

Об'єктом діяльності будь-якого керівника є колектив. Ми лише торкнемося цього питання у зв'язку з вивченням групи соціально-психологічних умінь. У ході колективної трудової і суспільно-політичної діяльності створюється складна система постійно діючих міжособистісних стосунків, процес розвитку яких може і повинен бути керованим. У

завдання керівника входить побудова такої системи стосунків, у ході якої б розвивалися як плідні ділові відносини, прояв яких реалізується в різних формах співробітництва (у т. ч. взаємодопомога, взаємоконтроль та інші), так і емоційні зв'язки, які формуються у процесі співробітництва (почуття обов'язку, відповідальності, взаємоповаги, довіри, вимогливості тощо).

Формування міжособистісних відносин включає виховання потреби у спілкуванні один з одним у процесі суспільно-трудової діяльності, навчання правил переконання й аргументації, розвиток розуміння і поваги до думки оточуючих, формування здібності правильно ставити вимоги і підкорятися [92]. Неможливо допускати, щоб розходження у часткових думках стали перепоною згоді у вирішенні загальних завдань.

Виконання зазначених завдань складає зміст умінь організації і згуртування колективу. Правильно і чітко розроблена система підпорядкування, формування діяльної активної групи, залучення всіх членів колективу до вирішення поставлених перед підрозділом завдань – такий основний зміст груп соціально-психологічних умінь.

Таким чином, визначення змісту інтегративних, комунікативно-організаторських і соціально-психологічних умінь наочно підтверджують, що наявність цих умінь є необхідною для управлінської діяльності керівника навіть середньої ланки. Як наслідок – комунікативні вміння слід формувати і розвивати. Цей процес багатогранний і багатоступеневий, бо різний ранг/посада, різний рівень освіти потребує свого рівня сформованості комунікативних умінь, а таким чином – і навчання. Якщо організація дбає про результати своєї діяльності, вона турбується про підготовку свого керівного складу всіх рівнів. І як зазначила Н.Г. Ничкало у ґрунтовній статті “Неперервна професійна освіта як філософська та педагогічна категорія”, розуміння освітньої системи як цілісної, що охоплює всі ланки на різних етапах життєдіяльності людини, дозволяє здійснювати засобами освіти власні прагнення особистості, допомагає їй

самореалізації [93], а також просуванню організації.

Останнім часом у країнах Європейської спільноти також все голосніше обговорюється питання про стан комунікативних здібностей індивідуума. Але тут поряд з увагою до формування комунікативно-професійної компетенції з'явилася несподівана тема: європейські лінгвісти і педагоги вводять у коло нових педагогічних проблем питання про втрату комунікативних здібностей індивідуума в інформаційному віці, що може стати загрозою соціально-економічному розвитку суспільства.

## ***2.7. СТАН КОМУНІКАТИВНИХ ЗДІБНОСТЕЙ ІНДИВІДУУМА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ВІЦІ***

Здібності людини до спілкування, маніпулювання, використання комп'ютерних баз даних, пошуки своєї ідентичності в інформатизованому суспільстві належать у сучасній науці про комунікацію до центральних наукових питань.

Швидкий розвиток ЗМІ і загальна медіалізація сфери комунікації змушують нас замислитися над різноманітним впливом на індивідуум інтеракції через інформаційні системи, через ЗМІ і за їх допомогою. Знання цих процесів необхідно як для сталого розвитку суспільства в цілому, так і для розвитку окремої організації або особистості. Упродовж останніх років значно поширився обсяг інформаційного простору навколо нас, і цим простором треба вміти управляти. Актуальність проблеми обумовлює зростаючу потребу її досліджувати, виробити (щонайменш) своє особисте ставлення до теми у зв'язку з питанням розвитку системи безперервної професійної освіти та комунікативного її аспекту.

Аналізуючи науково-педагогічний аспект безперервної освіти, усіх її рівнів, перший віце-президент АПН України В. Мадзігон відзначив, що

“важливу роль у розвитку безперервної освіти поряд з традиційними засобами навчання відіграють інформаційні й телекомунікаційні (мережеві) технології, засоби мультимедіа, комп’ютерні бази даних і знань, які мають широко використовуватися в навчальному процесі практично всіх ланок освіти, в забезпеченні наукових досліджень і управління освітою” [94].

Вчені сходяться на думці, що це є визначальною передумовою підготовки підростаючого покоління, спеціалістів для повноцінного життя в інформатизованому суспільстві. Наприклад, інститут засобів навчання АПН України спрямовує свої зусилля на розробку дидактичних засад формування комп’ютерно-орієнтованого навчального середовища та науково-методичне забезпечення використання в дидактичному процесі засобів навчання нового покоління. Але, на наш погляд, проблема полягає ще й в іншому.

Уже декілька років у фахових і публіцистичних виданнях порушується питання впливу інформаційного віку на розвиток комунікативних умінь індивідуума. На порядку денному стоять питання досліджень, які б підтвердили чи спростували існування проблеми щодо втрати комунікативних здібностей індивідуума в інформаційному віці, а також окреслили нові завдання, які сьогодення ставить перед педагогічною та лінгвістичною науками.

У зв’язку з цим повернемося ще раз до роздумів Н.Г. Ничкало. Зазначаючи виняткову важливість “урахування в науково-дослідній і практичній діяльності концептуальних положень, пов’язаних з неперервною професійною освітою як світовою тенденцією”, вчена наголошує, що в багатьох “документах міжнародних організацій концептуально спрогнозовано підходи на міжнародному рівні до розв’язання проблем професійної освіти з урахуванням тенденцій у світовому економічному розвитку” [93]. Такі підходи можна зазначити і



для сьогодення, коли тенденція до міжнародного співробітництва в галузі професійної освіти значно посилилася. Важливим є також той факт, що до порядку денного вносяться нові теми, про які ми навіть підозрювати не могли ще декілька десятиліть тому. Так, однією з нових проблем, яким сучасна професійна освіта починає приділяти велику увагу, є рівень сформованості, розвитку і стабільності комунікативної компетенції фахівця й індивідуума взагалі [Пор.: 95; 96, 19]. Педагоги, соціологи, з одного боку, обговорюють питання про втрату комунікативних здібностей індивідуума в інформаційному віці, ведуть пошуки шляхів подолання цієї серйозної проблеми. З іншого ж боку, йдеться про подальше використання дистанційного навчання в системі освіти як актуальної форми підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів.

Розглянемо перше питання – проблему втрати комунікативних здібностей індивідуума в інформаційному віці. Західні вчені, наприклад, на міжнародній конференції, яку провела Австрійська академія наук у 1998 році, спробували відобразити драматичну картину розвитку сучасного інформаційного суспільства: швидкий технологічний прогрес спричинив те, що до комунікативних здібностей індивідуума час ставить усе вищі вимоги. Європейські системи освіти (у тому числі й українська) проте реагують на сформовану ситуацію в недостатній мірі. Тільки незначна кількість громадян знає, як ефективно використовувати можливості технологічних нововведень і повною мірою отримувати плоди з великої інформації “глобального села” для організації свого власного життя.

Таким чином, зростає “функціональна” або “вторинна” безграмотність. Вона виявляється у нездатності сприймати повну інформацію на упаковках товарів, інструкції з експлуатації приладів, вести активний пошук новітньої інформації. Вона виявляється так само в невмінні письмово викладати свої думки або правильно використовувати

нові технічні можливості, наприклад, електронної пошти або Інтернету. “Функціональна” або “вторинна” безграмотність – це політична проблема, пов’язана з ринком праці. У виданому ЄС “Guidelines for Employment 1997” саме і робиться акцент на “працевдатність”, що розглядається як один із стрижнів політики зайнятості населення. А достатня комунікативна компетенція робочої сили відіграє, у кінцевому результаті, вирішальну роль в економічній конкуренції [Пор.: 96, 18].

Крім того, безграмотність є так само проблемою проваджуваної демократичної політики: почуваючи загрозу безробіття, потенційні жертви модернізації і глобалізації, які обмежені в силу своїх здібностей, щоб брати участь у суспільному і політичному житті, перетворюються в групи людей із “жалюгідними мовними здібностями”, яких так потребують спрощені, радикальні ідеології” [там же, С. 4]. “Програма розвитку полімовної концепції у Співтоваристві в інформаційному суспільстві” від 21.11.1996 р. і вимоги, викладені у “Білій книзі ЄС” у програмі “Школа другого шансу” (1995), покликані привернути увагу країн ЄС до даної програми, так і не дали ніяких результатів [там же, С. 19].

Але вчені різних країн сходяться на думці, що має місце як певний науковий досвід у даній галузі, так і відпрацьовані моделі його реалізації щодо ефективної боротьби з мовною убогістю. Тому необхідно терміново визначити і впровадити кращий досвід і експерименти в національні і загальноєвропейські програми дій. Наприклад, учасники вищезгаданої Віденської конференції з питань мовної політики (1998 р.) звернулися до відповідних австрійських і німецьких органів із проханням надати допомогу в просуванні ініціативи з метою розробки загальноєвропейської стратегії з подолання всіх нових форм “безграмотності”. Тобто на державному рівні двох західних країн була визнана проблема втрати комунікативних здібностей індивідуума, що потребує скорішого втручання як науковців, так і практиків. Це питання цікавить також і

українських учених. Слід зосередити свої зусилля на доробку відповідно до потреб часу, впровадженні довгострокових державних програм з мовної політики і заходах для їхньої реалізації, враховуючи власний і загальноєвропейський досвід, політичну ситуацію та державну політику розвитку.

На наш погляд, слід взяти до уваги такі думки:

1. У країнах Співтовариства впроваджуються навчальні програми з розвитку комунікативних здібностей населення, що фінансуються з гуманітарного фонду “human capital”. Слід вивчити таку можливість і для України. Як декларує фонд, участь у даних програмах гарантується ВСІМ демократичним товариствам, зацікавленим надалі у своєму розвитку. Комунікативні здібності ні в якому разі не є гарантією рятунку від безробіття, але вони є важливою передумовою для скорочення його рівня і його подолання. Розвиток комунікативних здібностей робить свій внесок і в конкурентоздатність у віці глобалізації. Соціальна політика, політика щодо освіти населення і наука покликані впровадити ці програми в життя, що є відповіддю на заклик Амстердамського договору в частині мовного зuboжіння в Європі. Дії Співтовариства спрямовані на розвиток європейського виміру в освіті, особливо шляхом викладання та якомога ширшого розповсюдження мов (гл. 3, ст. 149, п. 2), та зміцнення співпраці з третіми країнами у сфері професійної освіти (гл. 3, ст. 150, п. 3) [96, 126 – 127]. Європейський вибір України свідчить про підтримку цієї думки нашою державою.

2. Необхідно прагнути до поєднання науки, світу праці й політики у галузі освіти, а також залучити до роботи заклади освіти для дорослого населення. Організація системи безперервної освіти, закладів навчання місцевого, галузевого і національного масштабів повинна стати найважливішою справою. Варто, по можливості, приєднатися до загальноєвропейської просвітньої мережі (європейські обсерваторії), що

почала розвиватися, залучаючи на свій розвиток кошти з бюджету ЄС. Тут ми можемо згадати про велику кількість міжнародних фондів, які підтримують ініціативи щодо просування мов.

3. Вимоги, що висуваються сьогодні до комунікативних здібностей, виходять далеко як за рамки звичайного вивчення мови і великих мовних здібностей у вивченні і першої іноземної мови, і другої, й третьої, так і рівною мірою це стосується культурної та медіальної компетенцій. Необхідно розробити нові методики і програми як для системи шкільної освіти, так і для системи удосконалення освітнього рівня дорослого населення з акцентом на розвиток писемних і усних здібностей у рамках власне культури і міжкультурних зв'язків. Це дасть можливість кожному користуватися ЗМІ, у т. ч. комп'ютерною мережею, незалежно від мовного і культурного бар'єрів.

Як показало опитування населення, для багатьох тексти ЗМІ важкі для розуміння. Видавці друкарської продукції повинні забезпечувати населення текстами, "що читаються".

Швидкий розвиток сучасних технологій і зростання ролі вивчення іноземних мов потребує надзвичайно великих зусиль протягом усього життя у сфері підвищення фахового рівня й удосконалювання загальноосвітнього рівня дорослого населення.

4. У системі неперервної освіти слід приділяти більшу увагу впровадженню у шкільних і в дошкільних закладах програм з розвитку мовлення, у т. ч. й іноземними мовами. Перш за все це бажано у тих випадках, коли у дітей мають місце прогалини в початкових знаннях. Для даної роботи педпрацівники повинні пройти підготовку з урахуванням специфіки роботи. Створення нечисленних класів/навчальних груп дозволить більш активно залучати до навчального процесу всіх учнів: активно розвивати комунікативні здібності дітей у групах із чисельністю більше 15 чоловік практично неможливо.

Школи повинні мати достатню кількість приміщень для проведення комунікативних тренінгів у нечисленних групах.

5. Постійне відновлення комп'ютерного парку і програмного забезпечення шкіл і вищих навчальних закладів дасть можливість ефективно використовувати технологічні нововведення, щоб не зростала “функціональна” безграмотність. Фільми, телебачення і комп'ютери мають стати головною і невід'ємною частиною й інструментом навчання. Навчатися отримувати плоди з безперервного інформаційного потоку слід у школі та у вищому навчальному закладі, щоб під час професійної освіти приділяти увагу розвитку професійно орієнтованої комунікативної компетенції.

6. Нові програми і навчальні плани, що розвивають здібності добору потрібної інформації із ЗМІ, повинні використовуватися не тільки для процесу навчання мови, але стати основним інструментом набуття освіти.

7. Удосконалення і розширення системи освіти дорослого населення в частині ліквідації комунікативної і/або медіальної безграмотності й навчання навичкам користування ЗМІ.

8. Останнім часом чітко прослідковується у багатьох країнах нова полімовна політика. Глобалізація потребує розширення мовного спектру так само, як інших специфічних ініціатив, щоб запобігти новим розмежуванням. У Маастрихському договорі європейські держави разом поставили акцент на полімовну концепцію у рамках ЄС і зобов'язалися сприяти розвитку вивчення мов. Утім європейські Програми і Заяви дотепер мало звертають уваги на розвиток полімовної концепції в Європі, а більше приділяють увагу численним державним мовам. Такий висновок неповною мірою стосується й України. По-перше, дуже велика увага приділяється вивченню саме державної мови. По-друге, вивчення декількох мов стає нормою не лише для вищих навчальних закладів, але й для дитячих садків, шкіл. Перед педагогічною наукою

постають у зв'язку з цим нові завдання, як-от:

- Розробити спеціальні навчальні посібники на базі наявної полімовної концепції і досвіду викладання й вивчення іноземних мов і використання ініціатив, що вже добре зарекомендували себе. Необхідно форсувати організацію курсів інтенсивного навчання іноземної мови, такої, наприклад, як англійська, щоб створити базу для вивчення інших іноземних мов. Розробити мовні дидактичні концепції, щоб вивчені мови можна було систематично використовувати у подальшому повсякденному і професійному житті.

- Поглибити взаємозв'язок мовного і фахового навчання (іноземна мова як робоча мова, мовні практичні заняття, іноземна мова для знайомства з іноземними електронними ЗМІ і т. п.). Удосконалити програми навчання іноземних мов для фахової діяльності й підвищення кваліфікації на підприємствах. Розробити специфічні навчальні програми для дорослих, що не звикли до самостійної навчальної роботи.

- Підтримати і розширити науково-дослідні роботи в галузі прикладної лінгвістики, наукові праці в галузі лінгвістики й виховання підлітків, що стикаються з труднощами мовної комунікації через недостатній рівень своєї мовної компетенції, а також у сфері професійної підготовки. Подальша еволюція програм і навчальних планів на основі наукових даних є базою для розвитку комунікативних здібностей і розуміння змісту тексту.

- Давати базові знання й розвивати комунікативні професійно орієнтовані вміння в мінігрупах для груп фахівців різних напрямків, тобто юристів, лікарів, економістів та інших професій.

- Досліджувати європейські стандартні мови і підходи до їх вивчення, розробити концепцію і модель навчання ділової комунікації, тим самим модель формування комунікативно-професійної компетенції на основі, по-перше, концептуальних засад безперервної професійної освіти,

а, по-друге, загальноєвропейської мовної політики, орієнтованої на майбутнє.

Стосовно другого питання – активне використання дистанційного навчання в системі освіти, – йдеться про актуальну форму підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів. Зважаючи на те, що в Україні, у т. ч. у митному відомстві, створюється нова система інформаційного забезпечення навчання, існує дійсна можливість запровадження у навчально-виховний процес новітніх педагогічних технологій та науково-методичних досягнень.

Використання елементів дистанційного навчання, на нашу думку, є особливо важливим для створення науково-методичної бази процесу самопідготовки, самоудосконалювання в системі безперервної професійної освіти. Розуміючи сучасні тенденції розвитку ринку праці в цілому, а також ураховуючи високі сучасні вимоги до всіх категорій державних службовців, в ДМСУ передбачено ряд заходів щодо впровадження в навчальний процес Закону України від 04.02.1998 р. № 74 “Про національну програму інформатизації”, наказу Міністерства освіти і науки від 07.07.2000 р. № 293 “Про створення Українського центру дистанційної освіти”. Новим кроком стала розробка проекту “Положення про використання елементів дистанційного навчання в системі підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників Державної митної служби України” [97].

У проекті підкреслюється вищевикладена точка зору на мету і основні завдання нововведення: “...забезпечення доступу до ресурсів навчальних закладів Держмитслужби України шляхом використання сучасних інформаційних технологій та телекомунікаційних мереж” [там же]. Основні завдання впровадження елементів дистанційного навчання полягають:

- в реалізації системи безперервної, перш за все, післядипломної освіти;
- в індивідуалізації навчання;
- у створенні електронної бібліотеки навчально-методичних матеріалів митних закладів освіти для самостійного навчання посадових осіб митної служби України;
- у використанні телекомунікаційної інфраструктури ЄАІС митних органів;
- у формуванні організаційного, навчально-методичного, інформаційно-телекомунікаційного, матеріально-технічного середовища, впровадження та розвиток дистанційного навчання за окремими курсами або модулями.

Очікується велика кількість слухачів курсів дистанційного навчання завдяки можливості їх одночасного звернення до багатьох джерел навчальної інформації, спілкування за допомогою телекомунікаційного зв'язку слухачів між собою та з викладачами. Можна припустити позитивний вплив на слухача, про який буде, на нашу думку, свідчити підвищення творчого та інтелектуального потенціалу людини за рахунок самоорганізації, прагнення до знань, використання сучасних інформаційних та телекомунікаційних технологій.

Таким чином, дистанційне навчання розглядається нами як цілеспрямований процес діалогової (інтерактивної) взаємодії учасників навчального процесу між собою за допомогою засобів навчання незалежно від їх розміщення в просторі й часі.

Інноваційними є самі технології дистанційного навчання, що складаються з педагогічних та інформаційних технологій дистанційного навчання. Під педагогічними технологіями тут розуміються “технології опосередкованого активного спілкування викладачів зі слухачами з використанням телекомунікаційного зв'язку та методології індивідуальної



роботи слухачів структурованим навчальним матеріалом, представленим в електронному вигляді” [97]. Що стосується інформаційних технологій дистанційного навчання, то це “технології створення, передачі і збереження навчальних матеріалів, організації і супроводу навчального процесу дистанційного навчання за допомогою телекомунікаційного зв’язку” [там же].

Беручи до уваги значну роль і можливості дистанційного навчання в організації професійного навчання, в межах навчально-науково-виробничого комплексу Держмитслужби України планується створення науково-методичної комісії з питань дистанційного навчання. Передбачається, що комісія буде координувати діяльність суб’єктів дистанційного навчання і на неї покладатимуться такі функції: 1) розробка єдиних вимог щодо навчальних планів, програм і нормативів дистанційного навчання, виходячи з державних стандартів освіти; 2) координація розробок теоретичних і науково-психологічних засад дистанційного навчання; 3) проведення попередньої експертизи усіх складових дистанційного навчання.

При впровадженні елементів дистанційного навчання в системі професійної освіти митних органів у повному обсязі використовується накопичений науково-методичний потенціал навчальних митних закладів освіти, інформаційні ресурси та технології, досвід зарубіжних навчальних закладів з використання дистанційного навчання. Зміст дистанційної форми підвищення кваліфікації працівників митних органів має відповідати вимогам програм підвищення кваліфікації, розроблених відповідно до вимог Голодержслужби та Держмитслужби України і затверджених в установленому порядку. Ми вважаємо, що при цьому доцільно забезпечити визначення тематики та створення навчально-методичного матеріалу не лише відповідно до існуючих напрямів підвищення кваліфікації, як це обговорюється при доопрацюванні робочих

проектів методичних матеріалів та нормативних актів з питань дистанційного навчання в системі безперервної професійної освіти митних органів, але й відповідно до вимог сучасного інформаційного віку до комунікативних здібностей фахівців. Тобто йдеться про те, що комунікативно-професійний напрям підготовки та підвищення кваліфікації фахівців ще не посів постійне місце в системі підвищення кваліфікації, а тому й не увійшов ще до навчальних планів дистанційного навчання та підвищення кваліфікації.

У ДМСУ розробляються технології і функціональна модель дистанційного навчання, структура його навчально-методичного забезпечення. Для нашого дослідження в ній слід виділити контрольно-комунікативний блок, який забезпечує виконання не тільки навчаючої, контролюючої, але й комунікативної, організаційної, рефлексивної функцій дистанційного навчання. До того ж, він дозволяє встановити оптимальний зворотний зв'язок між учасниками дистанційного навчання. Контрольно-комунікативний блок містить графіки консультацій та зустрічей з викладачем, у тому числі з використанням телекомунікаційних мереж; тести різного призначення та виду; запитання до заліків та іспитів; критерії оцінювання.

Матеріали, викладені у цій главі, дозволяють зробити такі висновки:

1. Для науки другої половини ХХ – початку ХХІ століття характерне стирання жорстких граней між її дисциплінами, що багато в чому пояснюється сильним впливом діалектики зіставлення мовної картини світу, яка формується, по-перше, в процесі онтогенеза і в процесі засвоєння мов, у тому числі й іноземних; а по-друге, на основі сильної професійно орієнтованої мотивації.

2. У ході навчання ділової комунікації прослідковується системно-структурний підхід, який проявляється, насамперед, у виявленні та використанні системно-цілісних характеристик лінгвістичної освіти для

нефілологів і тенденцій її розвитку в аспекті професійної діяльності. Одним із найважливіших при навчанні мови і мовлення розглядається принцип єдності раціонального й емоційного, тобто поєднання теоретичних знань і їх практичного використання в ході насиченої комунікативно-професійної діяльності, рішення проблемних комунікативних завдань. Виправдовує себе також і системно-діяльнісний підхід, коли перш за все практичну значимість мають знання семантичного і когнітивного рівнів комунікації, різних функцій мови.

3. Комунікація є центральним процесом професійної взаємодії, де, з одного боку, виділяються форми професійної комунікації, а з іншого – комунікативні пласти (лінгвістичний, паралінгвістичний, екстралінгвістичний). Рівень мовних і професійних знань, а також уміння і навички володіння ними відображають ступінь сформованості професійно-комунікативної компетенції.

4. Під час навчання комунікації слід урахувати факт включності будь-якого комунікативного акту в сумісну діяльність і всі суттєві складові комунікації, які впливають на вибір конкретних засобів “коду”, на породження самої “інформації” і на засоби й результати її інтерпретації, на процес колективної діяльності і на функції когнітивних структур. Предкомунікацію, комунікацію і посткомунікацію формує відповідна соціальна структура, оскільки вона представлена в нашій свідомості. Проте екстралінгвістичні елементи мовленнєвого акту також значимі. Так, для мовної комунікації важливі соціальна ситуація і її інтерпретація або уявлення про неї в учасників комунікації. Мовленнєві акти інтерпретуються на основі наявного у комунікантів знання світу: мовленнєві акти неможливі без знання того, що необхідне, допустиме або неможливе в реальному світі. Тобто соціальний контекст зумовлює мовленнєву поведінку учасників діалогу.

5. Для розробки комунікативних завдань з метою навчання успішної

ділової комунікації слід враховувати дані про те, що питальна форма висловлювання, яку використовує адресант, частіше прогнозує ефект певної мовленнєвої поведінки, для моделювання поведінки-дії бажано використовувати спонукальне речення-висловлювання, а розповідні речення мають багатий прагматичний потенціал для впливу на мислення й емоції.

6. Модель навчання успішної комунікації є кореляцією двох моделей – суто лінгвістичної і загальної моделі поведінки, де основний акцент падає на формування комунікативно-професійної компетенції особистості.

7. Комунікативно-професійна компетенція визначається як інтегрований компонент комунікативної і професійної компетенції, що передбачає володіння мовою і професійно орієнтованим мовленням на варіативно-адаптивному рівні, а також на рівні вільного ділового спілкування (для фахівців, що мають високий рівень комунікативно-професійної компетенції).

8. Упроваджуючи елементи дистанційного навчання, потрібно забезпечити визначення тематики та створення навчально-методичного матеріалу не лише відповідно до існуючих в системі безперервної професійної освіти митних органів напрямків навчання, але й відповідно до вимог сучасного інформаційного віку щодо комунікативних здібностей фахівців.

Комунікативно-професійний напрям підготовки та підвищення кваліфікації фахівців, перш за все, за темами удосконалення усного і писемного ділового мовлення, використання прийомів ПР у роботі з громадськістю, оволодіння загальними правилами відносин із ЗМІ, вербальними і невербальними засобами формування іміджу слід ввести до навчальних планів дистанційного навчання та підвищення кваліфікації.

## ГЛАВА 3

### ПРОФЕСІЙНО ОРІЄНТОВАНА ІНШОМОВНА КОМПЕТЕНЦІЯ

#### *3.1. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО НАВЧАННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МИТНИКІВ*

Мова є специфічною формою діяльності людини. Для розвитку мовленнєвих умінь на заняттях з іноземної мови важливо про що і як спілкуються комуніканти. Нові засоби масової інформації проникають все більше і більше в усі сфери життя. Їх глобалізація і дає можливість з'явитися новим формам комунікації й обміну інформацією. Супутникове телебачення, комп'ютерні мережі, що охоплюють країни, матеріальне забезпечення, що має міжнародне розповсюдження, дають сьогодні можливість контактувати з іншими культурами з небувалою ще в історії людства інтенсивністю. Сьогодні мова йде про face-to-face-комунікацію, тобто безпосередню інтеракцію між людьми з різних культур. Таким чином, комунікативні заняття готують до завдань, які дозволяють оперувати мовою, вже на самому занятті випробувати її дію, вплив. Тому такі заняття називають ще орієнтованими на поведінку, вони дають можливість навчитися прогнозувати і спрямувати за допомогою мовних засобів бажану вербальну і невербальну поведінку співрозмовника.

Володіння іноземними мовами є однією з важливих умов професійної підготовки працівників митних органів України, бо застосування іноземної мови в їх роботі передбачає спілкування без перекладача з іноземними громадянами, використання іноземної літератури з питань, що належать до компетенції митних органів, а також перекладацьку діяльність в інтересах служби [98; 99]. Як бачимо, спектр використання мови в роботі митника дуже широкий і кожен вид професійної мовленнєвої діяльності вимагає різного рівня

сформованості комунікативних умінь.

У митній системі передбачено для різного контингенту різні форми роботи з навчання мови й удосконалення мовної підготовки. Контингент поділяється на курсантів АМСУ очної і заочної форм навчання; слухачів факультету післядипломної освіти АМСУ; працівників митних органів, які використовують мову в роботі і готуються до складання галузевих кваліфікаційних іспитів з іноземних мов. Різний контингент вимагає різних підходів, форм і методів навчання.

Так, для курсантів як денної, так і заочної форм навчання обрано аудиторну та самостійну форми роботи з різним розподілом годин, що є типовим для всіх вищих навчальних закладів. Усе більше впроваджуються такі форми роботи, як поточні та індивідуальні консультації, залучення курсантів до роботи факультативів, участі у конкурсах, олімпіадах, міжнародних іспитах з мови, а також у нетрадиційних заходах, наприклад, міжнародних проектах (див. гл. 3.2.).

Для слухачів факультету післядипломної освіти АМСУ і працівників митних органів, які використовують мову в роботі і готуються до складання галузевих кваліфікаційних іспитів з іноземних мов, основними формами навчання є самостійна робота і дистанційне навчання. Тут головним завданням Держмитслужби України і, насамперед, Академії як її головного науково-методичного центру є підготовка актуальних матеріалів для самостійного вивчення мови та її удосконалення, починаючи від методичних рекомендацій загального характеру до професійно орієнтованих розробок різного рівня складності.

#### Загальні методичні підходи

Перед працівниками митної системи, які бажають вивчити іноземну мову, постає багато питань: Як підтримувати мовний рівень? Яку мову (другу) обрати для вивчення? Як вивчити мову самостійно? З чого розпочати? Як найбільш ефективно організувати свою роботу? Як

навчитися мовлення іноземною мовою не в мовному середовищі?

Перед тими, хто вивчає мову у вищих навчальних закладах, деякі з цих питань вже не постають. Як навчити мовлення, сформувані комунікативні вміння курсантів або студентів, – це вже завдання і досвід викладача. Але без зусиль, праці і бажання з боку того, хто навчається, оволодіти мовою неможливо.

Відомо, багато залежить від того, як і в яких умовах проходить навчання. Є два шляхи. Один з них пропонує з перших же занять намагатися говорити мовою, що вивчається. Саме так оволодівають мовами поліглоти. Про це знали ще римляни, які більш ніж дві тисячі років тому слушно говорили: “Тільки говорячи, навчишся говорити”. Удосконаленням і оновленням цей шлях дав поштовх розвитку нового науково-методичного напрямку – навчання іноземної мови шляхом викладання профільюючої дисципліни. У цьому напрямку Академія митної служби робить перші кроки.

Інший шлях – болісний і нескінченний, коли вивчення мови починають з теорії, головним чином, з граматики. Цей шлях малоефективний: він не дає виходу в мовлення. Адже й рідну мову ніхто не розпочинає вивчати з граматики.

Тобто найважливішим є метод “живого слова” (термін ученого-методиста Теодора Ауербаха). Слід запам’ятати першу пораду: “Чим більше Ви будете розмовляти іноземною мовою, тим скоріше її засвоїте” [100]. Але загальноприйнятим є підхід до навчання мови, коли формування комунікативних умінь складається з роботи над кожним з аспектів мови, де є свої важливі моменти. Слід зважати на принципи наступності й інтегративності.

#### 1. Як працювати над фонетикою?

Без твердого знання фонетики неможливо навчитися читати і

говорити іноземною мовою. Перше завдання – навчитися правильно вимовляти слова. Для цього треба засвоїти найважливіші правила вимови (їх небагато). Корисно слухати радіопередачі іноземною мовою, записи, недубльовані фільми.

Уявімо, що Ви справилися з цим завданням. Тепер слід навчитися читати. Читати обов'язково вголос. Читання вголос сприяє розвиткові навичок мовлення. Запам'ятаємо ще одну важливу пораду: “Читайте уголос якомога більше і переказуйте усе, що читаєте”. Мовчки мовою не оволодіти. Під час вивчення мови мовчки, працює лише зорова пам'ять, а слухова і моторна не діють. Між тим дуже важливо, щоб вухо сприймало іншомовне мовлення, звикало до нього. Тому й ефективно оволодівати іноземною мовою в умовах лінгафонного кабінету.

Рекомендується дивитися фільми іноземною мовою. Якщо є можливість, намагайтеся спочатку подивитися цей фільм рідною мовою. Якщо зміст відомий, буде швидше сприйматися зміст іншомовного тексту. Причому добре переглянути фільм не один раз, а два – три.

Слід звернути увагу і на допомогу радіо. Розпочніть систематично слухати радіоперекази – через місяць Ви будете вже багато розуміти.

## 2. Як працювати над лексикою?

Наївно звучить питання: “Якщо знаєш усі слова, чи це означає, що знаєш мову?” Звичайно, ні.

Працюючи над словниковим запасом на іноземній мові, слід вчити не окремі слова, а цілі фрази. Корисно запам'ятовувати прислів'я, вірші, пісні.

Слово живе лише в словосполученні, взяте окремо воно мертво. Більшість слів багатозначні, їх треба і легше вивчати в контексті, враховуючи численність значень.

З першого ж дня вивчення мови треба встановити курсантам щоденну норму засвоєння нових слів, записувати їх у різні розділи зошита



(краще розподіляти слова за частинами мови: дієслово, іменник тощо). Записувати треба всі значення слів, підкреслюючи найбільш уживані. Закривши зошит, перевіряти, чи запам'яталися еквіваленти рідною мовою, і навпаки.

Курсанти часто ставлять питання: “Скільки треба знати слів, щоб читати і розуміти іншомовний текст? А скільки, щоб розмовляти?” Ці питання потребують конкретики: з ким розмовляти? Викладати свої думки складними фразами чи простими? Що читати? Газету, художню літературу чи фахову, науково-технічну? Газету читати порівняно легше, ніж текст за фахом, який вимагає спеціальних знань. Саме тому тексти за митною тематикою вводяться не з I курсу.

Навіть у загальноосвітній школі згідно з програмою учні повинні засвоїти близько 2,5 тисяч слів, а це в декілька разів більше, ніж потрібно для того, щоб розмовляти іноземною мовою. А який лексичний мінімум для фахового використання мови? Як відповідь на це запитання лексика розподіляється насамперед на групи: розмовна, загально-політична і фахова. Складність і поступовість засвоєння цих груп відображають навчальні програми. Слід пам'ятати, що достатньо засвоїти групу слів, які містять у собі найважливіші корені. Наприклад, якщо Вам відомо слово “зацікавленість”, то Ви без зусиль зрозумієте значення таких слів, як “цікавий”, “зацікавлений”, “цікаво”, “цікавитись”, а якщо Ви знаєте головні правила словотворення, то можете самі утворити потрібне дієслово чи прикметник... Таких базових коренів у мові нараховується близько одного процента, тому їх можна засвоїти десь за рік. Перелік таких слів, як правило, поданий в усіх посібниках для короткотермінового та інтенсивного вивчення мов. Завданням під час вивчення професійної мови є визначення базових словоформ для професійно спрямованої лексики.

Як працювати над граматиною?

Про значення граматики при вивченні мови влучно сказав американський методист Пітер Хегболдт: “Той, хто починає вивчати іноземну мову, економить час, коли вивчає її без граматики. Учень, який володіє трохи мовою, витрачає час, якщо ігнорує граматику” [100]. Що стосується якоїсь із мов як другої іноземної, то тут доцільно теж піти цим шляхом.

Неможливо займатися мовою, не займаючись граматиною, бо не може бути змісту без форми. Це теза просунутого рівня вивчення мови.

Але необхідно пам'ятати: граматика має засвоюватись на практиці, виходити з вимог живої мови. Знання граматичних правил, безумовно, допомагає правильно говорити, але часто знижує темп мовлення, тому що той, хто говорить, при конструюванні фрази боїться допустити помилку.

Насправді, це явище тимчасове, воно долається тільки досвідом розмови. Очевидно, чим більше Ви будете говорити, тим легше засвоїте основні правила граматики, тим скоріше навчитеся використовувати їх у мовній практиці. І як форма засвоєння граматики в готових формах – це переказ.

Наступна форма роботи – переклад.

Тут також є декілька підходів. Переклад як милиця, якою користуєшся, коли вона потрібна, і відкидаєш тоді, коли можеш ходити без неї. Перший шлях: так би мовити метод “зворотного перекладу”. Але багато методистів вважають, що більш результативним є безперекладний метод, коли очікувані результати досягаються швидше. Це теж зрозуміло, бо переклад – це робота з рідною мовою, а не з іноземною. Спираючись на правила словотворення, контекст, можна працювати з текстами без словника. Якщо ми застосовуємо метод зіставлення, то слід узяти текст рідною та іноземною мовами та починати читати фрази паралельно. Обсяг тексту слід обмежити 2,5 тис. знаків. Опрацювавши текст до кінця, слід прочитати його вголос іноземною мовою, лише найскладніші моменти

піддивляючись у рідномовному тексті. Утретє це вже не буде потрібно. Такий метод результативний під час роботи зі спеціальними матеріалами, коли засвоюється термінологія. Взагалі слід відмовитися від пасивного методу вивчення мови. Сформувати комунікативні вміння можна лише активно, тільки при мобілізації мовленнєвого апарату і всіх видів пам'яті. Тоді швидко і надовго запам'ятовуються слова, звороти і граматичні форми. Метод, коли працює лише один вид пам'яті, заняття, на якому використовується лише одна з форм роботи, не продуктивні. Хочу нагадати п'ять головних умов, що необхідні для успішного вивчення іноземної мови і які треба завжди пам'ятати під час організації роботи в тій чи іншій групі.

### **1. Правильна мотивація**

Завдання викладача – допомогти групі чи окремому курсанту чітко сформулювати, навіщо потрібна іноземна мова: для стажування за кордоном, для отримання роботи, для професійного зростання чи чогось іншого.

### **2. Регулярність та режим занять**

Заняття 4 рази на тиждень по 2 години набагато ефективніші, ніж 8 годин один раз на тиждень. Кількість та характер домашніх завдань змінюється залежно від етапів навчання, але співвідношення аудиторної та самостійної роботи може змінюватись тільки у бік збільшення самостійної роботи, що значною мірою залежить від індивідуальних здібностей тих, хто навчається, і впливає на планування ними режиму занять.

### **3. Психологічний контакт з викладачем**

Пам'ятайте, працюючи у режимі “викладач – група”, важливо звернути увагу не тільки на рівень кваліфікації викладача, але й на ступінь психологічної сумісності викладача і групи. Навіть з найкращим викладачем може не скластися психологічний контакт. У цьому разі заняття будуть марною тратою зусиль.

#### **4. Самостійні заняття**

Який би прогресивний метод навчання не був обраний, без звичайного зазубрювання не обійтись. Незалежно від того, де і як займатися і чи передбачаються при цьому домашні завдання, тому, хто навчається, доведеться займатися самостійно. Нікого не можуть навчити мови – він повинен її вивчити.

#### **5. Мовне середовище**

Якщо мета навчання не знання граматики, а жива мова, то необхідно, так би мовити, мовне середовище. Створити його можуть носії мови – люди, для яких ця мова рідна, а також подорож за кордон чи в навчальній ситуації прослуховування/перегляд фільмів та передач мовою, що вивчається.

Якщо одна чи декілька умов відсутні, це лише ускладнює роботу викладача і потребує від нього мобілізації всіх педагогічних умінь.

### ***3.2. АКТУАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ІНШОМОВНОЇ КОМУНІКАТИВНОЇ ПІДГОТОВКИ В АКАДЕМІЇ МИТНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ***

Академія активно веде пошуки нових форм і методів мовної підготовки, нових підходів до навчання мови. Серед головних інновацій у практиці викладання мови в АМСУ слід виділити, насамперед, зміни в технології навчання, а саме: 1) навчання іноземної мови шляхом викладання профільюючої дисципліни; 2) формування груп з першої (для АМСУ) іноземної мови на основі гарних показників з іншої іноземної мови, що вивчалася в школі; 3) упровадження полімовної концепції, коли обов'язковим є вивчення двох іноземних мов.

Звісно, використовуються різноманітні методи навчання мови. Уже сама їх класифікація свідчить про те, що існує чимало способів навчання з урахуванням функціональних особливостей мови і змісту освіти. На думку

Л.М. Паламар, різні методи – це різні орієнтири для викладача, якими він може користуватися у своїй діяльності [75, 13].

Нині відомі класифікації методів навчання мови за джерелами знань, за способом взаємної дії викладача і студента, за рівнем пізнавальної діяльності студентів [101]. Актуальним залишається розвиваюче навчання, що дає поштовх розвитку розумової діяльності тих, що вчаться, а це, у свою чергу, сприяє формуванню комунікативних дій. Активність того, хто навчається, виникає в тому випадку, коли у нього є певний інтерес до предмета. Як писав Дж. Брунер, забезпечити інтерес до навчального предмета легко, коли навчання проходить у контексті життя й дії, але стає важким, коли навчання носить абстрактний характер [102].

На початковому етапі навчання мови активно застосовується пояснювальний та ілюстративний метод, який спирається на набуті раніше лінгвістичні знання та вміння. Під час впровадження полімовної концепції особливого значення, як свідчить наш досвід і як зазначають видатні вчені С.Г. Борхударов, Л.А. Булаховський, А.А. Реформатський, Б.А. Серебряникова, Л.В. Щерба, Н.В. Ярцева, слід надавати методу зіставлення мовних явищ у різних мовах. Хороші результати показали курсанти, які вивчають іноземні мови однієї групи, наприклад, англійську і німецьку. Завдяки методу зіставлення інтенсифікується мислення, прискорюється засвоєння граматичних, фонетичних правил, форм, міцніше засвоюється весь матеріал. Так, наприклад, пропонується написати німецькою мовою слова, що подані на дошці англійською:

houm	Haus
man	Mann
come	kommen
have	haben
hello	hallo

У зіставленні таких пар слів швидко засвоюється як їх значення, так і

різниця в їх написанні. На думку Л.А. Булаховського, порівняльний метод найбільш вдалий і саме він підказує тонкощі споріднених мов [103, 76].

В Україні порівняльним методам присвячені дослідження багатьох вчених [там же, с. 4 – 8]. Їх думки зводяться до того, що цей метод є одним із найефективніших в умовах двомовності. Досвід автора за останні шість років викладання підтверджує, що цей висновок правильний і для навчання іноземних мов.

У своїй практиці використовуємо і систематизуючий метод, що об'єднує в єдину систему розрізнені знання, одержані у різний час. Систематизація може бути поурочна, тематична (найбільш типова для викладання іноземних мов), предметна, міжпредметна і т. ін. Інтегровані курси стають в останні роки нормою для середніх навчальних закладів, тому використання систематизуючого методу для навчання мови дорослого контингенту виправдане, звичне і результативне саме в плані розвитку комунікативної компетенції.

Серед найефективніших методів навчання слід виділити тренувальний, імітаційний, що спираються на комунікативні вправи, а також трансформаційний метод (перетворення), що широко використовується у зарубіжній методиці, оскільки трансформація речень, текстів дає можливість ширшого кола використання мовних засобів, розширення меж функціонування мови. Н. Хомський та ін. пропонують цей метод застосовувати у процесі навчання з дорослими, де широко використовуються вправи на складання й трансформацію речень, мікротекстів [75]. Певні мовні одиниці використовуються тут свідомо, а тому користувачам мови необхідно пам'ятати, що вживання тих чи інших мовних одиниць можна програмувати для досягнення необхідного прагматичного ефекту, як було зазначено у гл. 2.2.

Зараз постає основна проблема підвищення цілеспрямованості навчання, мотивації, актуалізації опорних знань, активності пізнавальної,

трудової та оцінюючої діяльності [104]. Саме тому функціонально-комунікативне навчання мови нефілологів є тим основним методом, що допомагає вирішувати ряд складних теоретичних та методичних питань на сучасному етапі. Комунікативне навчання передбачає організацію процесу навчання як моделі процесу спілкування (Коростишев, Пассов, 1987), тобто у комунікативному принципі втілена основна мета навчання мови, оскільки мовленнєва діяльність стає в центрі уваги [105] і в ній проявляються два моменти:

- а) дії мовлення, їх мотив, мета, ситуації, умови їх реалізації;
- б) результат, ефект цього процесу, тобто усний чи писемний текст з контекстом [75, 32].

Ініційована нами ідея щодо впровадження полімовної концепції в АМСУ з перших днів розбудови цього вищого навчального закладу, коли обов'язковим є вивчення двох іноземних мов, виправдала себе. По-перше, потреби часу, високі вимоги митної служби до загальної ерудиції своїх співробітників, яку без сумніву володіння мовами значно розширює, обумовили включення в навчальні програми двох іноземних мов. По-друге, серйозне місце, яке відведене в навчальних планах АМСУ іноземним мовам (велика кількість годин як для першої, так і для другої мови), значно підвищило рейтинг юридичних, економічних, технічних спеціальностей Академії серед подібних спеціальностей в інших вищих навчальних закладах. По-третє, за п'ять років роботи Академії значно збільшилась кількість курсантів, які паралельно вивчають три, навіть чотири іноземні мови, а також зросла кількість бажаючих скласти міжнародні мовні іспити (TOEFL, Deutsch für den Beruf, Grundstufe Deutsch, Mittelstufe Deutsch).

У 2000/2001 навч. році нами зроблені перші кроки у навчанні іноземної мови шляхом викладання профільної дисципліни (взято деякі аспекти спецкурсів “Менеджмент підприємства”, “Макроекономіка”,

“Мікроекономіка”). У 2002/2003 навч. році нами запропонований і проведений факультативний спецкурс “Німецька мова для професії”, який привернув увагу 34 курсантів. Метою спецкурсу було: 1) розвиток професійно орієнтованої іншомовної компетенції; 2) як підтвердження отриманих результатів – складання міжнародного іспиту Deutsch für den Beruf.

Значним успіхом став той факт, що серед слухачів були як курсанти, що вивчають німецьку мову як першу, так і ті, що вивчають її як другу іноземну мову. Вісім чоловік виявили бажання ще на початку спецкурсу складати міжнародний іспит, бо були не тільки змотивовані викладачем, але й мали впевненість у своєму рівні комунікативної компетенції. Ця впевненість базувалася, перш за все, на високих досягненнях з рідної та іншої іноземної мови. Ті, хто не був твердо впевнений (26 чол.), бажали, як мінімум, розвинути свою професійно орієнтовану іншомовну компетенцію. 96 % слухачів цього спецкурсу випускний іспит в АМСУ з німецької мови склали на “відмінно”, ще 4 % – на “добре”.

Правильність, можливість і ефективність полімовної концепції в “немовному” вищому навчальному закладі підтверджують результати дослідно-експериментальної роботи, яка проводилася нами протягом 1997–2003 років серед курсантів правового, економічного й технічного факультетів АМСУ 1997–99 років набору. Загальна кількість учасників цього експерименту – 162 курсанти.

Перша дослідно-експериментальна робота складалася з двох частин: 1) констатуючого короткотермінового експерименту; 2) формуючого експерименту.

Метою констатуючого експерименту був аналіз рівня комунікативної компетенції курсантів першого курсу АМСУ за результатами їх вступних іспитів з української та іноземної мов. Ця вибірка здійснювалася на основі аналізу оцінок лише тих груп, які дали



брали участь у формуючому експерименті.

Метою формуючого експерименту було вивчити зміни в рівні знань, умінь з першої і другої іноземної мови, зміни у ставленні до вивчення мов, а також визначити загальний рівень мовної компетенції в експериментальних і контрольних групах.

Перший етап – вступні іспити з рідної та іноземної мов. Уже на вступних іспитах до АМСУ ставилося завдання відібрати тих із вступників, які продемонструють високий рівень мовної компетенції як передумову і складову професійно орієнтованої комунікативної компетенції. Сам факт того, що два вступних іспити до АМСУ з трьох є іспитами з мов (українська й іноземна), свідчить про те велике значення, яке надається мовам як у подальшій практичній діяльності митника, так і в системі освіти митної служби.

Нами були розроблені й опробовані на вступних іспитах до АМСУ у 1998, 1999, 2001 роках критеріально орієнтовані тести з німецької мови, до того ж у 1998 і 1999 роках нами розроблена загальна концепція вступних тестів з іноземних мов: це тести вміння і навичок. Валідність і надійність тестів забезпечувались рівнем програми для вступників до вищих навчальних закладів України. Критеріально орієнтовані тести визнані нами кращими, ніж нормативно орієнтовані у зв'язку з поставленою метою: показати, що вступник знає і вміє, а тим самим визначити обсяг програмних знань, якими він володіє.

Так, наприклад, за результатами вступних іспитів з української мови у 1999 році оцінку “добре” отримали 30,7 % вступників, а решта 69,3 %, які пройшли за конкурсом, отримали оцінку “задовільно”.

Результати вступних іспитів не завжди є відображенням справжніх об'єктивних даних щодо рівня підготовки абітурієнтів і це вимагає посиленої уваги викладачів мовних кафедр до роботи з ними щодо підвищення загальномовного рівня та удосконалення комунікативної

компетенції. На цьому етапі важливим є мотивація навчання, особистість викладача, його підходи, форми і методи роботи. Уже в першому семестрі 38,8 % з цих курсантів на диференційованому заліку з української мови отримали оцінку “відмінно”, 55,6 % – “добре” і лише 5,6 % – “задовільно”.

Аналізуючи рівень знань з різних мов і ставлення до них, можна припустити, що більшість респондентів мають приблизно однаковий рівень комунікативної компетенції з усіх мов, але слід мати на увазі різні вимоги, окреслені навчальною програмою, тобто різний рівень знань і вмінь для першої і другої іноземних мов.

Далі нами проводився експеримент у групах курсантів, де англійська мова є першою іноземною, а німецька – другою. Загальна кількість учасників цього експерименту – 162 курсанти, але нами було проаналізовано лише результати тих респондентів, роботу яких можна дослідити у тривалій динаміці, тобто курсантів 3 – 4 курсів. Кількість таких респондентів – 108 чоловік.

Слід зазначити ще раз те, що мовам як предметам в навчальних програмах Академії відводиться багато часу. Так, перша іноземна мова з 1997 до 2002 року вивчалася протягом восьми семестрів, а з 2003 буде вивчатися протягом дев'яти семестрів. Другій іноземній мові відводиться п'ять семестрів. В Академії надано також можливість факультативно вивчати третю й четверту іноземні мови.

Далі у таблиці 12 наведені дані порівняльного аналізу результатів, отриманих респондентами у різних експериментальних групах, за характером їх навчальної роботи.

**Порівняльна характеристика результатів респондентів у різних експериментальних групах за характером їх навчальної роботи**

Характер навчальної роботи респондентів	Експериментальні групи техн. ф-ту	Експериментальні групи екон. ф-ту	Експериментальні групи юрид. ф-ту	Контрольні групи
1. Українська мова (рідна)	“5” - 38,5 % “4” - 61,5 %	“5” - 63,6 % “4” - 27,3 % “3” - 9,1 %	“5” - 51,1 % “4” - 44,7 % “3” - 4,2 %	“5” - 38,9 % “4” - 55,5 % “3” - 5,6 %
2. Англійська мова (перша іноземна)	“5” - 46 % “4” - 54 %	“5” - 27,3 % “4” - 45,4 % “3” - 27,3 %	“5” - 36,6 % “4” - 49,7 % “3” - 13,7 %	“5” - 22,2 % “4” - 50 % “3” - 27,8 %
3. Німецька мова (друга іноземна)	“5” - 38,5 % “4” - 46,2 % “3” - 15,3 %	“5” - 36,36 % “4” - 27,3 % “3” - 36,36 %	“5” - 37,5 % “4” - 36,8 % “3” - 25,7 %	“5” - 5,5 % “4” - 44,5 % “3” - 50 %

Експериментальні групи технічного факультету, спеціальність “Комп’ютерні технології”, не лише підтвердили наше припущення, але й показали більш високі результати: 7 % склали міжнародний іспит з німецької мови (другої) на рівні вимог до основної мови; 23 % продемонстрували під час навчання стійку тенденцію зростання: удосконалення комунікативної компетенції. Цей факт можна пояснити, на наш погляд, високою самомотивацією групи й правильними акцентами у мотивації викладачів. Самомотивація передбачає як установку на глибокі, широкі знання, тобто на знання, що ведуть до успіху, так і розуміння вимог сучасної соціально-економічної ситуації. 100 % респондентів з англійської та української мов, які є необхідними для програмістів, їх професійно орієнтованої комунікативної компетенції, і належать до їх кваліфікаційних вимог, склали іспити на “відмінно” й “добре”. Що стосується німецької мови, тут, на наш погляд, первинним була мотивація, що йшла від викладача, і була пов’язана з розширенням їх професійних можливостей, а не самомотивація. Тому й результати дещо гірші,

порівняно з іншими мовами (з'явилося вже 15,3 % тих, хто має оцінку “задовільно”). На нашу думку, високі результати з двох перших мов дають підстави стверджувати, що причиною задовільної оцінки з третьої мови є не здібності респондента, а саме недостатня самомотивація.

Це ж припущення підтверджують результати на двох інших факультетах, де володіння рідною мовою на достатньому рівні є обов'язковим, належить до кваліфікаційних вимог, а знання іноземної мови бажане. Якраз самомотивація і мотивація, що закладається викладачем, коли він окреслює межі можливостей за обраною спеціальністю, що значно розширюються завдяки володінню мовами, є причиною вищенаведених у таблиці результатів (з усіх мов є відсоток задовільних оцінок, який з обох іноземних мов є дуже значним). Так, економічний факультет з української мови показав 9,1 % задовільних оцінок, а з англійської й німецької мов цей відсоток значно збільшився: 27,3 % і 36,36 % відповідно. Така ж тенденція простежується у контрольних групах, де питанню мотивації розвитку професійно орієнтованої комунікативної компетенції не приділяється значної уваги (з іноземних мов у значній кількості респондентів комунікативна компетенція розвинута посередньо і становить 27,8 % для англійської мови та 50 % для німецької мови). У той же час для рідної мови цей відсоток дорівнює лише 5,6 %. Слід зазначити і такий момент: у контрольних групах за останні місяць – півтора перед іспитами з англійської і німецької мов помічено тенденцію підвищення інтересу до мов (у 27,7 % респондентів з англійської мови, 38,8 % – з німецької мови). Тут простежується вплив бажання мати високу оцінку для того, щоб у дипломі під час працевлаштування не було оцінок, нижчих від їх можливостей. Тобто це результат короткотермінової цільової самомотивації. Що стосується юридичного факультету, з рідної мови відсоток задовільних оцінок становить 4,2 %, а з англійської і німецької мов – 13,7 % і 25,7 %,

відповідно, це дещо менше, ніж на економічному факультеті. Можна припустити, що це обумовлено, певною мірою, специфікою юридичного факультету як суто гуманітарного, тобто курсантам цього факультету мови даються порівняно легше, ніж курсантам інших факультетів.

На наш погляд, усі отримані дані свідчать про значну роль, яку має мотивація для процесу розвитку комунікативної компетенції. У разі короткотермінової цільової мотивації вона позитивно впливає на рівень знань, коли ж ця мотивація довгострокова, змотивована викладачем і усвідомлена, прийнята курсантом, то йдеться вже про рівень сформованості комунікативної компетенції.

Аналізуючи сумарні результати контрольних і експериментальних груп за характером навчальної роботи курсантів (рідна, перша і друга іноземна мови), можна відзначити, що відсоток оцінок “відмінно” з усіх мов в експериментальних групах значно вищий, ніж у контрольних групах. Незважаючи на те, що відсоток задовільних оцінок в експериментальних групах зафіксовано як для рідної (4,4 %) мови, так і для першої й другої іноземної (13,7 % – для англійської, 25,8 % – для німецької), з усіх предметів він є значно нижчим, ніж в контрольних групах (табл. 13), що вказує на недостатню ефективність роботи викладача і середовища щодо мотивації, щодо зміни стереотипів відносно ролі професійно орієнтованої компетенції, які укріпилися у свідомості населення і на перший план висувають точні науки.

Отже, розуміючи комунікативну компетенцію як цілісне утворення, ми розглядаємо її як модель, що визначається рядом складових, а саме: знаннями і досвідом з рідної та іноземних мов.

Проведення цієї дослідно-експериментальної роботи з формування комунікативної компетенції дало можливість дослідити результати її сформованості порівняно із загальним рівнем даної компетенції і масової практики.

**Порівняльна характеристика результатів контрольних і експериментальних груп**

Характер навчальної роботи (предмет)	Експериментальні групи (сумарно)	Контрольні групи (сумарно)
1. Українська мова (рідна)	“5” - 51,1 % “4” - 44,5 % “3” - 4,4 %	“5” - 38,9 % “4” - 55,5 % “3” - 5,6 %
2. Англійська мова (перша іноземна)	“5” - 36,6 % “4” - 49,7 % “3” - 13,7 %	“5” - 22,2 % “4” - 50 % “3” - 27,8 %
3. Німецька мова (друга іноземна)	“5” - 37,45 % “4” - 36,76 % “3” - 25,8 %	“5” - 5,5 % “4” - 44,5 % “3” - 50 %

Якщо в експериментальних групах високий рівень сформованості комунікативної компетенції було зафіксовано у 41,72 % курсантів, то в контрольних групах – 35,2 %. Достатнім рівнем комунікативної компетенції оволоділи 43,7 % курсантів експериментальних груп і 50 % курсантів виявили такий самий рівень у контрольних групах. Таким чином, у цілому курсантів з високим і достатнім рівнями комунікативної компетенції в експериментальних і контрольних групах виявилася майже однакова кількість (42,7 % і 42,6 % відповідно). Але той факт, що в експериментальних групах відсоток респондентів з високим рівнем значно вищий, ніж у контрольних групах, підтверджує наше припущення відносно вагомості ролі мотивації у процесі формування комунікативної компетенції.

Однак сформувати цю компетенцію в усіх курсантів експериментальних груп на високому і достатньому рівнях не вдалося. В експериментальних групах у певної частини курсантів залишився низький рівень сформованості комунікативної компетенції (14,6 %). Але, порівняно з контрольним масивом (27,8 %), цих курсантів виявилось в 1,9 раза менше. Набутий досвід нам дозволив зробити керування процесом

формування комунікативної компетенції більш конкретним та індивідуалізованим, беручи до уваги роботу з експериментальними групами.

Наступна ідея, яка була нами висунута і перевірялася, – це наявність високого рівня залежності між комунікативними вміннями, яким приділяється більша і свідома увага з боку тих, хто навчається, і професійно орієнтованими навичками та вміннями, до яких, насамперед, респонденти відносять навички розумової аналітичної роботи.

Аналіз співвідношень досліджуваних комунікативних умінь дозволив дати порівняльну характеристику рівнів сформованості різних комунікативних умінь з німецької мови (зробити переклад тексту з іноземної мови, виконати граматичний тест, дати усну анотацію незнайомого тексту, провести бесіду на задану тематику), які є складовою професійно орієнтованої іншомовної компетенції курсантів АМСУ (табл. 14).

Аналізуючи отримані результати, можна побачити, що респонденти з експериментальних груп, де викладачем був зроблений акцент на рівень комунікативної компетенції як передумову і складову службової кар'єри, досягнення престижної посади, досягнення матеріального становища, демонструють високі показники саме в питаннях, які явно пов'язані з майбутньою професійною діяльністю (на "відмінно" зробили анотацію — це демонстрація рівня володіння навичками розумової роботи - 53,5 % , переклали текст за фахом 62,5 %, провели бесіду 37,5 %). Граматика не входить у пріоритетні аспекти курсантів. Високі показники тут мала приблизно однаково невелика кількість респондентів як експериментальних (12,2 %), так і контрольних груп (11,1 %). Порівняно з контрольними групами, де з двох аспектів був сталий відсоток незадовільних оцінок (переклад тексту – 5,5 %, бесіда – 5,6 %), в експериментальних групах з пріоритетних аспектів жоден респондент не отримав незадовільну оцінку.

**Порівняльна характеристика рівнів сформованості комунікативних умінь курсантів АМСУ з німецької мови**

Комунікативні вміння (1)	Експериментальні групи (2)	Контрольні групи (3)
1. Переклад тексту	“5” - 62,5 % “4” - 28,4 % “3” - 9,1 %	“5” - 27,8 % “4” - 50,0 % “3” - 16,7 % “2” - 5,5 %
2. Граматичний тест	“5” - 12,2 % “4” - 49,0 % “3” - 34,2 % “2” - 4,6 %	“5” - 11,1 % “4” - 11,1 % “3” - 77,8 %
3. Анотація тексту	“5” - 53,5 % “4” - 28,4 % “3” - 18,1 %	“5” - 27,8 % “4” - 55,5 % “3” - 16,7 %
4. Бесіда	“5” - 37,5 % “4” - 24,5 % “3” - 38,0 %	“5” - 0 % “4” - 55,5 % “3” - 38,9 % “2” - 5,6 %

Однією із звичних форм аудиторної роботи при навчанні мови є робота над граматиною. Саме цей фактор звичності став передумовою відсутності в контрольних групах. У поєднанні з низькою мотивацією ми отримали інший результат: дуже високий відсоток просто задовільної оцінки (77,8 %) і дуже малий відсоток хороших (“5” – 11,1 %; “4” – 11,1 %).

У зв’язку з власною градацією соціальних цінностей, до яких частка наших респондентів відносить досягнення престижної посади як результат належної освіти, а також завдяки мотивації, яку спрямовано закладав викладач, 29,2 % респондентів з експериментальних груп бажають скласти міжнародний іспит на сертифікат інституту ім. Гете. Але, на нашу думку, мотивація, що сформована викладачем, відіграє у цьому вирішальну роль, бо в контрольних групах не виявилось жодного такого бажаючого.



Цікавою виявилася не тільки наступна нова технологія, яка впроваджувалася – формування груп з першої (для АМСУ) іноземної мови на основі гарних показників з іншої (англійської) іноземної мови, яка вивчалася у школі, – але і її показники.

У ці групи 2001 року набору потрапили курсанти, які англійську мову як вступний іспит склали на “відмінно” і “добре”, а також курсанти (як експеримент) з шкільними задовільними оцінками з другої іноземної мови, яку вони вивчали у школі/ліцеї. Кількість респондентів – 40 курсантів.

Таблиця 15

Експериментальна група 1 (нім. мова)		Експериментальна група 2 (фр. мова)		Експериментальна група 3 (нім. мова)	
1-а сесія	3-я сесія	1-а сесія	3-я сесія	1-а сесія	3-я сесія
“5” - 86,6 %	“5” - 73,3 %	“5” - 33,3 %	“5” - 0 %	“5” - 46,2 %	“5” - 38,4 %
“4” - 6,7 %	“4” - 13,3 %	“4” - 41,7 %	“4” - 66,7 %	“4” - 53,8 %	“4” - 30,8 %
“3” - 6,7 %	“3” - 13,3 %	“3” - 25,5 %	“3” - 33,3 %	“3” - 0 %	“3” - 30,8 %

Що стосується аналогічних груп набору 2002 року (20 респондентів), то можна вказати на позитивні показники за результатами першої сесії першого року навчання, але дослідити динаміку ще немає можливості. Менша кількість респондентів обумовлена зменшенням контингенту набору.

Аналізуючи їх навчання у першому півріччі, можна припустити, що групи мають добру базу, а саме високий рівень загальної комунікативної компетенції (з рідної, спорідненої і першої іноземної мов), добре змотивовані на вивчення іншої іноземної мови і працюють на хвилі ентузіазму після вступу до Академії. Саме тому у групах великий відсоток високих оцінок: “5” – 50 % і 37,5 % (у першій і другій групах відповідно),

“4” – 50 % і 37,5 % (у першій і другій групах відповідно). Задовільну оцінку мають лише 12,5 %, до того ж лише в одній групі (другій), і 12,5 % у тій самій групі мають незадовільну оцінку. Слід зазначити, що це респонденти, які вивчали французьку мову як другу іноземну до вступу у вищий навчальний заклад і також мали низьку оцінку.

Таким чином, здобуті результати дають право такі зміни в технології навчання віднести до актуальних тенденцій у розвитку системи комунікативної підготовки митників.

### **3.2.1. Програма і зміст навчання іноземної мови в Академії митної служби України**

Логіка укладання навчальних програм і планів та наукового дослідження потребувала урахування наукових розробок щодо концептуальних підходів до навчання вербальної комунікації, які існують у вітчизняній та іноземній лінгводидактиці. Так, Вишняков С.А. зазначив, що найбільш поширеними з них є індивідуалізація й активізація навчання, соціокультурна та комунікативна його направленість, взаємозв'язане і аспектне навчання видів мовленнєвої діяльності [7].

Специфіка спрямованості самоосвіти/самопідготовки відносно контингенту як курсантів, так і фахівців митної служби полягає в актуалізації самоосвіти/самопідготовки як важливого засобу адаптації і включення в ритм напруженої професійної діяльності з метою концентрації зусиль на оволодінні професійно орієнтованими комунікативними вміннями. Процес включення курсантів і фахівців до активної позиції щодо мобілізації внутрішніх потенційних резервів особистості, спрямованих на звикання до нових умов життєдіяльності й засвоєння навчальної програми, обумовлений професійно-психологічними, індивідуально-віковими особливостями, а також

характером міжособистісних відносин.

Програма з іноземної мови для курсантів Академії передбачає комплексне навчання мови та забезпечення взаємозв'язку всіх різновидів мовленнєвої діяльності. Поєднання загальних аспектів мови єдиними вимогами здійснюється на основі ретельного добору тематики та мовного матеріалу. В основу навчання покладено принцип функціонального та комунікативно-діяльнісного підходів, які мають на меті розвинути та закріпити навички володіння іноземною мовою майбутніми митниками-професіоналами.

Тому змістом навчання є комунікативний напрямок сфери спілкування – навчально-професійна, суспільно-політична, соціально-культурна та соціально-побутова сфери. Під час навчання головна з них – навчально-професійна.

Основними напрямками навчання усного мовлення мають бути вимоги до стабільних знань, які реалізовуватимуться у вмінні вести бесіду як на загально-побутові теми, так і на виключно специфічні митні, як того потребує професійний обов'язок.

У плані аудіювання курсанти повинні розуміти монологічне та діалогічне мовлення у різних за рівнем офіційності ситуаціях спілкування під час безпосереднього контакту з представником іноземної країни, а також у звукозапису.

Курсанти повинні читати оригінальну художню літературу, а також тексти професійного спрямування, кваліфіковано використовуючи моніторинг інформації у практичній роботі митника.

Дуже важливим є продуктивне володіння писемним мовленням для оперативного використання під час виконання професійних функцій.

Кінцеві завдання навчання реалізуються у вигляді конкретних поетапних завдань і вирішуються частково або повністю протягом усього терміну навчання: навчального року, семестру, практичних занять, а також

під час консультацій та індивідуальних занять.

Програма включає професійну, суспільно-політичну, соціально-культурну та соціально-побутову тематики. Професійний аспект, зокрема, є профілюючим.

Програма передбачає формування комунікативно-професійної компетенції курсантів на базі вивчення таких тематичних блоків, як “Митниця” (з урахуванням багатоаспектності її діяльності та функцій), ”Людина та суспільство”, “Міжнародне життя” та інші, дібрані на основі їх соціального значення у процесі комунікації та професійно-ділового спілкування.

Обсяг лексики, що має бути засвоєно, складає 3000 – 3500 лексичних одиниць, із котрих 700 – 800 становлять митну термінологію і 500 – 550 – суспільно-політичні та зовнішньоекономічні лексеми [98].

Курс практичної фонетики зорієнтований на вивчення закономірностей функціонування граматичних форм в усному та письмовому текстах. Виконання великої кількості комунікативно-спрямованих вправ сформує навички та вміння граматично правильного оформлення усного та писемного висловлювання (тексту). Врахована поступовість у зростанні складності у граматичних завданнях та вправах. Використовуються активні форми навчання (рольові та ділові професійно орієнтовані ігри), технічні засоби навчання та контролю (лінгафонний кабінет, графопроектор, відеозйомка тощо).

У процесі навчання практичні задачі пов’язані із завданнями гуманістичними. Це, перш за все, вдосконалення особистих якостей майбутнього митника та формування зацікавленості у самоосвіті. Тексти підручників, навчальних посібників, художніх творів та періодичних видань, які висвітлюють сучасне життя суспільства і, що дуже важливо, місце та значення митних органів у цьому житті, сприяють розширенню світогляду, розвитку мислення курсантів. Тут необхідна кореляція

принципів проблемного навчання і принципу комунікативної спрямованості, які є базовими у методології навчання вербальній комунікації. Твердження комунікативно-проблемного принципу навчання обумовлено переважним використанням у навчальному процесі послідовного рефлексу саморозвитку, тобто головної характеристики спільного процесу діяльності – її суб'єкта, а також важливістю стимулювання творчо-пошукової активності студентів залежно від їх реальних комунікативних потреб і посилення мотиваційних факторів цього навчання. Одним з таких факторів, що активно впливає на мовну підготовку курсантів, стала наша ідея залучити курсантів-стажистів до розробки і впровадження спецкурсів на німецькій мові за фахом. Жваву підтримку знайшла і така форма роботи, як факультатив “Німецька мова для професії”. Мотивація – можливість підготуватися і скласти міжнародний іспит з отриманням міжнародно визнаного сертифіката “Deutsch für den Beruf”, розвинути свою професійно орієнтовану іншомовну компетенцію.

Взаємообумовленість результативності самостійної діяльності курсантів і фахівців щодо формування комунікативних умінь і роботи над собою у плані розвитку особистісних якостей і сформованості самопрограмування раціональної послідовності у виборі навчальних курсів і дій, самоконтролю, процесу самостійної діяльності, самозвіту про її результати формують потребу й готовність у курсантів і фахівців у подальшому самовдосконаленні професійно-комунікативної компетенції, що є головним і вирішальним підсумком їх мовної підготовки в умовах навчання в системі неперервної професійної освіти.

Необхідним компонентом навчання є інформація та певні культурологічні знання про країни, мова яких вивчається.

Значна увага приділяється постійному контролю мовленнєвих навичок курсантів у всіх різновидах мовленнєвої діяльності – поточній,

проміжній та підсумковій – з використанням як традиційних форм навчання (контрольні роботи, семестрові диференційні заліки та екзамен у VIII семестрі для 1-ої мови і у VII семестрі для 2-ої мови), так і нетрадиційних (бесіди, професійно орієнтовані ділові ігри, конференції, олімпіади та конкурси на краще знання мови тощо).

Програма вивчення іноземних мов у АМСУ передбачає також підвищення ефективності процесу навчання за рахунок використання прийомів та елементів інтенсивних методів, різноманітних сучасних форм роботи в аудиторії та лінгафонному кабінеті, проведення групових та індивідуальних консультацій. Це має сприяти повсякчасній реалізації принципу професійної орієнтації навчання та формуванню професійно важливих умінь спілкування іноземною мовою.

Навчання іноземних мов має включати обов'язкове та широке використання сучасних технічних засобів. Але слід зазначити недостатнє використання Інтернет-можливостей, мультимедійних програм. Курсанти ведуть пошук інформації в Інтернеті, але це стосується, насамперед, рідномовних серверів. Коли їх рівень володіння іноземною мовою дає можливість вільно спілкуватися, їх у цей час вже цікавить інформація, яка, по-перше, пов'язана з суто професійною митною тематикою, а такої в Інтернеті мало, а по-друге, з можливістю отримання індивідуальних грантів на стажування або науково-дослідну роботу за фахом. Ці можливості також обмежені. Що стосується мультимедійних програм з удосконалення іноземних мов дорослими, то вітчизняний освітянський ринок ними ще не насичений, а з митної тематики, за нашими даними, вони відсутні взагалі.

### **3.3. ІНОЗЕМНІ МОВИ В СИСТЕМІ ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ МИТНОЇ СЛУЖБИ**

Зміст навчання і методичні підходи до навчання іноземних мов співробітниками Держмитслужби України базуються на загальних вимогах до працівників з використання мов у професійній діяльності, які відображені у багатьох нормативних документах ДМСУ. Але, на нашу думку, положення про кваліфікаційний іспит [79], що було розроблено творчою групою Академії у 1998 році (до її складу входив і автор) заклало нові підходи і серйозне ставлення до іноземних мов у митній системі. Згідно з наказом Голови Державної митної служби України № 767 від 26 грудня 2000 р. “Про складання галузевих кваліфікаційних іспитів” [107] співробітники повинні показати систематизовані знання. Очікується, що вони глибоко розуміють граматичні основи даної іноземної мови, мають певний лексичний запас як загальноживаних слів та виразів, так і специфічних професійних термінів.

Співробітникам під час галузевого іспиту необхідно показати не тільки деякі навички мовленнєвої практики, але вже сформоване вміння користуватися іноземною мовою у практичній діяльності: читати та перекладати оригінальні тексти за фахом, грамотно писати та розуміти іноземний текст на слух (аудіювання), вести діалог спонтанно та вміти підготувати монологічне висловлювання (наприклад, попередньо виконане завдання з розповіддю про себе, свою роботу і т. п.).

Кожне з завдань оцінюється окремо. У разі невиконання хоча б одного з них (наприклад, відмова слухача або незадовільна оцінка) екзамен не зараховується і результати всіх інших завдань анулюються.

Письмовий іспит складається з трьох питань:

1. Письмовий переклад тексту за фахом з іноземної мови на рідну із словником. Обсяг тексту – 1200 друкованих знаків (45 хвилин).

2. Письмовий переклад тексту на професійну тему з української мови з урахуванням вимог до володіння мовою, які ставить ДМСУ перед своїми співробітниками, кваліфікаційний іспит складається з двох частин: письмової та усної форми і оцінюється за 5-бальною шкалою за підсумками усіх виконаних завдань. Обсяг тексту для перекладу на іноземну мову із словником – 600 друкованих знаків (30 хвилин).

3. Граматичний тест: вибрати потрібне слово (або словосполучення) з декількох запропонованих так, щоб речення було граматично та синтаксично правильним (20 речень). Завдання виконується без словника 25 хвилин.

На підготовку 1 – 3 питань відводиться в цілому 100 хвилин. Норма часу на перевірку однієї роботи 0,5 години.

Орієнтовна оцінка завдання:

“5” (п’ять) балів одержує той, хто виконав переклади правильно, показав повне розуміння змісту тексту, адекватно переклав специфічні для даної іноземної мови граматичні звороти, лексичні та синтаксичні особливості, але допустив у тесті одну – дві помилки.

“4” (чотири) бали виставляється за наявності 2 – 3 негрубих помилок, котрі не позначились в цілому на правильному розумінні текстів, але мають певні лексичні та граматичні неточності, а також допущено 2 – 4 помилки у граматичному тесті.

“3” (три) бали виставляється у разі допущення 5 – 7 негрубих помилок у текстах, що перекладаються, або мають неповний переклад речень. При цьому переклади мають бути виконані не менше ніж на 80 %. У граматичному тесті допускаються 6 – 7 помилок. В інших випадках завдання оцінюються на 2 (два) бали.

Усний іспит складається з трьох питань:

1. Короткий переказ змісту прослуханого (аудіювання) оригінального художнього або країнознавчого тексту 3 – 4 хвилинного



звучання; бесіда за його змістом на іноземній мові. Текст прослуховується 3 рази.

2. Усна анотація газетної (або журнальної) оригінальної статті (2000 – 2500 друкованих знаків) та бесіда за її змістом на іноземній мові.

3. Індивідуальна бесіда на професійну тему (час на підготовку цього завдання не передбачається).

З першого питання контролюється розуміння прослуханого, вміння оцінити та передати своє враження відповідно до норм іноземної мови. На осмислення прослуханого тексту відводиться 5 хвилин з подальшим перекладом змісту тексту або відповіддю на поставлені до тексту 3 – 5 питань.

Орієнтовна оцінка завдання:

“5” балів виставляється за правильне розуміння змісту тексту при 1 – 3 негрубих мовленнєвих помилках.

На “4” бали оцінюється відповідь у цілому з правильним розумінням змісту тексту та не більше ніж з 3 – 4 негрубими мовленнєвими помилками. Коли допущені 4 – 5 мовленнєвих помилок та поверхово викладено зміст тексту, виставляється “3” бали. Повне нерозуміння змісту тексту та неспроможність його переказу оцінюється “2” балами.

На друге завдання відводиться 10 хвилин. Контролюється уміння зрозуміти зміст статті, уміння узагальнювати інформацію, відповісти на зустрічне, уточнююче зміст питання викладача.

Орієнтовна оцінка завдання:

“5” балів виставляється за повне розуміння змісту статті, уміння виділити головну думку та висловити її адекватними мовними засобами. Допускаються 1 – 3 незначні мовленнєві помилки.

“4” бали виставляються при правильному, але не повному розумінні змісту статті (не менше ніж 80 %), під час переказу допускаються 3 – 4 мовленнєві помилки.

”3” бали виставляються при розумінні 60 % змісту статті, поверхневому переказі та за наявності 5 – 6 помилок у висловленні своєї думки (граматичних або лексичних).

“2” бали виставляються за розуміння 50 % відсотків змісту статті, невміння правильно передати її зміст своїми словами без помилок, котрі порушують граматичну та лексичну логіку висловлювання в цілому.

Бесіда проводиться наприкінці іспиту і передбачає обговорення основних професійних обов’язків співробітника у митній системі: стаж, кваліфікація, повсякденна робота, обґрунтування необхідності використання іноземної мови і т. ін. На бесіду відводиться 5 – 7 хвилин. Контролюється уміння вести бесіду за безпосереднім профілем роботи співробітника, володіння професійною лексикою у межах своєї компетенції. Оскільки питання може бути частково підготовлене, особлива увага звертається на норми іноземної мови, наближення до природного темпу мови і т. ін.

#### Орієнтовна оцінка завдання:

Під час бесіди викладач самостійно визначає рівень мовленнєвої підготовки співробітника, спираючись на підсумки попередніх завдань, урахуваючи реакцію на зустрічне запитання, вміння будувати підготовлене та непідготовлене монологічне висловлювання, вести діалог, бере до уваги вимову та інтонацію мови тощо. Норма часу на опитування одного співробітника – 45 хвилин.

Під час проведення письмового та усного іспиту дозволяється користуватись словниками, але в обмеженій кількості: загальний час користування не повинен перевищувати 30 хвилин за весь період іспиту. Іспит проводиться за один день.

Успішне складання іспиту дає право співробітнику митної служби отримувати грошову надбавку за знання та використання іноземної мови у професійній діяльності відповідно до “Порядку вивчення працівниками

митних органів України іноземних мов, виплати грошової надбавки за володіння ними та використання їх у роботі” [106].

Процес пошуку нових форм і методів навчання без відриву від роботи триває постійно: удосконалюються методичні посібники, розробляються навчальні посібники, тестові завдання. З 1998 р. Академією для працівників митних установ започатковано дистанційну форму підготовки до кваліфікаційного іспиту з іноземних мов. АМСУ постійно обговорює з Управлінням кадрами Держмитслужби методичне забезпечення іспитів з іноземних мов. В Академії у 1998 р. розроблено методичні рекомендації щодо підготовки до галузевих іспитів з німецької, англійської, французької мов [108; 109; 110]. У 2002 р. на виконання наказу Державної митної служби України від 04.01.2002 № 8 з метою удосконалення мовної компетенції фахівців митної служби в системі самоосвіти фахівцями АМСУ підготовлено нову загальну редакцію – “Методичні вказівки щодо підготовки та проведення іспиту з іноземної мови для співробітників митної служби” та “Методичні вказівки для викладачів щодо організації та проведення іспиту з іноземної мови для співробітників митної служби” [111; 112]. Методичні вказівки щодо складання іспитів знаходяться на ftp сервері: 191.10.11.40/UPLOAD/AMSU, що є першими кроками відпрацювання дієвої системи дистанційного консультування і навчання в системі підвищення кваліфікації.

Але досвід роботи вказав на деякі недоліки, які слід ще доопрацювати. Так, у зазначених методичних вказівках (2001 р.) відсутні матеріали практичного характеру (тексти, діалоги, граматичні вправи, глосарій з лексикою митного спрямування тощо). В “Орієнтовному переліку навчальної літератури для підготовки до іспиту” подана література загального характеру, відсутня література митного спрямування, розробки та посібники АМСУ [106].

Крім того широко не використовується можливість розміщення

методичних і навчальних матеріалів на web-сервері, який значно покращив би підготовку співробітників митних органів до іспитів.

Таким чином, робота щодо вдосконалення методичного забезпечення іспитів з іноземних мов буде продовжуватись. Її виконання передбачено п. 6.6. Заходів з виконання Програми вдосконалення кадрового забезпечення митних органів (наказ від 11.02.2002 № 83) [113].

З метою удосконалення мовної підготовки працівників митних установ у 1998 р. в Академії була також розроблена “Програма з іноземних мов для слухачів факультету післядипломної освіти АМСУ”, яка, на жаль, за браком коштів була загальмована Управлінням кадрами ДМСУ. Згідно з програмою основними формами навчання мали стати аудиторна робота в обсязі 72 години/2 тижні і самостійна робота в обсязі 28 годин/2 тижні. Усього 100 навчальних годин протягом місяця. Самостійна робота передбачалася як пакет навчально-методичних завдань, який слухачі одержують не пізніше ніж за місяць до початку очних аудиторних завдань. Кількісні і якісні показники за результатами галузевих іспитів підтверджують стійкий інтерес до іспитів і потребу в навчально-методичних матеріалах, які допомогли б у процесі підготовки.

Далі ми наводимо статистичні дані і наші висновки щодо результатів кваліфікаційних іспитів за 2000, 2001, 2002 роки.

Іспити 2000 року проходили за дві сесії. В них брали участь 226 чол. (100 %), із них жінки становили 68 чол. (30 %). Контингент тих, що випробовувались як в зимову, так і в літню сесії був дуже сильний. Так, під час іспиту “відмінно” отримали 50,4 % від загальної кількості, і ще 42,9 % мали оцінку “добре”. Слід вказати на дуже низький відсоток посередніх оцінок (“3” – 0,9 %) і відсіву, а саме: лише 0,13 % були оцінені на “незадовільно”. Цей факт можна пояснити тим, що в іспитах, перш за все, брали участь дві категорії: 1) ті, хто працює на кордоні і спілкується цією мовою під час виконання своїх службових обов’язків (59,2 %, до того

ж вона часто є їх рідною мовою); 2) ті, хто нещодавно закінчив навчання, і мова ще свіжа (7,9 %) або ті, хто має вищу освіту за мовною спеціальністю (2,2 %), а тим самим мають ґрунтовні знання з мови. Важливо зазначити, що саме ця категорія серйозно ставиться до підготовки до іспиту.

Проведений нами аналіз показав, що значна кількість респондентів складає англійську мову (32,3 %), яку вони вивчали раніше, і чий статус як мови зовнішньоекономічних відносин дуже високий, або мову прикордонної держави. До цих мов слід віднести, перш за все, польську, угорську, чеську, румунську, словацьку. У 2000 році відсоток митників, які склали іспит на володіння саме цими мовами, становив 59,2 %, що все ж таки перевищує кількість респондентів, які склали англійську мову.

За всі роки відзначається сталий незначний відсоток фахівців (0,8 %), які складають рідкісні мови, такі як перська, турецька, арабська, фарсі, іспанська. Ця статистика вказує на те, що, по-перше, ці мови не є основними мовами зовнішньоекономічних відносин; по-друге, що фахівці, які мають високий рівень іншомовної компетенції з цих мов, у митній службі України є.

У 2001 році була призначена одна літня сесія, в якій заявили взяти участь 197 чол. Склали ж іспит всього 145 чол., інші не з'явилися на іспит через хворобу, недостатню підготовку або з виробничих причин. На жаль, їх відсоток дуже великий (26,4 %). Із учасників іспиту оцінку “відмінно” отримали 57,2 %, “добре” – 34,48 %, “задовільно” – 4,8 %, а не склали іспит 0,3 %. Ця статистика дещо гірша порівняно з минулим роком.

Що стосується мов, які склалися у 2001 році, то помітно, що їх спектр значно розширився. Усі мови, з яких у цьому році приймався іспит, наведені далі з урахуванням кількості респондентів з кожної мови:

- англійська – 37 %,
- угорська – 16,8 %,
- румунська – 11,8 %,

французька – 7,3 %,  
німецька – 7 %,  
словацька – 4,6 %,  
польська – 5 %,  
іспанська – 4 %,  
чеська, болгарська – по 1,5 %,  
португальська, японська – по 1 %,  
китайська, арабська, турецька – по 0,5 %.

Іншою позитивною тенденцією виявилася та, що 4,8 % респондентів склали іспит, і тим самим підтверджували свій високий рівень іншомовної комунікативної компетенції, одразу з двох іноземних мов. Слід зазначити, що у цій парі мов лише в 14,2 % респондентів не йдеться про англійську мову, а у 83,8 % пари мали такі співвідношення: 1) англійська + друга іноземна, що вивчалася в “мовному” вищому закладі, де отримували вищу освіту нинішні митники (німецька, французька, японська, китайська); 2) англійська + мова прикордонних країн (чеська, польська). Цей факт підтверджує нашу думку стосовно значної уваги, яку фахівці митної служби приділяють підтримці та удосконаленню свого рівня комунікативно-професійної іншомовної компетенції.

У 2002 році складало іспит 153 чол., хоча бажаних за поданими з митниць списків було 190 чол., тобто 19,4 % на іспит не з'явилися з різних причин. Оцінку “відмінно” отримали 58,2 %, “добре” – 33,9 %, “задовільно” – 4,6 %. Не склали іспит 3,7 %. Серед респондентів цих груп жінки становлять 22,87 %, з фаховою мовною підготовкою – 9,2 %. У цьому році дві іноземні мови склали 9,2 % респондентів.

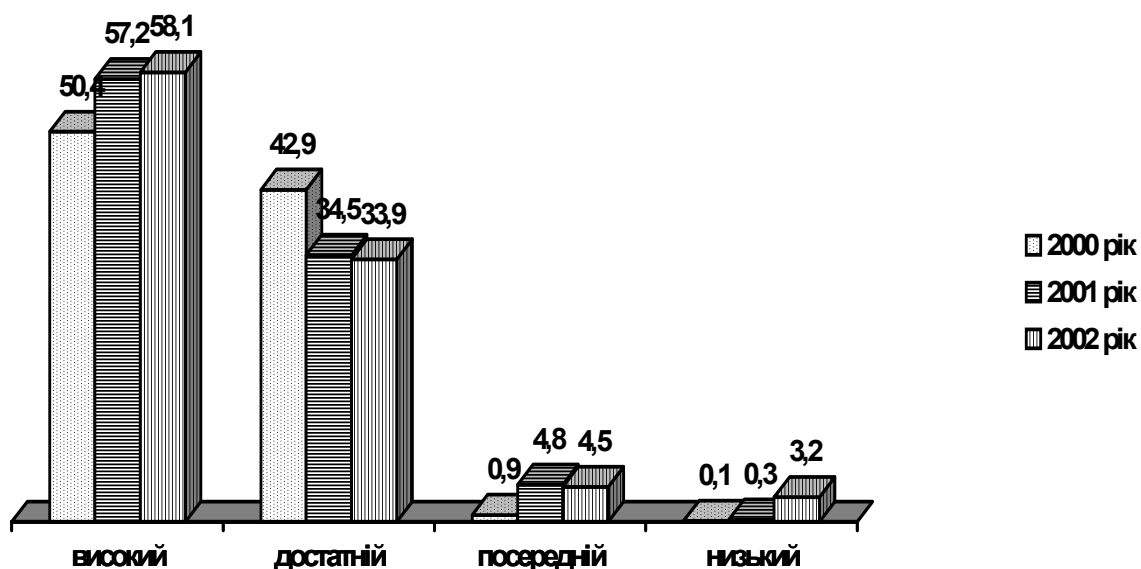
Цікавим є той факт, що 25,5 % становлять фахівці передпенсійного віку, що вказує на дієву систему заохочень у митній службі навіть перед виходом на пенсію. Наступним моментом, який заслуговує на увагу, слід назвати проведені при Вадул-Сіретській і Придунайській митницях курси

з іноземних мов. Як і в попередні роки, налічується значна кількість респондентів (52,9 %), які складають на іспиті мову прикордонної країни, а також тих, хто нещодавно закінчив вищий навчальний заклад і мова ще активна (6,5 %).

Таким чином, можна прослідкувати рівні сформованості іншомовної комунікативної компетенції фахівців митної служби (див. графік 1) і кореляцію вищезазначеної компетенції й соціально-економічних та професійних умов.

Графік 1

Рівні сформованості іншомовної комунікативної компетенції фахівців митної служби  
(показники 2000-2003рр. у %)



Що стосується кореляції вищезазначеної компетенції і соціально-економічних та професійних умов, то найбільш вагомим фактором виступає той факт, що мова, яка складається під час іспиту, є мовою прикордонної країни для 41,2 % – 59,2 % респондентів. Вони нею вільно і постійно спілкуються. Ще раз підкреслимо, що 25,5 % становлять фахівці передпенсійного віку, що вказує саме на соціально-економічні фактори як

заохочення до підтримки фахівцями свого рівня іншомовної комунікативної компетенції навіть перед виходом на пенсію. Далі прослідковується за роками від 2,2 % до 18,3 % респондентів з мовною освітою. Така розбіжність у цифрах пояснюється частотністю складання кваліфікаційного іспиту з мови: залежно від отриманої оцінки один і той же респондент складає іспит раз на два – три роки. Майже незмінним залишається щорічний відсоток респондентів (6,5 % – 7,9 %), які нещодавно закінчили вищий навчальний заклад і мають ще свіжі знання мови.

Таким чином, неможливо не відзначити вагомий вплив соціально-економічних та професійних умов на ставлення до кваліфікаційного іспиту і на рівень сформованості комунікативно-професійної іншомовної компетенції фахівців митної служби.

Навчальний процес в АМСУ на старших курсах і робота з працівниками митних органів з удосконалення мовної підготовки в цілому відповідає вимогам максимального наближення до практичної діяльності митника. Цей висновок підтвердили результати роботи, проведеної в АМСУ серед курсантів і фахівців із груп факультету післядипломної освіти, і цьому присвячений наступний розділ.

### ***3.4. РЕФЕРЕНТНА СИСТЕМА ПРОФЕСІЙНО ОРІЄНТОВАНОЇ ІНШОМОВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ (АНАЛІЗ ПРОЕКТУ OPEN SESAME)***

Новим підходом до оцінки рівня професійно орієнтованих знань з іноземних мов була участь у міжнародному проекті Open Sesame та аналіз його результатів, можливостей застосування для України.

Питання оцінювання комунікативних умінь з урахуванням вимог до них на кожному робочому місці мають сьогодні велике значення. Стала необхідною нова система тестування професійно орієнтованої мовної



компетенції. У даному розділі дається короткий опис проекту Open Sesame і представлені перші результати проведеної у його рамках нашої роботи. Розглядаються також можливі “за” і “проти” щодо критеріїв і умов оцінювання знань з іноземної мови фахівців митної служби в Україні.

Питання оцінювання комунікативних умінь привертають увагу не лише лінгвістів. Усе більше ці питання постають перед роботодавцями (державними органами, фірмами, іншими інституціями) та навчальними закладами, фахівцями з питань професійної освіти, бо саме їх завданням є підготовка кадрів і розробка критеріїв оцінювання професійно орієнтованої мовної компетенції відповідно до вимог кожного робочого місця. Саме цьому присвячений проект Open Sesame, у якому брали участь 8 країн Європейського союзу. Метою проекту було:

- допомогти роботодавцям оцінити та використати іншомовну компетенцію своїх робітників, тобто рівень володіння іноземною мовою, стосовно вимог різних сфер професійної діяльності;

- дати в руки працівникам інструмент, за допомогою якого вони змогли б оцінити, розвинути та перепроверити свою іншомовну компетенцію;

- надати можливість навчальним закладам краще задовольняти потреби роботодавців щодо випускників того чи іншого рівня [114].

Відповідно до поставленої мети продуктом проекту стали:

- всеосяжна референтна система, що розподілила вміння за ступенями, тобто за їх значенням для професійно орієнтованої комунікації;

- метод оцінки та сертифікації/тестування, який базується на виконанні завдань і оцінює іншомовну компетенцію відповідно до вимог індивідуальної сфери професійної діяльності.

Наш інтерес до проекту Open Sesame полягає у тому, що потреби часу, роботи ставлять перед професійною освітою завдання: розробити

таку систему оцінювання/тестування професійно орієнтованих іншомовних умінь, яка б узяла за основу критерії ступеневості та наступності вмінь, а також критерій пріоритетності тих з умінь, які є більш важливими для кожного робочого місця.

У цьому розділі подано авторський аналіз 1) проекту Open Sesame відповідно до потреб України і 2) авторського першого досвіду впровадження цього проекту в Україні. Зроблена спроба оцінки рівня професійно орієнтованих знань і умінь з іноземної мови на 2-х групах контингенту: курсанти Академії митної служби України і працівники митної служби, які використовують іноземну мову в роботі та отримують за це грошову надбавку.

Зрозуміло, що курсанти не є справжньою цільовою групою для апробації проекту, але розробники Open Sesame прийняли наші аргументи і дозволили не тільки провести груповий експеримент з оцінки рівня мовної компетенції за дескрипторами до офіційного їх опублікування, але й запропонували провести групове обговорення інтелектуальних продуктів проекту.

Чому нами обраний саме цей контингент? Насамперед, перші наші результати потрібні були міжнародній комісії протягом трьох тижнів для обговорення розробниками проекту під час підбиття підсумків роботи першого етапу. Ми вважали, що в цьому є сенс, але терміново провести цю роботу могли лише з контингентом курсантів. Далі, ті курсанти, які стали учасниками експерименту, вже два роки вивчають на заняттях з іноземної мови лексику за фахом, вони двічі проходили практику на митницях, тобто в основу групової роботи покладений власний курсантський, хоч ще і не достатній, професійний досвід щодо іншомовних умінь і комунікативних вимог на робочому місці.

Другою групою, що обговорювала проект, були працівники митниць, які в АМСУ склали кваліфікаційні іспити з іноземної мови. Усі

учасники групи є фахівцями, які у роботі активно використовують німецьку мову.

Групова робота проводилася з курсантами у грудні 2000 р. (2 групи), з фахівцями з митниць – у травні 2001 р. (1 група) і в травні 2002 р. (1 група).

Основне загальне посилення: необхідна наближена до вимог кожного робочого місця система тестування професійно орієнтованої мовної і мовленнєвої компетенцій. Система тестування на основі дескрипторів, розроблена групою виконавців проекту Open Sesame, може бути застосована також для митного дискурсу.

І раніше в Україні існували тести для визначення кваліфікації працівників митної служби з іноземних мов. Тестування проводилося у навчальних центрах Державної митної служби України, де були свої вимоги. З 1998 р. цей іспит проводиться в АМСУ, єдиному вищому навчальному закладі митної системи. Слід нагадати, що в Академії розроблені критерії й умови для проведення кваліфікаційного іспиту з іноземних мов для митників України, але критерії цієї оцінки до цього часу не є остаточними. З одного боку, за основу взяті вимоги вищої школи до кандидатських іспитів, а з іншого боку, існують потреби професійної діяльності. Протиріччя полягає в тому, що фахівці, які активно і плідно використовують іноземну мову в роботі, не бездоганно складають цей іспит добре, в той час як і фахівці, які регулярно активізують одне або декілька вмінь (говоріння, аудіювання, читання, розуміння), не завжди показують відповідно сталий рівень знань за всіма вміннями. Як результат, особа, яка вільно і без проблем спілкується іноземною мовою, може отримати при оцінюванні знань за умовами діючої екзаменаційної системи незадовільну оцінку. Саме тому, на нашу думку, наукові досягнення, результати реалізації проекту зможуть полегшити систему оцінювання іншомовної компетенції фахівців на робочому місці, бути корисними для України.

Зважаючи на вищенаведені думки, робочі групи були готові як відповідати на запитання розробників загального плану, так і проходити тестування з обговоренням вимог до володіння мовою, з урахуванням потреб свого робочого місця (чи місця практиканта).

Завданням наших робочих груп було: 1) познайомити зацікавлене коло науковців, викладачів, фахівців, студентів із проектом; 2) провести опитування їх думки і дати загальну оцінку проекту за запропонованими критеріями; 3) “приміряти” дескриптори для митного дискурсу.

Наш аналіз показав, що в основу нової у рамках проекту Open Sesame розробленої системи тестування й оцінювання покладено критерії ступеневості і наступності умінь, а також пріоритетності сформованості тих із них, які є більш важливими для виконання фахівцем своїх функцій на робочому місці (див. табл. 16). Такий підхід цілком має задовольнити потреби роботодавців і навчальних закладів, які готують і/або тестують фахівців.

### **Обговорення проекту**

Вступ і матриці проекту Open Sesame визначені всіма робочими групами як чіткі й ґрунтовні. Далі наводяться наші висновки щодо проекту за такими критеріями:

Необхідність/можливість використання: практично може використовуватися, дійсно корисна система навіть для інших категорій учнів (наприклад, студентів, які вже проходили практику за фахом).

Наочність: інструкції й анотації зрозумілі, вступ і матриці дають загальне уявлення про весь матеріал. Але є деякі зауваження до запропонованої методики аналізу іспиту “English for Business Purposes” (далі – ЕВР-іспит) [там же]. На жаль, ЕВР-іспит в Україні не дуже поширений. Тому дати йому характеристику у зіставленні з обговорюваною системою іспиту (тестування) робочі групи, з якими працював автор, не змогли. Ця робота могла б бути виконаною за

наявності в описі проекту інформації щодо критеріїв і умов проведення EBP-іспиту.

Обсяг: проектом охоплені всі значущі об'єкти. Що стосується базових матеріалів для планування курсів, то серед отриманих для обговорювання та оцінювання матеріалів бракує екзаменаційних завдань і опису навчальних цілей. Але це належить до всього необхідного матеріалу.

Пропозиції щодо покращання роботи. Інструменти. З приводу презентації OS-дескрипторів: що стосується пояснень стосовно проведення сертифікації, то до останнього етапу (оцінка зібраних доказів згідно з їх відповідністю стандарту) є питання.

Ніякого стандарту немає. Але коли стандарти можуть бути використані кожним, кому потрібні іноземні мови для роботи, то для кожного робочого місця різні інституції устанавлюють зараз різні вимоги щодо використання мови і рівня володіння нею. Причина полягає в тому, що ми, наприклад, виступаємо представниками одного навчального закладу, який відповідає за підготовку і підвищення кваліфікації фахівців лише митної служби. Чи є критерії, що приписують, які співробітники, якого рангу і за якими критеріями обов'язково мають бути оцінені. Хто має бути оцінений на робочому місці і хто повинен складати іспит? Подібні запитання постають в усіх навчальних закладах і перед багатьма роботодавцями. Тому питання, де і як будуть вводитись системи оцінювання й сертифікації, розроблені у рамках OS-проекту, як можемо ми в Україні використати ці доробки, є, на наш погляд, нагальною проблемою часу.

Користь:

1. OS-проект указує на необхідний для відповідного робочого місця і на реальний стан знання мови.

2. Проект цікавий своєю оціночною системою, яка має дві форми:

іспит і оцінювання. Учасники робочих груп обговорювали всі “за” і “проти”.

3. Вдалося оцінити мовні і мовленнєві можливості кожного учасника робочої групи.

4. Вдалося зіставити їх рівень сформованості комунікативно-професійної компетенції з одним рівнем володіння мовою, що визначений у OS-проекті.

5. Проект дає можливість розробити більш детальні дескриптори для митного дискурсу, тим самим закладається база для розробки і впровадження нового підходу до оцінювання іншомовної компетенції фахівців митної служби.

На питання “як можуть учні готуватися до іспиту й оцінювання” дали частково відповідь самі розробники проекту. Ми вважаємо, що зміст професійно орієнтованого іспиту повинен корелювати зі способом оцінювання, який орієнтований на компетенцію. Це означає, що вправи, приклади, за якими можна готуватися до обох форм контролю, залежать від професійних комунікативних завдань, які на кожному робочому місці припадають на іноземну мову. У зв'язку з цим необхідно зробити глобальний опис комунікативних завдань для фахівців митної служби відповідного рівня.

6. У подальшому може виникнути можливість внести доповнення і/або зміни у навчальні плани і програми (як для першої, так і для другої іноземних мов).

7. На нашу думку, дуже цікавими можуть бути результати обговорення і впровадження OS-проекту в різних країнах з їх відмінним менталітетом і соціально-економічним становищем.

8. Реалізація проекту дасть також можливість встановити науково-методичні контакти з колегами як в Україні, так і за кордоном.

### Пропозиції щодо проведення групової роботи

Роботу відносно визначення змісту комунікативно-професійної компетенції і змісту навчання мови і мовлення слід проводити як з фахівцями, що готуються до тестування (кваліфікаційного іспиту), так і в групах фахівців, які підвищують кваліфікацію (для зіставлення результатів), а також зі студентами всіх курсів, які вже проходили виробничу практику (з метою їх усвідомлюваної самопідготовки з оглядом на майбутні професійні завдання і систему кваліфікаційного оцінювання на робочому місці).

Нижче наводяться дескриптори (6 рівнів), за якими визначалася ступінь сформованості комунікативних умінь, і значною мірою рівень комунікативно-професійної іншомовної компетенції [там же]:

Таблиця 16

	<b>Розуміння на слух (1)</b>	<b>Говоріння (2)</b>	<b>Розуміння прочитаного (3)</b>	<b>Письмо (4)</b>
1.	Може розуміти знайомі вислови і базові словосполучення, які безпосередньо відносяться до повсякденних робочих завдань	Може обмінюватися при використанні елементарної мови обмеженою інформацією із стандартних фраз, які відносяться до сфери діяльності	Може розуміти слова і короткі часто вживані словосполучення, які відносяться до відомої сфери діяльності	Може утворити короткий ланцюжок слів, щоб заповнити бланки або занотувати просту інформацію, яка стосується відомих тем
2.	Може розуміти розмовну мову, якщо зміст відомий і конкретний, а також, якщо стосується безпосередньої сфери діяльності	Може обмінюватися інформацією з різних стандартних приводів, які мають пряме відношення до безпосередньої сфери діяльності	Може розуміти короткі і прості тексти, які стосуються звичної сфери діяльності, і зміст та форма яких відомі	Може записувати просту інформацію, щоб виконувати відомі повсякденні завдання з знайомої сфери діяльності
3.	Може розуміти розмовну мову у повсякденному спілкуванні і в ситуаціях, які відносяться до стандартних робочих ситуацій	Може вести стандартну бесіду у звичайному робочому оточенні і у більшості повсякденних соціальних ситуацій	Може розуміти стандартні тексти, які у звичайному робочому циклі часто знаходять застосування	Може скласти тексти, щоб виконати стандартні завдання у власній робочій сфері

	(1)	(2)	(3)	(4)
4.	Може розуміти більш широкий спектр розмовної мови, що стосується більш широкого професійного кола питань і охоплює складні та менш відомі теми	Може плавно і спонтанно висловлюватися у звичайному робочому оточенні і виконувати різні завдання у професійній та інших сферах	Може розуміти широкий спектр текстів, які у звичайному робочому циклі часто знаходять застосування	Може скласти тексти, щоб виконати різноманітні робочі завдання
5.	Може розуміти більшість того, що стосується власного професійного кола питань, також коли обговорюються складні і невідомі теми. Сюди відносяться також неформальні бесіди, коли співрозмовник використовує відомий національний або регіональний акцент/діалект	Може розумітися без зусиль у великому розмаїтті професійних і соціальних ситуацій. Мова жвава, вживається ефективно, з високим ступенем точності й відповідності	Може розуміти увесь спектр складних текстів, які знаходять застосування у більш широкій професійній сфері	Може складати тексти, щоб виконати більшість професійних завдань
6.	Може розуміти увесь спектр розмовної мови, включаючи презентації і дискусії високої складності у сферах, які виходять за межі власної професійної спеціалізації, а також розмови, які дуже насичені розмовними і ідіоматичними виразами	Може без зусиль однаково подолати як професійні, так і соціальні ситуації. Причому мова використовується точно, гнучко і відповідно до ситуації. Може спілкуватися з носіями мови майже на одному рівні	Може розуміти увесь спектр складних текстів із дуже різних сфер, також із сфер, які виходять за межі власної спеціалізації	Може складати тексти плавно, коректно і з використанням великої кількості стильових засобів, які покривають усі професійні потреби, аж до спеціалізованих, і високої складності завдань

На основі цих дескрипторів проведено оцінювання професійно орієнтованої комунікативної компетенції курсантів, які входили у склад робочих груп, і ступінь сформованості у них кожного з вищенаведених умінь. Один із прикладів результатів роботи робочих груп наводиться далі.



## Оцінка комунікативно-професійної компетенції курсантів за допомогою OS-дескрипторів

Приклад: Респондент – Ірина Капустіна, 19 років, курсантка третього курсу економічного факультету АМСУ, спеціальність “Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності”. За видами вмінь вона продемонструвала такі показники:

### Розуміння на слух

- Може розуміти знайомі вирази і базові словосполучення.
- Може розуміти побутову розмовну мову і розмовну мову у повсякденних ситуаціях, які відносяться до сфери типових робочих питань.
- Може розуміти широкий спектр розмовної мови, що стосується більш широкого кола професійних питань і охоплює також складні і менш відомі теми (рівень 4 за таблицею дескрипторів OS-проекту).

### Говоріння

- Може висловлюватися вільно і спонтанно у звичному робочому оточенні та виконувати різні завдання у професійній та інших сферах.
- Може обмінюватися інформацією з різних простих стандартних приводів, які безпосередньо стосуються робочої сфери /оточення (рівень 4).

### Розуміння прочитаного

- Може розуміти слова і короткі найбільш уживані словосполучення, які стосуються знайомої сфери діяльності.
- Може розуміти типові/стандартні тексти, які стосуються звичної і повсякденної сфер діяльності.
- Може розуміти широкий спектр текстів, які часто використовуються у звичайному робочому оточенні.
- Може розуміти вищезазначений спектр складних текстів (рівень 5).

### Письмо

- Може складати тексти для виконання типових завдань у своїй сфері

діяльності, для виконання своїх обов'язків.

- Може складати тексти для виконання більшості професійних завдань (рівень 5).

Це дуже цікавий приклад. Він дає можливість зіставити результати оцінки групи у високому ступені самооцінки (оскільки респондент сам брав участь в обговоренні) і висновки екзаменаторів Гете-інституту (респондент за один календарний рік склала два іспити на сертифікати Гете-інституту: Grundstufe і Mittelstufe (базовий і середній рівні відповідно).

Виконання цього завдання допомогло ближче познайомитися з системою різних мовних рівней, щоб краще описати/оцінити іншомовні знання у професійній сфері. Цей простий приклад показує можливість розробки аналогічної системи і для митного дискурсу: 1) дати загальний опис умінь і рівнів; 2) включити загальний опис у різні часткові аспекти/поєднати загальний опис і опис різних часткових аспектів; 3) навести типові приклади з професійної діяльності для демонстрації того чи іншого рівня сформованості комунікативних умінь.

Наступним завданням було висловити власну думку стосовно того, що перевіряється при діючій системі під час іспиту або оцінювання (матриця 1) і чому саме треба навчати, що має бути в програмі курсу (матриця 2) [Пор.: 114].

Для кожного конкретного іспиту одне – два завдання залежно від рівня іспиту й типу завдань можуть варіюватися або зовсім вилучатися.

Таким чином, робочі групи 1) узагальнили свій досвід складання різних іспитів з іноземних мов (матриця 1); 2) дали своє бачення кореляції іншомовної комунікативно-професійної компетенції, базових умінь (на прикладі митного дискурсу) і необхідного рівня сформованості цих умінь за OS-системою. Як видно, у матрицях 1 і 2 уміння не повністю збігаються, тобто є суттєві розходження у тому, що слід уміти.

## Формат іспиту/кваліфікаційного оцінювання

1 Завдання	2 Тип завдання	3 Часткові вміння	4 а Навчальні цілі	4б Рівень	5а Наданий час у хв.	5б Дозволені допоміжні засоби	5в % від загального іспиту
прочитати і прокоментувати текст	розуміння прочитаного	читання, говоріння	може розуміти головну думку тексту професійної спрямованості і висловити власну думку	3	15	---	15
описати і прокоментувати графік, обговорити схему, картинку	презентація	говоріння, читання	може коректно описати графік, таблицю, схему або картинку	4	10	---	10
перекласти текст з української на німецьку	переклад	розуміння прочитаного, переклад	може передати текст німецькою мовою	4	45	словник або без нього (залежно від рівня)	30
написати запит за обумовленою темою	лист (кореспонденція)	письмо	може письмово підтримувати ділові стосунки	4	30	---	15
розуміти текст на слух і передавати його	розуміння на слух	говоріння, розуміння на слух	може розуміти радіоповідомлення або розмову і переказати ключовими висловленнями	4	15	---	15
зробити граматичний тест	використання граматики	письмо	знає і використовує граматику	5	20	---	20

## Навчальна програма

1а – навчальні цілі	1б – рівень	2а – часткові вміння	2б – критерії оцінювання	3 – знання мови і компетенція
<b>розуміння на слух</b>	3	може розуміти телефонні розмови; може розуміти партнера по комунікації; може виступити з короткою промовою за знайомою фаховою темою	може розуміти розмовну мову і фахову лексику; відповідати на запитання по телефону; розуміти і відповідати на запитання співрозмовника	ідіоми, словосполучення, лексика за фахом, базова граматики
<b>читання:</b> розуміти і коментувати декларації, бланки, контракти	4	читати і переказувати газетні статті з різних тем; читати митні документи і закони, а також вибирати важливу інформацію; може висловлювати власну думку стосовно прочитаного тексту	може ключовими висловленнями переказати текст; розуміти і використовувати лексику за фахом; передати далі інформацію відповідному фахівцю; може висловити власну думку стосовно прочитаного тексту	розмовна мова, лексика за фахом, базова граматики
<b>письмо:</b> заповнити митну декларацію, описати товар за допомогою Гармонізованої системи	3	може зробити запит, написати листа, заповнити митні документи, стандартні форми	може письмово підтримувати виробничі стосунки, використовує митну термінологію; може висловити власну думку з використанням необхідної лексики; може вибрати правильну граматичну форму; знає структуру документа	фахова лексика, структура листа і документів, сталі вирази, базова граматики
<b>говоріння</b>	4	може презентувати графік, таблицю або схему; розмовляти за зазначеною темою; ставити і відповідати на запитання; висловлювати власну думку	може розмовляти плавно і спонтанно; оформлення думки: може висловитися з усіх суттєвих моментів без допомоги; морфологія і конструкція речень правильні; вимова й інтонація не рижуть слух; мова досить плавна	розмовна мова досконала; фахова термінологія, порядок слів правильний; вимова зрозуміла

Це означає, що є розходження між тим, чого слід навчати і між тим, що перевіряється під час іспиту. Тут важливим має стати такий постулат: зміст навчання і професійно орієнтованого іспиту повинен корелювати зі способом оцінювання, який орієнтований на компетенцію. Ця думка важлива для удосконалення навчальних планів і програм з іноземних мов для “немовних” вищих навчальних закладів і факультетів, а також для системи кваліфікаційного оцінювання.

### **Висновки до глави 3**

Як у подальшій практичній діяльності митника, так і в системі освіти в митній службі навчанню мов, удосконаленню професійно орієнтованої комунікативної компетенції приділяється велике значення.

Серед актуальних тенденцій у розвитку системи комунікативної підготовки митників слід виділити, насамперед, зміни в технології навчання, а саме: 1) навчання іноземної мови шляхом викладання профілюючої дисципліни; 2) формування груп з першої (для АМСУ) іноземної мови на основі високих показників з іншої іноземної мови, яка вивчалася в школі; 3) упровадження полімовної концепції, коли обов’язковим є вивчення двох іноземних мов. Такі зміни в технології навчання слід віднести до актуальних тенденцій у розвитку системи комунікативної підготовки митників.

Високий рівень мовної компетенції визначається як одна з передумов і як складова професійно орієнтованої комунікативної компетенції.

Існує високий рівень залежності між комунікативними вміннями, яким приділяється більша і свідомо увага з боку тих, хто навчається, і професійно орієнтованими навичками та вміннями, до яких, насамперед, респонденти відносять навички розумової аналітичної роботи.

Упровадження полімовної концепції в “немовному” вищому навчальному закладі є актуальною і ефективною технологією, яка, помножена на мотивацію, дає можливість досягти високого рівня комунікативної компетенції.

## ГЛАВА 4

### ФОРМИ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ:

### УСНЕ І ПИСЕМНЕ МОВЛЕННЯ В МИТНОМУ ДИСКУРСІ

#### *4.1. ВЕРБАЛЬНА ДІЛОВА КОМУНІКАЦІЯ*

Необхідність комунікативної підготовки фахівців різних сфер діяльності привернула в останні роки увагу не тільки практиків, але й учених до розробки комунікативного аспекту теми професійної підготовки фахівців. Такі дослідження проводяться також і в митній системі, де вивчається митний дискурс, який є однією з повноцінних моделей людської мови. Наше завдання – визначити, які ознаки митного дискурсу є суттєвими в аспекті навчання професійного мовлення, тобто мова йде про аналіз і оцінку митного дискурсу в аспекті подій – як цілеспрямована соціальна дія – і про дієві прийоми навчання мови і мовлення.

Для нас важливо, що аналіз дискурсу має міждисциплінарний характер і спрямований на висвітлення соціальних та культурних процесів і структур, відображених у мові, а не на опис мови й мовлення як таких.

*Дискурс* розуміється як багаторівневе утворення вербального і невербального характеру, побудоване за певними правилами. Ці дії виявляються у формах соціальної комунікації, у тому числі й професійної, та беруть участь у її створенні. Тобто дискурс, використання мови в усному і писемному мовленні, є формою суспільної практики (social practice), проміжним рівнем між текстом та суспільством і моделюється у рамках соціокогнітивного підходу до тексту та суспільства. Автор використовує термін “дискурс” у найширшому смислі, розуміючи під ним

усі форми розмовної і писемної мови, коли мова організує наше сприйняття і створює реальність за допомогою різних засобів і прийомів. Митний дискурс, як і будь-який інший, не описує реальність, але моделює її. Ці моделі можуть виконувати різні функції, як спеціальні, так і глобальні, від постановки завдань, розподілу функцій, прийняття рішень до звіту, підтвердження, узгодження. Таким чином, мовлення зводиться до мовленнєвих дій (наказів, описів, запитів, розпоряджень, угод, перекладів іншою мовою, привітань, зауважень тощо). Саме тому у кваліфікаційних вимогах до фахівців митної служби різних рангів закладені й вимоги до розвитку сформованості професійно орієнтованих мовленнєвих умінь, а ширше – комунікативно-професійної компетенції для різних сфер професійної діяльності.

Які ж ознаки митного дискурсу є суттєвими в аспекті навчання професійного мовлення? Це, перш за все, діалогічність: мовленнєва ситуація спілкування в митному дискурсі найчастіше має проблемну схему: запитання – відповідь – запитання... Тому одним з основних прийомів є парна робота або робота у мінігрупах, комунікативні ігри типу “Мікрофон”, “Незакінчені речення”.

Наступна риса – тенденція до постійної переінтерпретації: незамкнутість мовлення у митному дискурсі завжди обумовлена. Так, при прагненні до певної логічної системності, процесуальності виробничих мовленнєвих ситуацій, мовлення митника постійно “розмикається” пертрнером по комунікації – суб’єктом зовнішньоекономічної діяльності. Які вміння і навички тут слід тренувати? Це, на наш погляд, уміння орієнтуватися у ситуації непередбаченого мовлення, що добре відпрацьовується за допомогою комунікативних ігор типу “Інтерв’ю”.

Ще однією суттєвою рисою є інтертекстуальність: професійний діалог, текст митного документа не є самодостатнім. Вони закономірно

включають у себе “чужі” тексти, будь то власно митні (декларація, довідка про код товару, товаротранспортна накладна) або юридичні документи (зовнішньоекономічні контракти, статути) чи дані експертизи тощо (фітосанітарний сертифікат, висновок лабораторій і т. д.).

Розвиткові комунікативних умінь за цим аспектом допомагають вправи на роботу з термінологією, знання мови митної документації, а також паралінгвістичних та екстралінгвістичних засобів мовлення (див. гл. 5.1.).

І чи не найголовнішою рисою митного дискурсу, актуальною для фахівців усіх рангів і посад, бо майже всі вони працюють з людьми, є аргументованість: за винятком юридичного дискурсу, ні в якій іншій мовленнєвій ситуації більше, ніж в митному дискурсі, не домінує думка. Усі “претензії на істину” завжди мають бути обгрунтовані. Тут на допомогу приходять прийоми аргументації, управління аудиторією, привертання та переключення уваги і багато інших. Серед активних форм навчальної роботи корисними буде метод Прес, аналіз ситуацій (Case-метод), мозковий штурм [115].

Слід зазначити, що всі ці риси пов’язані між собою, що й становить головну ознаку добору прийомів навчання мови і мовлення. Цей факт підтверджує уявлення про дискурс як мотивовану, прагматично й інтерактивно орієнтовану форму людської поведінки.

Щоб навчити професійно орієнтованого мовлення фахівців, перш за все керівної ланки митної служби, слід поєднати досягнення різних наук і вимоги практичної діяльності фахівців різних рангів. Тобто в центрі уваги постають саме норми професійної комунікації як лінгвістична проблема і система комунікативної підготовки (розвитку комунікативно-професійної компетенції) як проблема педагогічна.

Головною метою професійно орієнтованої комунікативної підготовки є переконлива успішна комунікація у професійній діяльності,



таким чином, це насамперед підготовка до мовленнєвої діяльності – усної або писемної, яка викликана реальною потребою комуніканта, мотивована його бажанням передати комусь думку, інформацію, розпорядження тощо, досягти конкретної мети даного мовленнєвого акту. А головним умінням є вміння будувати вербальні (мовленнєві) комунікації. У практичному аспекті це означає вміння говорити і писати: 1) те, що потрібно, 2) так, як потрібно, 3) там, де потрібно, 4) тоді, коли потрібно, 5) тому, кому потрібно.

Особливо важливими є ці вміння для керівників середнього та вищого рівнів, яким доводиться виступати перед аудиторією, робити публічні заяви, виступати із статтями у пресі. Слід знати, що тексти “для ока” і “для вуха” пишуться різними стилями, що зумовлено особливостями візуального й аудіосприйняття [116].

Значення комунікативної підготовки у нових суспільно-політичних та економічних відносинах, коли поняття комунікації, іміджу, публіситі виходять на передній план, неможна недооцінювати.

Тепер посада інспектора (старшого, головного) із зв’язків з громадськістю та засобами масової інформації передбачена штатною структурою митниць. Тому що сьогодні без виходу на широкі кола громадськості ефективність діяльності митних органів не буде достатньою. Наведемо лише один приклад.

Незважаючи на те, що (як показали дослідження, проведені на замовлення Східної регіональної митниці харківською Службою соціальної політики [117, 262 - 263]) вже відійшов у минуле негативний стереотип митниці як бар’єру між країнами СНД, особливо з Росією, ще й досі перетворення митниці на необхідність супроводжується розпливчастими тлумаченнями про маловідому службу, її роль та завдання. Мовляв, це – штучне утворення, яке заважає добрим людям вільно перетинати кордон зі своїм скарбом (валютою, товарами,

цінностями).

Як зазначено в підручнику “Основи митної справи”, розвінчати цей стереотип – наше завдання [там же]. Спонукають до цього й численні порушення митних правил, якими рясніють оперативні зведення з митниць, причому як з боку громадян, так і з боку суб’єктів зовнішньоекономічної діяльності. Тому, роз’яснюючи першим і другим основні положення митного законодавства, своєчасно інформуючи населення про зміни в ньому, маємо можливість у такий спосіб сприяти запобіганню правопорушень, які завдають відчутних матеріальних збитків державі.

Основні обов’язки інспектора із зв’язків з громадськістю полягають у забезпеченні повного комплексу робіт з ефективного і позитивного висвітлення основних напрямків діяльності митниці, організації співпраці з усіма ЗМІ відповідно до обраної стратегії, тактики і графіка виходу матеріалів в окремих друкованих виданнях чи електронних ЗМІ. Тобто йдеться про підготовку, розповсюдження та контроль за публікацією матеріалів, підготовку прес-релізів, текстів виступів чи окремих повідомлень, організацію та проведення брифінгів, прес-конференцій тощо. Форми роботи щодо зв’язків із громадськістю можуть бути і такими: поздоровлення керівників провідних організацій, установ, підприємств регіону з професійними і загальнонародними святами, днями народження, вручення вітальних адрес, листування, запрошення і подяки суб’єктам зовнішньоекономічної діяльності – найбільшим платникам податків, яким у плані заохочення впродовж наступних двох місяців надаються своєрідні пільги у вигляді позачергового митного оформлення експортно-імпортних операцій. Наприклад, така практика існує в Східній регіональній митниці [там же] і переконливо свідчить на користь цих засобів – допоміжних засобів впливу на формування громадської думки по відношенню до митних органів. А з практики роботи Новгород-Сіверської митниці

корисними для вивчення досвіду і впровадження в роботу інших митниць, на нашу думку, можуть бути виступи начальника митниці на місцевому телебаченні про роботу митних органів України та митниці з нагоди Міжнародного Дня митника, у зв'язку із затримкою великої партії контрабанди. Заслужують на увагу також виїзди працівників митниці в складі виїзної громадської приймальні Новгород-Сіверської райдержадміністрації в прикордонні села для зустрічі з жителями (за 1996 рік їх відбулося 16), в інші села зони діяльності митниці (9 зустрічей); зустрічі з головами сільгосп підприємств району, з випускниками місцевих шкіл. Під час цих зустрічей роз'яснюються питання чинного митного законодавства та завдання, що стоять перед митниками, а також умови прийому на службу в митні органи України [118].

Два концептуальні напрямки роботи щодо зв'язків із громадськістю конкретизувати можна так:

- 1) формування й підтримка позитивного іміджу митної служби;
- 2) профілактика правопорушень митних правил.

Для реалізації цих завдань необхідно мати *інформаційну стратегію*, яка є загальною і одночас специфічною для кожної передачі інформації. Щоразу, коли необхідно щось сказати, слід відповісти на запитання: чому? кому? що? як? за допомогою яких вербальних і невербальних засобів? коли?

Скориставшись цією схемою, можна якнайкраще підготувати себе і до спілкування з суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності, широкою громадськістю і з журналістами – представниками різних мас-медіа, коли доведеться виступати з коментарем (з приводу тих чи інших правових питань), або ж давати інтерв'ю для преси, радіо, телебачення з основної діяльності митниці. Це найпростіше загальне правило, яке слід пам'ятати при всьому розмаїтті жанрової палітри: від інтерв'ю посадових осіб, коментарів фахівців, репортажів з митних постів та

інших підрозділів до тематичних сюжетів, присвячених конкретній події або окремому напрямку діяльності митниці.

#### 4.1.1. Публічні виступи

Навчання дорослої людини мовленнєвої діяльності можна розуміти по-різному, але в тому числі обов'язково і як навчання вмінню виступати публічно, щоб переконливо впливати за допомогою мовлення на інших людей, уміло доводити власну правоту, якою б не була тема промови – професійна або загальна, теоретична або практична, історична або сучасна, економічна або політична. Як навчити успішній комунікації, тобто навчити саме усній мовленнєвій діяльності? Це завдання не є навчання ораторському мистецтву, майстерності лектора чи взагалі мистецтву мовлення, а є завдання навчити вмінню раціонально побудувати звичайне усне висловлювання, яке ми чуємо повсякчас, але так, щоб у ньому були заздалегідь ясні для адресанта **мета**, основні **засоби** її досягнення і втілення у кінцевий **результат** – у якесь психологічне новоутворення у свідомості адресата.

Підготовка публічного виступу починається з постановки мети. Цілями можуть бути:

- 1) встановлення і поліпшення відносин;
- 2) інформування;
- 3) просунення (ідеї, послуги), зміна чогось.

Потім необхідно оцінити склад аудиторії. Він оцінюється за соціальним статусом, віком, статтю, професійною сферою, етнічним і громадянським складом. Виступ перед телеаудиторією має звучати інакше, ніж виступ перед професійною аудиторією. Так, професійна аудиторія може декодувати професійну мову, а перед масовою аудиторією слід говорити максимально просто і доступно. Наприклад, телевізійна

передача “Митниця дає “добро”, яка щомісячно виходить на Харківському обласному державному телебаченні, є однією з інформаційно-роз’яснювальних форм роботи серед населення. Зважаючи на специфіку аудиторії й особливості сприйняття розмовних жанрів, тематику передач спрямовано на роз’яснення положень митного законодавства громадянам з використанням конкретних прикладів, коментарів відповідальних осіб митниці. Передачі, адресовані суб’єктам зовнішньоекономічної діяльності, виходять значно рідше і з метою зорієнтувати на нові нормативні документи, що набули чинності, тому їх мова є переважно професійною, і через те більш складною.

Складання конспекту промови – це третій етап підготовки публічного виступу, незалежно від того буде виступ усним чи письмовим. Призначення конспекту – логічно і психологічно організувати ідею, яку промовець має намір донести до слухача. Провал багатьох промов полягає в недооцінці саме цього етапу. Щоб добре говорити експромтом, без підготовки, треба мати професійний вербальний інтелект і певні вольові характеристики, чим може похвалитися незначна частина людей, яким доводиться виступати публічно. Натхнення і сміливості не досить для успішної промови. Тому навіть найдосвідченіші оратори готують конспект виступу. Чим досвідченіший оратор, тим коротший конспект. Оратор-початківець має скласти повний письмовий текст для усного виступу. Оратор вищого рівня розробляє розгорнутий план тексту (основні розділи з підзаголовками) і готує тези. Досвідчений оратор може обійтися переліком предметів обговорення або тезами.

Конспект складається з трьох частин – вступу, основної частини, закінчення. Існує ряд методів риторики і логіки, які дають змогу побудувати цікаву, захоплюючу, аргументовану і дієву промову. Цим аспектам присвячені, наприклад, роботи відомих учених І.А. Зязюна, Г.М. Сагач [119; 120], О.М. Зарецької [121].

Процес підготовки повинен включати також вибір або попереднє ознайомлення з приміщенням. Це важливо для ефективного озвучення і керування увагою аудиторії.

Зовнішній вигляд оратора, голос, рольова публічна поведінка і легкість сприймання промови також мають ураховатись під час підготовки виступу. Усі перелічені фактори належать до паралінгвістичного та екстралінгвістичного пластів комунікативної компетенції, їм присвячений розділ 5.1.

Якщо коротко описати шлях до майстерності оратора, то він зводиться до такого:

- зміст майбутньої промови слід правильно структурувати, виходячи з мети виступу (схема 2) [122, 107];
- продумати, як логічно і послідовно викласти промову (схема 3) [там же, 108];
- готувати за вищенаведеними правилами і зробити декілька чергових виступів, робити так до тих пір, поки логіка і структура цих схем не засвояться, не стануть внутрішньою закономірністю мислення самого оратора;
- подальша мовленнєва практика оратора вже без будь-яких зусиль, нібито автоматично, складатиметься так, як він звик робити відповідно до орієнтирів структурно-логічних схем.

Схема 2

### **Структурно-логічна схема дій та операцій з підготовки усного виступу**

1. Визначення значення теми і постановка мети виступу:
  - Які інтереси та запити слухачів?
  - Чому слухачам потрібен виступ за даною темою?
  - Які наукові знання і яку корисну для них інформацію має дати виступ?

## 2. Складання плану виступу:

- Продумуючи логіку теми, записати її основні компоненти.
- Вступ (у чому полягає значення теми для цієї аудиторії).
- Основні питання теми та висновки, якими має завершуватися їх виклад.
- Закінчення (теоретичні та практичні питання з теми і завдання для слухачів, які з них витікають).

## 3. Добір матеріалу для виступу:

- Пошук літератури з основних питань теми та добір із неї того змісту, що відповідає меті виступу.
- Вивчення життєвих явищ (фактів, цифр, ситуацій та інше) для теоретичного аналізу та узагальнення у виступі, щоб слухачі зрозуміли закономірності та тенденції, що лежать у їх основі, стали краще орієнтуватися у реальній дійсності.
- Добір наочних прикладів із практики (громадської та індивідуальної) для ілюстрації і дохідливого роз'яснення складних теоретичних питань.
- Підбір наочності, технічних засобів, продумування мети, часу і засобів їх використання.

## 4. Написання тексту виступу:

- Підготовка тез (розбиття основних питань теми на підпитання, продумування та формування їх назви, попередніх висновків).
- Розподіл матеріалу з підпитань і підготовка тексту виступу (з помітками про місце використання наочності та технічних засобів. Про необхідні змістовні акценти та інше).
- Написання докладного тексту (за необхідністю).

## 5. Підготовка до виступу перед аудиторією:

- Виділення у тексті (тезах) головних змістовних частин, виклад яких обов'язковий навіть за браком часу.

- Виділення (шрифтом, кольором та інше) головних ідей та висновків, засвоєння яких, безумовно, слід добиватися.
- Розподіл часу на виклад кожного питання і визначення темпу.

Схема 3

### **Структурно-логічна схема змісту усного виступу**

#### **1. Вступ – показ значення теми. Її вагомості для слухачів:**

- Один – два приклади з теми виступу з життя (економіки, політики, мистецтва, побуту тощо), які свідчать про наявність проблеми, що вимагає постановки/аналізу.
- Посилання на офіційні державні документи (закони, накази, розпорядження, які вимагають певного порядку діяльності людей, але й популярного роз'яснення аудиторії).

**2. Загальна характеристика об'єкта (предмета) виступу, тобто того явища, події, процесу, якому присвячено виступ.**

- Що це таке (визначення поняття)? Які його головні ознаки (якості, риси, функції чи структурні компоненти)?
- Коротка історія об'єкта (виникнення, розвиток, сучасний стан) і яка тенденція його розвитку (прогрес-регрес).

**3. Докладний аналіз та оцінка об'єкта розгляду відповідно до мети виступу:**

- Структурний аналіз об'єкта (з яких компонентів він складається і що собою являє кожен із них?).
- Функціональний аналіз об'єкта: яку роль відіграє в об'єктивному життєвому процесі, які функції (природні, соціально-історичні, політичні, економічні, правові та інші) виконує.
- Аналіз і оцінка кожного з компонентів або функцій досліджуваного об'єкта з точки зору інтересів діяльності слухачів.

#### **4. Висновки:**

- Які теоретичні висновки щодо викладеного?



- Які напрошуються практичні висновки для діяльності слухачів?
- Які конкретні завдання слухачів у світлі цих висновків?

Структура й логіка виступу доводять, таким чином, що тема має не тільки загальнотеоретичне, загальносоціальне, але й конкретно практичне **значення** для цієї аудиторії, для життя і діяльності слухачів. У чому воно?

Наведені послідовності дій є по суті технологічними схемами, до яких так звикли у митній системі. Вони значно полегшують сприймання інформації, її використання і регламентують діяльність.

#### **4.1.2. Композиційна побудова промови**

Активізувати увагу до митних проблем, оперативно повідомити про якусь подію чи актуальні зміни в митному законодавстві – одночасно через усі ЗМІ – дають можливість брифінги, тематичні прес-конференції. Тут доречно сконцентрувати увагу на якомусь одному аспекті, на відміну від “прямих ефірів” на радіо, телебаченні, коли слухачі мають можливість отримати відповіді на будь-які питання (розгалужена тематика).

Переконливість – зброя мовця. Найперше – він повинен довіряти собі: він – фахівець, досконало знає свою справу і добре орієнтується в обраній темі (якщо ж не володіє питанням сповна, краще не погоджуватися на інтерв'ю або ж розподілити заздалегідь питання між декількома фахівцями в силу їх вузьконаправленої специфіки). По-друге, запропонована вище схема (див. п'ять питань) допоможе під час підготовки виступу сконцентрувати думку, виділити головне, правильно розставити акценти. Для підготовки перших публічних виступів доречним буде більш детальна комунікативна підготовка, коли увагу слід зосередити на композиційній побудові промови. Розглянемо цей аспект детальніше.

##### I. Вступ промови

Завдання:

1. Викликати інтерес до теми розмови шляхом показу її корисності для співрозмовників-слухачів.
2. Установити психологічний контакт із слухачами, створити ефект єдності.
3. Мотивувати їх активне сприймання промови за допомогою риторичних і навідних питань.

## II. Основна частина промови

Завдання:

1. Розкрити суть проблеми (ідеї, підходу, рішення, пропозицій, ініціативи).
2. Аргументувати своє бачення проблеми.
3. Спонукаати співрозмовників до обговорення проблеми (якщо є необхідність і час).
4. Підтримати інтерес і увагу у співрозмовників.
5. Управляти аудиторією, спонукаати слідувати за змістом промови.
6. Викликати у слухачів задоволення змістом і стилем виступу, манерою поведінки.

## III. Висновки зі сказаного

Завдання:

1. Підбити підсумки сказаного (“Що є у цій проблемі важливим для нас?”).
2. Сформулювати свої пропозиції (рішення).
3. Закликати до обговорення або до безпосередніх конкретних дій, якщо рішення прийнято.
4. Відповісти на запитання аудиторії [Пор.: 116; 122].

Інтерв’юювана особа, що, ще раз підкреслюємо, найважливіше, мусить бути переконливою – тільки тоді її виступ на радіо, телебаченні чи у газеті матиме сенс. Інакше все сприйматиметься “з точністю до

навпаки”. Соціологічні дослідження, які проводяться в Академії митної служби, свідчать про те, що частина глядачів, слухачів не полюбляють

митників (за інерцією або ж через нерозуміння необхідності такої структури, як митниця). Тому завдання митників цю частину аудиторії повернути на свій бік, зробити своїми союзниками, сподобатися. І перший помічник у цьому (у більшості випадків) не хто інший, як співрозмовник-журналіст. На його допомогу можна розраховувати: він контролює хід думки мовця, його засоби мовлення як вербальні, так і невербальні. Гірше, звичайно, якщо журналіст не розуміється на тому, про що йдеться, або упереджено ставиться до мовця чи його організації.

#### **4.1.3. Правила аргументації в усному виступі**

Усний виступ перед аудиторією або ж перед камерою/мікрофоном дуже емоційна справа в силу, перш за все, її незвичності, неординарності. Зрозуміло, щоразу, коли представник митної служби спілкується з пресою (в широкому розумінні), він пам’ятає, що представляє не лише себе, а й митні органи в цілому. Уміння володіти словом, аргументи, інтелект, навіть зовнішній вигляд – усе “працює” на позитивний імідж митниці. Спрацьовує ефект “перенесення”, “персоніфікації митної служби”. Подолати хвилювання, знов-таки, допоможе підготовка на вербальному і невербальному рівнях.

Що стосується прийомів невербальних, не слід боятися відеокамери й мікрофона, “бігати” очима по приміщенню, а дивитися прямо в об’єктив або ж на співрозмовника. Допоможе приховати хвилювання, якщо якийсь предмет тримати у руках. Як приклад, це може бути якийсь документ (це не виглядатиме на екрані зайвим, до того ж для більшої переконливості на нього можна послатися) або ж лист паперу з викладеними аргументами за

темою промови (час від часу в нього можна зазирнути, щоб не втратити логічну послідовність аргументації). Виступ від імені організації зобов'язує посадову особу до переконливої комунікації. Далі наводяться основні правила аргументації в усному виступі, яким посадова особа, що готується до публічного виступу, має приділити значно більшу увагу, ніж просто особа фізична. Ці правила відносяться до вербального рівня комунікації.

1. Тактично вигідніше спочатку наводити найбільш сильні аргументи.

2. Яскравий доказ або суттєве заперечення корисно зробити коротким і вимовити стисло.

3. Слід пам'ятати про те, що факти самі по собі мало впливають на людину, тому що потребують обмірковування і наступних висновків. Тому доцільно наводити факти у зв'язку з висновками, що випливають з них.

4. Не втратити нагоди навести сильний аргумент у вигляді міркувань: “якщо..., то...”.

5. Використати аргументи перш за все для обґрунтування своєї позиції, а не з метою критики думок опонентів.

6. Наводити як аргументи цифровий матеріал, але називати не приблизні, а точні цифри (особливо у випадках, коли цього потребують обставини).

7. Прагнути частіше підсилювати один доказ іншим, але без протиріч.

8. Не переконувати опонентів у помилковості їх думки. Достатньо обґрунтувати переваги власної точки зору.

9. Використовувати активну, а не пасивну побудову фрази: замість “це може здійснитися...”, “слід зробити висновок...” треба використати фрази “ми це здійснимо...”, “можна зробити висновок...”.

Наприклад, інформуючи представників засобів масової інформації

під час прес-конференції про результати роботи Служби у 1998 році, її колишній Голова Юрій Соловков відзначив стабільність спрямування до державної скарбниці мита та інших платежів Державною митною службою України і підтвердив це фактами: “щоденні відрахування Державної митної служби в бюджет становлять 10,7 – 10,8 млн. грн.”, “до кінця року керівництво Держмитслужби планує довести обсяг митних надходжень до бюджету до 3-х мільярдів гривень”. Яскравим моментом виступу, де були враховані правила наочної аргументації, став такий: “Цікавий той факт, що на утримання одного працівника митниці витрачається у середньому 3,4 грн. в день (з бюджету ж лише 1,67 грн.). Тобто за день на утримання всіх працівників митної служби з бюджету витрачається приблизно 30 тис. грн.”. У порівнянні з коштами, що надходять до бюджету, роль митної служби стає вагомим, а цифри переконливими. Крім того, “спрацьовує” фактор співставлення, а тим самим програмується вплив на позитивне ставлення до митної служби, на розуміння, навіть співчуття [123].

#### **4.1.4. Прийоми привертання й утримання уваги в усному виступі**

Наступний момент, про який слід пам'ятати мовцю, це прийоми та засоби привертання й утримання уваги в усному виступі. Вербальні засоби підтримки мовленнєвого контакту та привертання уваги були описані раніше у розділі 2. Тепер ми зосередимось на конкретних прийомах як вербального, так і невербального рівнів, а саме:

**1. Несподіваність.** Використовувати у мовленні несподівану і невідому слухачам інформацію, а також яскраві формулювання з “оживляючим ефектом”.

**2. Гумор.** Не “засушувати” промову. Включати в усний виступ

смішні, парадоксальні приклади, веселі жарти, цікаві історії. Дуже добре в устах митника “спрацьовують” анекдоти про митницю, тобто це значить: ми проблему знаємо і намагаємося її вирішити.

**3. Співпереживання.** Захоплено описувати події, які пов’язують із співрозмовниками; використовувати такі факти, які спонукали б аудиторію до співпереживання, співчуття.

**4. “Провокація”.** На короткий час викликати у слухачів реакцію розбіжності з викладеною інформацією (її оцінкою).

**5. Питання.** Частіше слід формулювати питання, які звернені до співрозмовників. Краще починати запитання зі слів “Чому...?”, “Чим пояснити...?”, “У чому причина...?”, “Чи ви згодні...?”

**6. Паузи у промові.** Вони посилюють напруженість, залучають співрозмовників до обговорення проблеми (обмірковування ідей, пропозицій). Крім того, паузи у виступі відновлюють зоровий контакт з аудиторією.

**7. Зміна темпу і тональності.** Найважливіші думки і складні проблеми слід виділяти гучністю голосу і більш повільним темпом мовлення.

**8. Мовленнєві накази.** Періодично слід використовувати у промові вирази типу: “Зверніть увагу на...”, “Уявіть собі, що...”, “Майте на увазі...”

**9. Експресія.** Слід обирати такі формулювання, які помітно відрізняються від звичного стилю (яскраві порівняння, влучні словосполучення).

**10. Апеляція.** За необхідності використовувати посилання на авторитет співрозмовників і відомих для аудиторії фахівців (теоретиків і практиків) [Пор.: 122].

Аналіз форм і змісту роботи з громадськістю, яку проводять митниці свідчить про те, що прес-центри митниць вищезазначені прийоми привертання й утримання уваги в усному виступі активно використовують

і для підготовки письмової інформації, що адресована широкій читацькій аудиторії. Розглянемо, наприклад, статтю з газети “Гарт” від 14.02.97 року “Митники вірять у “народну” прикмету: чим більший мінус на градуснику – більше їде “градусів” до Росії”. Несподіваність уже в самій назві “митники вірять у “народну” прикмету”. І для посилення зацікавленості відразу ж використовується такий прийом утримання уваги – гумор (“чим більший мінус...”). Навмисні паузи вже в першому реченні (“Наприкінці грудня митники міжнародного пропускового пункту “Грем’яч” стали вірити ... у народну прикмету”), зміна темпу і тональності (починається як казка, а далі переходить до жанру інформаційного листка), зміна лексики від загальнопобутової (“міцненький напій”, “народна прикмета”) до професійної (“бюджет”, “платежі”, “митник”), питання-звернення (“А як же з мільйоном доларів?”) – усі ці прийоми дійсно підтримують контакт із співрозмовником [124].

До речі, існує думка, що читача легше зацікавити (а відтак і переконати), коли автором публікації виступає сторонній журналіст, а не посадова особа митниці. Інакше кажучи, коли не сама митниця говорить про себе, а про неї розповідають інші. Ступінь довіри й позитивного сприймання інформації, а через те й митниці, значно підвищується, особливо, коли автором є відомий журналіст, що має власну специфіку (в тому числі жанрову) побудови й подання матеріалу.

#### ***4.2. ІНСТРУМЕНТИ ПИСЕМНОГО МИТНОГО ДИСКУРСУ***

Одна із проблем сьогоденної Європи – підготовка України до вступу у Євросоюз. А одним із завдань цього підготовчого періоду є гармонізація митного законодавства, системи опису і кодування товарів, податків. Це завдання прямо не пов’язано з інтеркомунікацією, але якщо говорити й піклуватися про міжнародне співробітництво, ми маємо на

увазі ефективність ділового спілкування. Як впливають розбіжності у функціях митних служб, наприклад, Німеччини й України, певна різниця у кодуванні товарів, у визначенні ставок митних податків, в оформленні митних документів на ефективність ділового спілкування?

В умовах всесвітньої торгівлі митні служби мають свої інструменти для ділового спілкування. До них відносяться: митний тариф, митна вартість, митні режими, походження товарів і преференції, зовнішньоекономічний нагляд, зовнішньоторговельна статистика, міжнародна правова і адміністративна допомога [125].

Використання того чи іншого з цих інструментів приписує оформлення відповідної митної документації, мова якої суворо нормована як за формою, так і за змістом. Формальні процедури можуть і повинні здійснюватися як можна повніше у безпаперовій формі. У Німеччині з лютого 1997 року вже розпочали використовувати електронний митний тариф, який забезпечує електронну комунікацію між митною службою і декларантами, інші електронні системи перебувають у стані розробки та випробувань.

Митна документація є частиною письмового ділового спілкування у зовнішньоекономічній діяльності. Що може полегшити це спілкування? Можливо, сформованість табулярних форм декларацій, накладних, спрощення граматичних конструкцій, виділення якого-небудь елемента тексту та інші позначки (екстралінгвістичні засоби мовлення). Для побудови загальної стратегії взаємодії необхідною умовою є інтерсуб'єктивність знака, тобто єдина і подібна система кодування і декодування в учасників взаємодії.

Існує вже ряд документів, що розроблені для спрощення ділового спілкування у рамках ЄС. До них, перш за все, слід віднести: офіційну митно-тарифну довідку, зведену митну декларацію, свідоцтво про походження товару, угоди щодо заохочення взаємної торгівлі. Ці



документи є не лише засобом правового захисту, але й ділового спілкування. Більше ста директив і положень, які раніше діяли на території країн-членів, поєднані у Митному кодексі і Положенні про його застосування. При цьому проводилася повномасштабна гармонізація та упорядкування митного права, що діє у рамках Співтовариства [126]. Усе це нормує, але й спрощує ділове спілкування.

Слід, однак, зазначити, що знання вищенаведених форм письмової комунікації є базовим для виконання професійних обов'язків фахівцями вже найнижчого рівня. Таким чином, до інструментів писемного митного дискурсу відносяться, перш за все, ділові папери. Ці форми документів для ділового спілкування добре знають як в митницях, так і суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності.

Але нові завдання митної служби стосовно зв'язків з громадськістю, формування позитивного іміджу митних установ диктують і нові інструменти писемного митного дискурсу. Якими видами письмової комунікації слід володіти керівникові для просування своєї структури, свого підрозділу в комунікативному просторі? Безперечно, це стосується питань роботи з громадськістю, управління потоками комунікацій, що служать виконанню робочих завдань, з формування іміджу організації тощо. Тому наш наступний розділ присвячений саме цим питанням.

#### **4.2.1. Правила підготовки текстових матеріалів**

Прийнято вважати, що навчати спілкування і професійного написання текстів потрібно лише журналістів і спеціалістів з ПР. Але від керівника будь-якого рівня значна роль спілкування вимагає професійного управління своєю комунікативною діяльністю. А це, у свою чергу, передбачає наявність у керівника цілого ряду комунікативних умінь, одним з яких є вміння писати тексти для ока і для вуха. Успішний текст

для письма повинен витримати саме найприскіпливіше вивчення. З іншого боку, слухач має лише одну можливість прослухати і зрозуміти повідомлення. Якщо слухач не сприйняв його з першого разу, воно вже

майже не має шансів бути сприйнятим узагалі. Тому завданням “письменника для вуха” є “згребти слухача швидко” – на самому початку промови [116]. Тексти для вуха треба писати короткими фразами. Слід уникати довгих і складних речень – вони важко сприймаються на слух, а також не слід зловживати довгими, важкими для вимови словами. Їх важко не лише вимовляти, але й сприймати.

Саме ці особливості сприйняття різних ЗМІ диктують жанрово-змістовні правила, за якими слід готувати матеріали. Відомо, що для радіо і телебачення більш характерні короткі повідомлення. Тому відповідальні представники митниць готують переважно короткі сюжети або “закадрові” повідомлення про затримання на кордоні, про вилучення або конфіскацію валюти, товарів та інших предметів. Їм слід пам’ятати також про небезпеку наразитися на підводні камені чи мілини: за своєю психологією людина схильна співчувати порушникам, убачаючи в них “жертву закону”. Якщо не йдеться про контрабанду наркотиків, зброї, культурних цінностей, є ризик викликати швидше роздратування, ніж розуміння. З цих же причин не варто розповідати про “дрібні” затримання. У руйнуванні усталених стереотипів та створенні нового образу митниці найбільш ефективними і психологічно впливовими визнаються факти: “митниця дає прибуток державі”, “затримка крупних правопорушників”, тобто ефект “корисності” і т. ін. Наведемо приклад з матеріалів “Митниця інформує”, які були підготовлені прес-центром Новгород-Сіверської митниці наприкінці 1998 року для газет Семенівського і Коропського районів:

“...До кінця року керівництво Держмитслужби планує довести обсяг митних надходжень до бюджету до 3-х мільярдів гривень. Ця цифра, зрозуміло, могла б бути вагомішою, коли б громадяни більше поважали Закон. За останні три тижні жовтня в зоні діяльності митниці громадяни, які слідують через митний кордон України, допустили ряд порушень чинного законодавства.

10.10.98 р. громадянин Росії Щ. поза митним контролем намагався ввезти іноземну валюту в Україну на загальну суму близько 19 тисяч гривень. Співробітники митниці разом з прикордонниками громадянина затримали, порушено кримінальну справу...” [123]. Далі було наведено ще 8 прикладів порушень.

Такі короткі повідомлення, тематичні добірки (приклади порушень, скажімо, ст. 118 Митного кодексу України, до речі, найбільш поширені серед громадян) можна супроводжувати роз’ясненнями міри відповідальності за скоєне порушення. Тоді наведені приклади порушень будуть переконливою ілюстрацією до чинного митного законодавства. Інформація починається з посилання на авторитет “керівництво Держмитслужби”, що також привертає й посилює увагу читача (прийом апеляції).

Що ж стосується універсальних правил написання текстів у сфері зв’язків з громадськістю, то до них належать [Пор.: 116]:

**1. Простота речень.** “Не більше однієї ідеї і не більше одного образу в одному реченні” – за Бабелем.

Речення мають бути трохи більшими, ніж підмет, присудок і додаток. Короткі речення забезпечують легкість і швидкість виступу. Вони допомагають досягти ясності. Так, речення, що складаються з 8 слів і менше, читаються дуже легко. А складні речення – близько з 30 слів сприймаються дуже важко.

**Ритм тексту** визначається сполученням речень, які мають певну довжину. Найбільш вдалим вважається ритм, який утворюється реченнями: довге, коротке, дуже коротке, трохи довше. До того ж середня довжина речень не повинна перевищувати 20 слів. Набагато краще, якщо це буде 12 – 15 слів.

Не менш важливо слідкувати за довжиною параграфів – вона теж має бути невеликою. Редактори ЗМІ віддають перевагу параграфам довжиною у 50 – 70 слів. Один із способів тримати довжину параграфа малою – це обмежити його трьома – чотирма реченнями. Чим ширше аудиторія, яка сприймає текст виступу, тим ширше потенційне коло однодумців.

**2. Прості речення.** Укладачі текстів для ЗМІ користуються повсякденною мовою своєї аудиторії. Тому довгих слів повинно бути не більше ніж одне з десяти. Використання іменників на позначення предметів дозволяє уникнути прикметників і прислівників, що захаращують текст повідомлення.

**3. Переконливість.** Позицію автора треба підтримати – фактами, цифрами, документами – настільки, щоб переконати співрозмовників у правильному відображенні подій. Вдала промова, репортаж, повідомлення повинні відповідати правилам: “покажуй, по-перше, розповідай, по-друге”. “Показ” означає образну подачу повідомлення, яка дає можливість іншим учасникам мовленнєвої взаємодії бачити події очима їх учасників. Прийом показу створює в адресата/ів ефект присутності, що посилює емоційний вплив матеріалу, а тим самим його дієвість.

**4. Природність стилю.** Писати повідомлення, статті, замітки, прес-релізи треба тією мовою, якою ви розмовляєте. Для написання успішних інформаційних повідомлень для газет, а також теле- і радіоновин використовується відома у журналістиці форма “перевернутої піраміди”. Ця форма означає, що всі важливі інформаційні матеріали мають бути викладені на самому початку тексту – в одній – двох перших фразах або

абзацах. Решта інформації розташовується далі у порядку зниження значущості. І якщо перша фраза не привернула уваги читача, стаття може здатися йому такою, що не заслуговує на прочитання. Крім того, редактор часто скорочує текст прес-релізу. Це просто зробити, відрізавши нижній, як правило, менш інформативний кусок тексту.

Тобто початок повідомлення-новини – найкритичніший його елемент. Він має містити відповіді на запитання: що, хто, де, коли, чому і як трапилося. Форма прямого розкриття подій на початку властива прес- і ньюз-релізу. Існує також форма, де на початку новини повідомляються якісь специфічні, незвичайні риси, події, а лише потім розповідається суть того, що трапилося.

#### **4.2.2. Матеріали для преси**

Якщо висвітлення діяльності організації у ЗМІ має найрізноманітніший характер, громадська думка може дійти свідомого ставлення до неї. Інформація має відображати попередні досягнення організації, проливати світло на керівників: яку користь (політичну, фінансову, соціальну тощо) керівники й організація приносять державі, конкретному регіону. З метою формування і підтримки позитивної громадської думки про себе, для забезпечення бажаної поведінки суспільства щодо організації керівник повинен контролювати надання пресі таких матеріалів:

**1. Бекграундери**, тобто інформація сучасного новинного характеру. Ця новина не є сенсацією, вона про нові напрямки діяльності, про поточні заходи. Чим більша організація, чим вище її значимість у вирішенні актуальних проблем суспільства, тим більш необхідне розміщення бекграундерів у пресі. Необхідно, хоч це і нелегко, переконати вище керівництво у тому, що інформувати про себе пресу треба постійно.

Бекграундер може містити інформацію, що доповнює більш короткий прес-реліз.

**2. Ньюз-, або прес-реліз** – це повідомлення, що містить важливу новину чи корисну інформацію для широкої аудиторії.

**3. Медіа-кит, або прес-кит** – другий за значимістю засіб ПР після прес-релізу. Прес-кит містить декілька видів матеріалів, потенційно корисних для преси: прес-реліз, бекграундер, біографія, фото і ще один – два інших матеріала. Кит призначено для відповіді на найімовірнішу реакцію преси у зв'язку з заявою організації. Медіа-кит також може містити факт-листи, а також листи “запитання та відповіді”. Завдання керівника або спеціаліста з питань ПР – вирішити, як багато і яка інформація має бути включеною у прес-кит.

**4. Особисті або авторські статті.** Це статті, удавано підписані посадовою особою конкретної організації. Частіше ці статті пишуться спеціалістом ПР. Авторські статті представляють керівника як експерта, підвищують репутацію організації й імідж керівника як джерела, що заслуговує на довіру. Організація нерідко використовує копії таких статей у прямій розсилці з метою формування та підтримки свого позитивного іміджу.

**5. Оглядові статті** інтегрують досвід декількох організацій у галузі. Такі оглядові статті можуть ініціюватись як виданнями, так і керівниками або спеціалістами ПР організацій.

**6. Факт-лист** – це короткий документ, що компактно відображає профіль організації, посадової особи, події. Факт-листи звичайно підтримують інформацію прес-релізу або бекграундера і є редактору підручним джерелом ресурсних матеріалів для статей. Типовий односторінковий факт-лист включає короткий опис організації, сфери її діяльності, прізвища керівників, місцезнаходження, важливу статистику, короткий опис історії організації.

**7. Форма “Питання-відповідь”.** Вона часто заміняє чи доповнює факт-лист інформацією, яка найбільш вірогідно матиме попит. У такій формі дається перелік питань, що часто ставляться, і дає на них відповіді.

**8. Біографія.** У біографії перелічуються факти про конкретну особу. Більшість організацій ведуть збірник біографій усіх вищих керівників. Такі біографії зберігаються для можливого швидкого використання у новинах.

**9. Фотографії** використовуються для підтримки текстових матеріалів. Основними вимогами до них є: чітке зображення, виразність, правильний вибір кута і точність зйомки.

**10. Заяви.** Вони покликані проголосити чи прояснити позицію/політику організації з якихось питань [Пор.: 116].

Ми навели перелік і вказали на функції лише тих видів матеріалів, які можуть використовуватись у митному дискурсі. Як свідчить практика, крім репортажів про події – про затримання контрабанди, про зустрічі з місцевою громадськістю, прес-конференції тощо, – особливу цінність становлять три головні форми висвітлення: інтерв'ю, прес-релізи, загальноінформаційні (у т. ч. звітні) повідомлення для громадськості (брошури, статті).

При написанні матеріалів для читача преси слід дотримуватися правил укладання текстів у ПР. Мета та ідея повідомлення мають бути сформульовані до складання текстів. Шанси на публікацію відісланого до газети прес-релізу підвищують такі вимоги до ідеї повідомлення, яка повинна: 1) мати відношення до читача газети; 2) привернути увагу читача; 3) зворушити читача; 4) знаходитися у полі інтересів читача. Після встановлення мети та ідеї комунікації слід зробити чернетку повідомлення. Це дасть можливість організувати послідовний виклад тез та аргументів повідомлення.

На необхідність уміти готувати матеріали для преси вказують дані,

що надходять з митниць. Так, тільки для проведення роботи щодо роз'яснення чинного законодавства серед жителів зони діяльності Новгород-Сіверської митниці у 1996 – 1-му півріччі 1997 рр. у газеті Семенівського району “Жизнь Семеновщины” було надруковано 24 статті інформативного плану, в газеті Коропського району “Коропська правда” – 8, в обласній газеті “Деснянська правда” – 6 матеріалів, дві статті вийшли в київській газеті “Посередник” за підписом працівника прес-центру Держмиткому. Фактам затримання контрабандних товарів на посту “Трем'яч”, а також роботі підрозділів митниці взагалі були присвячені статті в обласній газеті “Гарт”, з якою митниці вдалося налагодити добрі зв'язки і дійти взаємопорозуміння. У зв'язку з передачею в 1997 році митного поста “Бахмач” до складу Новгород-Сіверської митниці районна газета помістила два інформаційні матеріали прес-центру митниці.

А в газеті Новгород-Сіверського району “Радянське Полісся” за цей період надруковано 29 статей інформативного плану, а також виступи начальника митниці, заступника начальника митниці, начальника відділу митних доходів та платежів, начальника по роботі з особовим складом, інспекторів вантажного відділу й відділу митних доходів та платежів [118]. Слід зазначити, що профілактично-роз'яснювальна робота з населенням проводиться за кількома напрямками і фахівці, які її проводять, обіймають посади різного рівня. Тобто як висновок слід брати до уваги необхідність навчання усного і писемного ділового мовлення фахівців різних напрямків роботи і рівнів посад.

#### **4.2.3. Загальні правила відносин із ЗМІ як інструмент успішної комунікації**

Відносини з пресою залишаються одним із найважливіших напрямків роботи організації. Преса є для організації, по-перше, каналом



широкого інформування суспільства про саму організацію, а по-друге, джерелом інформації, необхідним для прийняття рішень.

У роботі з пресою слід пам'ятати, що організація зацікавлена у висвітленні тільки позитивних фактів своєї діяльності або у вигідній для себе інформації. Преса ж зацікавлена в ідеях та матеріалах, на основі яких можна побудувати журналістські матеріали, що викличуть зацікавленість у читачів. Преса, головним чином, публікує матеріали гостросоціального характеру – на злобу дня або загальнозначимого (для галузі, суспільства) характеру. Тому інформація, яку надає організація, повинна подавати новини або підтримувати елементи новин. Зв'язок з пресою є досить відповідальною діяльністю. В епоху широкого інформаційного, комунікаційного простору громадська думка формується в значній мірі під впливом того, що люди читають чи чують у ЗМІ. Саме тому керівники організацій і спеціалісти у зв'язках з громадськістю покликані диригувати відносинами між своєю організацією та ЗМІ, підтримувати інформаційний баланс.

Ось основні принципи таких відносин [127]:

1. Гнучкість та адаптивність до ситуації. Організація, що претендує на широку позитивну відомість, безперечно, зобов'язана мати план роботи із ЗМІ. Однак у роботі з позаплановими запитами гнучкість може бути переважнішою перед жорстко обмеженою політикою.

2. Розв'язання проблеми некомпетентного та недобросовісного висвітлення роботи організації або події чи факту, що стосується організації – це акредитація представників ЗМІ.

3. Надання ЗМІ одного голосу, що дозволяє сформулювати позицію організації в цілісній і без притиріч формі. ЗМІ надають перевагу багатьом судженням з метою отримання яскравої та мальовничої картини, що для організації не завжди виграшний варіант. Усім в організації має бути відомо, що лише конкретна персона уповноважена повідомляти

інформацію зовнішньому світу від імені організації.

4. Не пропонуйте в якості “споукперсони” першу особу організації. Перша особа може бути гарним керівником або професіоналом, що, однак, недостатньо для широкого публічного успіху. ЗМІ часто наполягають на діалозі саме з першою особою. Іноді це має сенс – у переломні моменти історії організації. У більшості ж випадків краще запропонувати ЗМІ підготовлену “споукперсону”, яка має достатньо знань та досвіду роботи з фокусами, вибриками репортерів із ЗМІ.

5. Не завжди прислухайтесь до поради юриста. Робота юриста – захищати організацію від проблем у суді. Проблеми з судом громадської думки можуть бути більш вагомими, тому дотримуйтесь наступного правила 6.

6. Не чекайте поки буде зібрано факти, щоб оскаржити несправедливі звинувачення організації. Своєчасне оскарження продемонструє публіці, що ви не збираєтесь приймати необгрунтовані звинувачення.

7. Не обов’язково відповідати на кожне запитання. Відповідати треба тільки на ті питання, з якими ви зможете впоратися.

8. Заперечуйте, якщо ваша позиція неправильно відображена публічно. Якщо ЗМІ допускають помилки, висловіть своє незадоволення. Зателефонуйте репортеру, вимагайте виправлення помилки. Якщо Ви цього не зробите, помилка піде далі, поки не стане медіа-фактом. Вігорідність помилок знижує процедура попереднього узгодження матеріалу до його запуску до друку.

9. Не тримайте журналістів на короткому повідку. Робота журналіста – добути інформацію, незважаючи на наслідки. Роль фахівця ПР – бути адвокатом для своєї організації. Поки обидві сторони розуміють і поважають позицію одна одної, співпраця з журналістами в інтересах організації.

10. Поділяйте інформацію з співниками. Ваші співробітники, суміжні організації, клієнти можуть бути корисними у роботі з громадськістю і мас-медіа. Тому вони мають бути поінформовані щодо позиції організації відносно предметів інтересу ЗМІ.

11. Тактичний програш може зберегти стратегічну позицію у громадській свідомості. Ви можете програти баталію із ЗМІ, але виграти тривалу війну за довіру громадськості. Посадова особа, яка своєчасно публічно визнає свої помилки, має можливість зберегти довіру до організації.

Якщо виходити з вищенаведених засад, то, з одного боку, для організації корисно залучати до співпраці кореспондентів газет, радіо і телебачення. А з іншого боку, слід бути уважними в принципових питаннях. Що стосується, наприклад, митниць, коли йдеться про роз'яснення окремих положень митного законодавства чи змін у ньому. Тут покладатися на сторонніх журналістів не слід: часто вони припускаються суттєвих помилок, не вважаючи за потрібне точно дотримуватися букви закону. Як наслідок, читачі можуть бути, по суті, дезінформовані.

У ст. 2 Закону України “Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні” записано: “...не допускається вимога попереднього погодження повідомлень і матеріалів, що поширюються друкованими засобами масової інформації, (...), крім випадків, коли посадова особа є автором поширюваної інформації або дала інтерв'ю”. Тобто якщо працівник митниці сам готує матеріал для публікації чи у нього беруть інтерв'ю з приводу тих чи інших питань, корисно заздалегідь пересвідчитися в тому, що офіційна думка митної служби викладена правильно.

Щодо статей Митного кодексу, які стосуються висвітлення пріоритетних для громадян видів діяльності митної служби, наказів, що

викликають інтерес у широкого загалу, мають бути, на нашу думку, проведені консультації між ЗМІ та Службою. Можуть розроблюватись правила висвітлення роботи ДМСУ, її підрозділів, до розробки яких доцільно залучати й самих журналістів.

Без сумніву, найважливішими важелями, що дають можливість впливати на громадську думку, є ЗМІ. Формування ефективних і корисних правил і положень щодо роботи з громадськістю, в т. ч. і з ЗМІ, – це постійний процес, який вимагає вдосконалення та адаптації до мінливих ситуацій і набуття уроків з попереднього досвіду. Такі рекомендації й поради мають велику цінність, але не всі з них, ясна річ, годяться для кожної конкретної ситуації; інші можуть застосовуватись на практиці через проведення деякої реорганізації (введення нових службових обов'язків) підрозділів по роботі з особовим складом з метою проведення більш цілеспрямованої роботи з громадськістю. Й усе-таки вони мають одну постійну мету – забезпечення появи і поширення інформації про роботу митної служби, формування її позитивного іміджу.

Слід визначитись з інформаційним полем: чим ширшим воно буде, тим краще. Але це в ідеалі. Практика підказує, що неможливо охопити всі ЗМІ, особливо коли йдеться про велике місто з розвиненою інформаційною мережею. Більше того, трапляється, що й самі газети протистоять таким контактам. І все ж починати треба з вивчення всіх ЗМІ регіону, враховуючи тираж газети, зону розповсюдження, її тематичне й ідеологічне спрямування, і не в останню чергу – особисті пристрасті головного редактора. (Через власну упередженість головний редактор може відмовитись публікувати матеріали про митницю і його слід переконати в актуальності та доцільності інформації; тоді він переконає й читача).

Як уже зазначалось раніше, читачів можна віднести до активних споживачів інформації, котрі на свій розсуд обирають, який матеріал їм

читати, і можуть довше зосередитися на ньому. Радіослухачі ж, так само й телеглядачі, становлять аудиторію випадкову, тобто пасивну. Тому увагу тут слід віддавати коротким повідомленням – яскравим і зрозумілим, насамперед дбаючи про адресність інформації – для широкого загалу, коли йдеться про новини з життя та діяльності митних органів; для громадян – коли роз'яснюються правила переміщення громадянами предметів через митний кордон України; для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності – інформація з питань митного законодавства в частині, що стосується цього аспекта.

Залежно від адресата обираються також і радіо- й телепрограми з урахуванням, що дуже суттєво, часу їх виходу в ефір. Отже, сконцентруватися слід на використанні тих ЗМІ, за допомогою яких можна найповніше і найширше досягти потрібної аудиторії.

#### ***4.3. АКТУАЛЬНА ФОРМА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: СТВОРЕННЯ ІМІДЖУ***

Як свідчить вищенаведена інформація, комунікативно-професійна компетенція керівників охоплює не лише суто професійне спілкування, багато часу й уваги приділяється питанням комунікативного менеджменту, тобто вирішенню завдань щодо формування позитивної популярності організації, її іміджу, визнання і просування організації, навіть особи тощо. Тобто формування іміджу, з одного боку, є метою й одним із завдань професійного спілкування працівників митних установ, а з іншого боку, формою ділової комунікації, так звані іміджеві комунікації.

Такі завдання викликані потребою часу, а навчання нових актуальних форм професійної комунікації, яких раніше не було на карті наших понять і орієнтирів, – це вже завдання педагогічної науки і практики.

Дамо робочу дефініцію. Під *іміджевими комунікаціями* розуміється актуальна форма ділової комунікації, що виникає у процесі створення, зміни або підтримки іміджу організації чи особи.

Одна із нагальних проблем ДМСУ – це формування її позитивного іміджу, що є результатом інформаційного впливу на громадськість, тобто так чи інакше – результатом потоків комунікації митної служби. Про фактори, які впливають на створення позитивного ділового іміджу керівника, ми поговоримо далі. У цій главі на прикладі Академії митної служби хотілося б висвітлити питання формування іміджу навчального закладу нового типу як комунікативного програмування.

Імідж. Що це? Модне нововведення як у житті, так і в навчальних планах чи ж усвідомлена необхідність. Хотілося б визначитися з актуальністю цього питання для нас, тобто чи слід формувати імідж вищого навчального закладу, тим паче відомчого.

Паблік рилейшнз та іміджелогія посідають важливе місце серед різноманітних процесів управління інформаційним простором навколо людини, яка за період існування цивілізації різко збільшила присутність і обсяги інформації навколо себе. При цьому відбувається певне пересікання світу реального і світу символічного. Ми поступово перемістилися у той світ, де вагомими категоріями стали явища іміджу й репутації, що знаходять цілком матеріальні, фінансові обриси.

Імідж покладено в основу багатьох явищ сучасного життя. Він є як економічною, політичною, так і соціологічною категорією. В економіці він допомагає продавати товари, у банківській діяльності притягує клієнтів, у політиці формує ставлення до тієї чи іншої фігури, а соціологічний аспект цієї категорії зустрічається у багатьох явищах і процесах громадського життя (імідж сім'ї, особистості, імідж соціального інституту освіти тощо).

Вже стало фактом, що ніяка велика організація не може в наш час функціонувати без урахування громадської думки. Що ж необхідно

сучасній вищій школі? Щоб дати відповідь на це питання треба знати, на що чекає від вищої школи споживач, якими критеріями керуються, обираючи той чи інший навчальний заклад. Що означає бути навчальним закладом нового типу?

Для організацій, працюючих на ринку навчальних послуг, розроблені основні рекламно-іміджеві аргументи, які допоможуть нам висвітлити це проблемне питання. Отже, економічні аргументи: рівень майбутньої заробітної платні, рівень стипендії на період навчання. Далі соціальні аргументи: майбутнє високе професійне та соціальне становище, визнання громадськістю досягнень випускників, популярність та унікальність навчального закладу і науково-педагогічних кадрів. Інша група аргументів – це організація та забезпечення навчального процесу: високий рівень проведення занять, пріоритет активних методів навчання, індивідуальний підхід до навчання, можливість вибору навчальних програм і курсів та багато інших аргументів, які зараз дуже важливі. Інформація, здобута згідно з ними, формує у свідомості студентів, абітурієнтів та роботодавців позитивний погляд, а саме формує позитивний імідж навчального закладу.

Що ж таке імідж сучасної школи? Зрозуміло, що це образ організації в уяві певних груп громадськості. А проблема іміджу сучасної школи – проблема пошуку, розробки та застосування управлінських, пізнавальних та художніх засобів створення позитивного образу навчального закладу. Імідж дозволяє сучасній школі вирішити такі основні завдання: пропагувати свої здобутки, закладати до іміджу основні цілі, стимулювати позитивне ставлення широкого загалу до навчального закладу.

Становлення іміджу Академії митної служби України ще на початку її розбудови розглядалося Державною митною службою як одне з пріоритетних завдань. Становлення державної структури – це завжди глобальне завдання, тому формування іміджу цієї структури – це

створення іміджу молодій державі. Митниця – це обличчя держави і Академія має відіграти тут свою роль. Свідомо, без достатнього теоретичного і практичного досвіду, Академія “взялася” за іміджеву проблематику.

Перед науковцями Академії і практиками Державної митної служби постало конкретне завдання – змінювання іміджу Служби і створення позитивного іміджу Академії.

Слід осмислити імідж Академії митної служби України й умови його створення, розглянути деякі з технологій створення іміджу для подальшої більш плідної роботи в цьому напрямку.

Методологічною базою проведеного дослідження було обрано структурно-функціональний аналіз, тому що поряд із структурним вивченням проблеми іміджу необхідне вивчення специфіки його функціонування в кожному окремому випадку.

Слід зазначити, що характеристикою початкового етапу роботи у цьому напрямку в Академії стало переплетіння двох підходів: ситуативного і традиційного, в контексті яких у вітчизняній науці розглядається імідж. Традиційний підхід зводиться до припасовування реальних характеристик суб’єкта під громадські уявлення про схвалювані риси і до фіксування отриманого результату у масовій свідомості на тривалий термін. Ситуативний же підхід робить акцент на образі діяльності суб’єкта [128].

У рамках традиційного підходу Академія заявила про себе як про унікальний для України навчальний заклад, другий у країнах СНД, де ідея створення навчального закладу нового типу об’єднала кращі в регіоні науково-педагогічні кадри. Було відкрито популярні спеціальності, де замовником виступила ДМСУ. Працевлаштування випускників – це вагомий аргумент для громадськості, який гарантує високе професійне та соціальне становище фахівця.



З позицій ситуативного підходу значущим став той факт, що діяльність навчального закладу відразу було розпочато з урахуванням новітніх PR-технологій: розроблено логотип Академії, видано інформаційні буклети. Уся система назв, символів, знаків, лого, кольорів та ритуалів, які проектує “індивідуальність” митної служби і Академії, “працює” на мету корпоративної ідентичності. Корпоративна ідентичність відображає їх місію, структуру, діяльність та претензії. Було засновано також фахове наукове видання “Вісник Академії митної служби”; у навчальні плани як курсантів, так і слухачів факультету післядипломної освіти включено курс автора з формування іміджу митних установ. До програми цього курсу входить:

1. Відомості про PR. Загальне і відмінне суміжних понять: імідж, реклама, публіситі, пропаганда.
2. Інструментарій створення уявлених світів: символи, ритуали, міфи, чутки, анекдоти, ТБ тощо.
3. Типи іміджів.
4. Імідж лідера як комунікативне програмування.
5. Технології побудови/реконструкції іміджу: типовий алгоритм формування іміджу, позитивний діловий імідж керівника.
6. Тренінги.
7. Організація роботи із ЗМІ.
8. Підготовка публічного виступу.

Після цього навчального курсу у 2003 році серед слухачів було проведено опитування, в якому взяли участь представники 14 митних підрозділів з різних регіонів України (митниці: Бориспільська, Кельменецька, Івано-Франківська, Могилів-Подільська, Миколаївська, Закарпатська, Глухівська, Мариупільська, Придунайська, Рава-Руська, Вадул-Сіретська, Луганська, Чернігівська, митний пост “Ужгород”).

Усі респонденти відповідали на таке запитання: яку інформаційну

допомогу Ви вважаєте за корисне отримати для практичної роботи Вашого підрозділу:

- 1) рекомендації по роботі із ЗМІ;
- 2) теоретичні положення курсу з іміджелогії;
- 3) як підготувати публічний виступ;
- 4) матеріали для преси, їх види і значення;
- 5) як підготувати й написати текстовий матеріал;
- 6) прийоми ПР і реклами (прийоми формування іміджу): перелік;
- 7) технологія створення іміджу керівника.

Аналіз відповідей показав, що рекомендації по роботі із ЗМІ хотіли б отримати 26,6 % респондентів, серед яких слід відзначити працівників Бориспільської та Придунайської митниць, до підрозділів яких преса й телебачення самі часто проявляють увагу.

Потребу в знаннях теоретичних положень курсу іміджелогії відчують фахівці Подільської регіональної митниці і, що цікаво, на це вказали всі працівники трьох різних митниць (Кельменецької, Могилів-Подільської, Вадул-Сіретської), які підпорядковані Подільській регіональній митниці. Тобто можна визнати це питання актуальним для регіону і, що важливо, цю актуальність розуміють фахівці з різних митниць.

Добрим показником, який характеризує якість кадрового складу митної служби, є прагнення до самовдосконалювання. Так, 86,6 % опитаних бажають опанувати технологією і прийомами створення іміджу керівника, а також удосконалити свої вміння публічно виступати.

Інтерес, який проявили 93,3 % респондентів до інформаційної допомоги щодо підготовки і написання текстових матеріалів, свідчить про те, що така діяльність займає багато часу у роботі керівника і викликає певні складнощі. Процес підготовки матеріалів можна і слід технологізувати, а тим самим і полегшити, засвоївши певні правила.

Практичне їх застосування дуже скоро принесе свої плоди.

Слід зазначити також, що інформація загального плану щодо видів матеріалів для преси не викликала жвавого інтересу через здебільшого теоретичний характер. Лише 20 % респондентів хотіли б розширити свій кругозір.

Своїми відповідями працівники митних органів з різних регіонів України визначили, що питання роботи з громадськістю, у тому числі із ЗМІ, питання формування як власного іміджу, так і іміджу свого підрозділу є актуальними, невідкладними і ще недостатньо знайомими.

Ми розуміємо, що всі опитування ґрунтуються на тому, про що думає певна частина людей у конкретний відрізок часу. Коли ми наводимо результати свого опитування, то ризикуємо виявитися недостовірним джерелом інформації, але, з іншого боку, якщо ми ігноруватимемо їх, то позбавимося інформації, що часто-густо може бути вирішальною (або вагомою) у поточній роботі з громадськістю. Важливим є те, що як самі запитання, так і відповіді дають можливість визначити загальну тенденцію.

Життєдіяльність іміджу тримається на поміченому ще Гераклітом ефекті сприймання: “Головне – не те, що є, а те, як ми це розуміємо”. Отже, питання “чи може організація не формувати свій імідж, а замітати цю проблему під килим?” практично риторичне. Можна. Але в такому випадку він сформується громадськістю стихійно, а значить, – не контрольовано керівництвом організацій. Тому ПР-завдання ставиться не в опозиції: мати – не мати імідж, а в парі: мати стихійний чи контрольований імідж.

Виходячи з того, що імідж – це образ організації в уявленні груп громадськості, він може бути дещо різноманітним для різних груп, оскільки бажана поведінка цих груп щодо організації може відрізнятись. Цільовою аудиторією (тобто цими групами громадськості у конкретних

ситуаціях) для Академії і митної служби можуть бути:

- все населення країни (широка громадськість);
- суб'єкти ЗЕД;
- інші державні структури;
- співробітники митної служби. Це дуже важлива цільова аудиторія

для кожної організації.

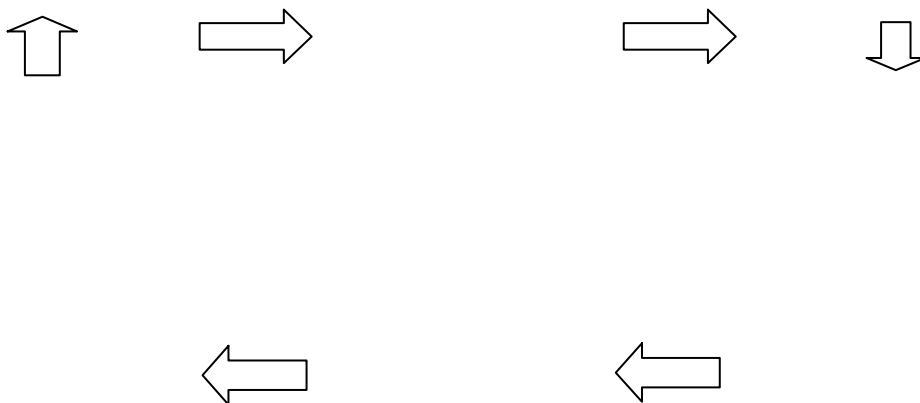
Для співробітників важливий імідж їхньої організації. Вони мають бути впевнені, що роблять корисну справу, повинні відчувати себе часткою чогось. Для широкої громадськості може бути більш важливою громадська позиція організації (наприклад, упевненість, що контрабанда в Україну не пройде). Для суб'єктів ЗЕД – надійність, оперативність, чесність, стабільність.

Тому робота щодо створення іміджу проводиться цілеспрямовано для кожної групи і різноманітними засобами.

Імідж – це інструмент досягнення стратегічних цілей організації, тобто тих, що охоплюють головні напрямки її діяльності й орієнтовані на перспективу. Позитивний імідж підвищує рейтинг організації, залучає клієнтів і партнерів, і, що важливо для будь-якої структури, у т. ч. і державної, полегшує діяльність і доступ до ресурсів (фінансових, інформаційних, людських, матеріальних).

Імідж митної служби можна відобразити у вигляді ланцюжка (схема 4):

Схема 4



Таким чином, імідж працює на ефективність у плані: 1) скорочення кількості порушень митних правил; 2) максимально ефективного захисту економічних інтересів держави, що виражається у конкретних сумах.

Позитивний імідж митної служби як надійної структури розрахований на створення у громадськості впевненості у захищеності своїх прав і свобод, у захисті особистих і державних економічних інтересів. Позитивний імідж митної служби та її вищого навчального закладу – один із факторів, які оптимізують управління державою.

На основі навчального курсу з іміджелогії для митних установ спільно з фахівцями-практиками з митної служби нами розробляються практичні рекомендації для використання в роботі. Тут прикладами можуть бути типовий алгоритм формування іміджу та загальні правила відносин із ЗМІ, які наведені далі.

Типовий алгоритм формування іміджу включає:

1. Вивчення думок, що склалися у громадськості про об'єкт, чий імідж передбачається створювати.
2. Вияв певних переваг і очікувань громадськості, рис і характеристик, якими, на думку громадськості, має володіти об'єкт, що претендує на позитивний імідж.
3. Конструювання іміджу даного об'єкту як відповідь на переваги та очікування громадськості.
4. Опрацювання стратегії формування іміджу, плану дій.
5. Безпосереднє створення іміджу, тобто втілення сконструйованої моделі у реальність. Реалізація стратегічного й оперативного планів.
6. Контроль за реалізацією плану, вимірювання проміжних результатів, коригування за необхідності як самої моделі, так і стратегій і дій щодо її втілення в життя.
7. Моніторинг за сформованого іміджу, діяльність щодо його

підтримки і необхідності модернізації.

Зрозуміло, що під час становлення у митних структур, в тому числі і в Академії, немає достатньо для цієї роботи ні досвіду, ні фахівців. Всі ці процеси – у стадії розвитку.

Як свідчить вітчизняна і міжнародна практика, звичайно створенням іміджу займаються служби ПР або служби зв'язку з громадськістю і пресою, рекламні агентства, спеціально створені групи професіоналів. Коли на нашому екрані перемагає агент ФБР – це ще один результат уваги до ПР взагалі і до створення іміджу, зокрема, колишнього голови ФБР Гувера, завдяки якому були створені серіали, комікси, радіопостановки, покликані ідеалізувати образ організації в очах громадськості.

КВК (Клуб веселих та кмітливих) силових структур України – це також іміджмейкерський крок. Але імідж потребує коштів.

До речі, російська кінострічка “Менты”, на наш погляд, значно піднімає імідж карних органів. А найвідомішим фільмом про митницю і досі залишається “Белое солнце пустыни”. Зверніть увагу: стрічка не про митницю, але її зробила вічною фраза “Митниця дає “добро”!”. Як рекомендація: Міноборони України має свою телепередачу “Служу народові України”, передача “Служу Советскому Союзу” була популярна завжди. І митній службі давно пора дати “добро” на свою передачу, відновити її.

На позитивну відомість “працюють” різні масштабні заходи. Так, як і в інших вищих навчальних закладах, в Академії проводяться міжнародні науково-практичні конференції, але їх ознакою є вагома участь фахівців-практиків митної Служби. Можливо вперше науковці були залучені до системи відомчої професійної підготовки. У рамках програми TACIS науково-педагогічні кадри Академії пройшли пропедевтичні курси з питань верифікації, митної вартості, діяльності митних служб Німеччини і Франції і системи їх професійного навчання. Як і в інших вищих

навчальних закладах, при Академії створено курсантське наукове товариство, але у цьому відомчому навчальному закладі вперше за ініціативи курсантів розбудовано молодіжний Євроклуб. Його конструктивним завданням стало брати посильну участь у процесах інтеграції України до ЄС.

Як висновок слід зазначити, що Академія й митна служба в цілому, на нашу думку, зобов'язані піклуватися про свій імідж, підтримувати добрі стосунки з громадськістю. Тим паче, якщо вони викликають інтерес, преса друкуватиме про них матеріали. Зміст, тон і добирання фактів формуватимуть їх імідж і обумовлюватимуться характером їх відносин із пресою, про що зацікавленим структурам слід попідклуватися зазделегідь.

Імідж базується не на абстрактних речах, а на невеликих, але наявних фактах діяльності організації або особистості. Тому завдання митної служби і Академії як її структурного елементу – управляти змістом новин про митну службу і її відомчий навчальний заклад. Це значить не лише співпрацювати із ЗМІ, але й створювати оповідання, статті, чутки, анекдоти про митницю, необхідні у плані управління громадською свідомістю.

Слід пам'ятати: більшість наших знань про світ – це знання на рівні іміджу, саме тому слід приділяти постійну увагу актуальній формі професійної комунікації – створенню іміджу своєї організації і свого власного.

На наш погляд, слід взяти до уваги думки митників-практиків стосовно актуальності такої форми професійної комунікації, як створення іміджу митної служби.

Далі наводяться результати анкетного опитування слухачів курсів підвищення кваліфікації факультету післядипломної освіти АМСУ. Опитування проводилось нами в 2001 – 2002 рр. серед начальників митних постів, начальників пасажирських відділів, заступників, резерву на ці

посади. Загальна кількість респондентів становить 178 чол. Опитуваним було запропоновано відповісти на 9 запитань анкети. Відповіді на ці запитання розміщені в наведеній нижче таблиці й подаються у відсотках від загальної кількості опитаних.

#### Опитувальний лист

1. Як, на Ваш погляд, характеризується митна служба громадською думкою?
2. За що, на Вашу думку, найчастіше “лають” митницю?
3. Що в іміджі митної служби необхідно змінити в першу чергу?
4. Що, на Вашу думку, в подальшому треба зробити (робити) для формування, підтримання позитивного іміджу митної служби?
5. Чи доводилось Вам спілкуватись із ЗМІ з приводу висвітлення діяльності Вашого підрозділу?
6. Чи потрібні організаційні заходи (якщо так, то які) для оптимальної регламентації роботи співробітників різних рангів під час роботи із ЗМІ?
7. Найпоказовіший анекдот про митницю (якщо є).
8. Ваші враження, думки, ідеї, пов’язані з даною темою.
9. Яку конкретну допомогу Ви хотіли б отримати в плані роботи із ЗМІ, формування іміджу керівника тощо?

Цей перший опитувальний лист не був досконалим, але ми залишили його майже на два роки, оскільки за цей час на нього відповіли митники, які обіймають посади середнього рівня, з усіх регіональних митниць України. І для визначення потреб у цій темі вирішено залишити його незмінним, що дало можливість з часом порівняти результати та зробити відповідні висновки.

Більшість респондентів (66,1 %) вважають, що митна служба характеризується громадською думкою негативно, але серед причин називають, перш за все, законодавчі та соціально-економічні. Лише 8,3 %



респондентів вважають, що серед причин слід розглядати і невігластво та хамство. На поліпшення кадрової політики, професійної підготовки, освітнього рівня, на підвищення уваги до зовнішнього вигляду, культури спілкування 22,9 % респондентів вказали як на актуальне й важливе завдання. 44 % опитаних вважають за доцільне проводити роз'яснювальну роботу з громадськістю щодо завдань і значення для країни митної служби, а також встановити тісну співпрацю із ЗМІ (наприклад, висвітлювати

Таблиця 17

**Узагальнені результати анкетних опитувань (2001 – 2002 рр.) слухачів курсів підвищення кваліфікації факультету післядипломної освіти АМСУ (начальників митних постів, начальників пасажирських відділів, заступників, резерву на ці посади)**

№ (1)	Запитання (2)	Відповіді (3)	% (4)
1.	Як, на Ваш погляд, характеризується митна служба громадською думкою?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- У цілому позитивно</li> <li>- Негативно</li> <li>- І позитивно, і негативно залежно від освіти, соціального стану тощо</li> <li>- Немає відповіді</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>19,1</li> <li>66,1</li> <li>11,1</li> <li>3,7</li> </ul>
2.	За що, на Вашу думку, найчастіше “лають” митницю?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- За великі митні збори та хабарі</li> <li>- За труднощі митного оформлення, тяганину, некомпетентність, низький професіоналізм</li> <li>- За постійні зміни в законодавстві, які не завжди встигають за розвитком суспільства</li> <li>- За невігластво, хамство</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>34,7</li> <li>21,5</li> <li>35,5</li> <li>8,3</li> </ul>

3.	Що в іміджі митної служби необхідно змінити в першу чергу?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Іміджем митниці повинні займатися <b>всі</b> підрозділи служби</li> <li>- Більше позитивної інформації в ЗМІ; налагодження постійних контактів із ЗМІ, роз'яснювальна робота з громадськістю</li> <li>- Удосконалювати форми й методи роботи</li> <li>- Більше уваги зовнішньому вигляду, культурі спілкування, освітньому рівню, проф. підготовці; поліпшити кадрову політику</li> <li>- Немає відповіді</li> <li>- Відповіді, які стосуються соціальних та законодавчих питань</li> </ul>	<p>8,9</p> <p>9,2</p> <p>19,1</p> <p>22,9</p> <p>15,9</p> <p>24,0</p>
4.	Що, на Вашу думку, в подальшому треба зробити (робити) для формування або підтримання позитивного іміджу митної служби?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- У ЗМІ висвітлювати завдання, які ставляться перед митницею, давати більше позитивної інформації; проводити семінари з декларантами, суб'єктами ЗЕД</li> <li>- Поліпшити кадрову політику, впроваджувати нові підходи до добору та навчання працівників</li> <li>- Стабілізувати законодавчу базу роботи митниці</li> <li>- Підвищити заробітну платню, щоб позбутися хабарництва</li> <li>- Мати в штаті психолога</li> <li>- Немає відповіді</li> </ul>	<p>44</p> <p>11,9</p> <p>17,9</p> <p>14</p> <p>3,8</p> <p>8,4</p>
5.	Чи доводилось Вам спілкуватись із ЗМІ з приводу висвітлення діяльності Вашого підрозділу?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Так</li> <li>- Ні</li> </ul>	<p>37,1</p> <p>62,9</p>

6.	Чи потрібні організаційні заходи (якщо так, то які) для оптимальної регламентації роботи співробітників різних рангів під час роботи із ЗМІ?	- Створити спеціальні підрозділи по роботі із ЗМІ; визначити питання співробітництва, напрямків роботи	21,5
		- Проводити прес-конференції, “круглі столи”, брифінги з висвітленням нормативної бази, позитивних прикладів про роботу митних органів; проведення прес-конференцій під час виникнення конфліктів, роз’яснення питань.	11,7
		Організовувати конференції та семінари керівників ЗМІ і митниць	1,5
		- Розробити методичку з організації чіткої взаємодії, розподілу повноважень	2,5
		- Проводити семінари з цього питання в системі навчання ДМСУ	30,3
		- Потрібні обов’язково (не конкретизуючи)	6,3
- Не потрібні	26,2		
- Немає відповіді	0		
7.	Найпоказовіший анекдот про митницю (якщо є)	- Наведено приклад - Немає відповіді - Не знаю	28,0 63,7 8,3
8.	Ваші враження, думки, ідеї, пов’язані з даною темою	- Актуальна, цікава, корисна	48,4
		- Нова	5,1
		- Треба в програмі навчання виділити більше часу для ознайомлення з такою темою	55,5
		- Позитивні	16,6
- Немає відповіді	13,5		

9.	Яку конкретну допомогу Ви хотіли б отримати в плані роботи із ЗМІ, формування іміджу керівника тощо?	- Отримувати з митниць України конкретну інформацію щодо впровадження передових технологій, прийомів ПР тощо	4,6
		- Мати свою газету, теле- і радіопередачу на ТБ; зняти фільм для населення про роботу митників з позитивними прикладами	13,6
		- Методичні розробки, рекомендації працівникам різних рангів для роботи із ЗМІ, з формування іміджу, література	29,9
		- Практичні заняття по роботі із ЗМІ, ділові ігри “Спілкування із ЗМІ” з використанням відеокамери, систематичне навчання	15,9
		- Ніякої допомоги не треба	7
		- Не знаю	2,2
	- Немає відповіді	30,6	

завдання, які ставляться державою перед митницею, давати більше позитивної інформації, фактів тощо). 37,1 % опитаних керівників мають досвід спілкування зі ЗМІ з приводу висвітлення діяльності свого підрозділу, вважають, що тема іміджу митної служби, робота з громадськістю є актуальною, корисною (48,4 %) і для 5,1 % респондентів новою. Саме тому в програмі навчання курсів підвищення кваліфікації керівного складу (начальників митних постів, начальників вантажних та пасажирських відділів, заступників, резерву на цю посаду) слід виділити більше часу на ознайомлення з особливостями усного й писемного ділового мовлення, засобами ПР та правилами роботи із ЗМІ. Таку думку поділяють 55,5 % респондентів. 48,1 % зазначають також, яку конкретну допомогу вони хотіли б отримати з цього питання. Серед позитивних даних слід назвати також негативні. А саме, 32 % слухачів курсів підвищення кваліфікації з опитаних груп не взяли участі в опитуванні, що свідчить про недостатню усвідомленість важливості зазначеної теми як для свого особистого службового зростання, так і для просування своєї

організації.

Порівнюючи результати анкетного опитування начальників відділів і начальників митних постів, упадає в очі більш широка компетенція й досвід останніх, про що свідчать їхні відповіді. Так, 77,3 % начальників митних постів, які були нашими респондентами, зазначили, що на сучасному етапі, на жаль, митна служба характеризується суспільною думкою негативно, і питанню поліпшення іміджу митної служби в цілому і кожного її підрозділу слід приділяти пильну увагу. Був відзначений також брак теоретичних знань з питань роботи з громадськістю, із ЗМІ, організації успішної ділової комунікації як для вирішення поточних, так і перспективних завдань. 86,4 % зазначили, що тема дуже необхідна в роботі і з нею мусить бути ознайомлений кожний співробітник митних органів; потрібні методичні рекомендації щодо формування іміджу, а також систематичне навчання (45,5 %). 22,7 % респондентів зазначили, що для оптимальної регламентації роботи співробітників різних рангів у ході роботи із ЗМІ обов'язково потрібні організаційні заходи, а ще 18,2 % вважали за доцільне створити спеціальні групи фахівців по роботі зі ЗМІ, які б висвітлювали роботу митників усіх рангів. До останнього року таких посад у митницях не було.

Відповіді на перше питання свідчать, що начальники митних постів мають порівняно з начальниками відділів більший практичний досвід з різного кола питань і краще знання ситуації. Саме цим фактом можна пояснити конкретику їхніх відповідей: або "+", або "-". Володіння ситуацією дає їм можливість уникати відповідей, які дають начальники вантажних відділів, типу: "митна служба оцінюється як державна служба (силова структура, СБУ і т. ін.)", "...як один із бар'єрів зовнішньоекономічної діяльності", "служба, яка працює з імпортованими товарами і може отримувати валютні хабарі".

Керівники більш високого рівня посад демонструють більш високий

рівень узагальнення, виділення інформації, її декодування за допомогою мовних засобів. Причому інтервал в один рік в опитуванні груп начальників митних постів показав тенденцію до однозначності оціночної відповіді.

#### **Висновки до глави 4**

1. Комунікативно-професійна компетенція керівників охоплює не лише суто професійне спілкування, багато часу й уваги приділяється питанням комунікативного менеджменту, тобто вирішенню завдань щодо формування позитивної популярності організації, її іміджу, визнання й просування організації або її керівника. Тому поняття комунікативно-професійної компетенції значно розширюється і виходить за межі наведеного вище означення.

2. Комунікативно-професійну компетенцію можна визначити як інтегрований компонент комунікативного менеджменту, комунікативної та професійної компетенцій, що передбачає: 1) володіння мовою і професійно орієнтованим мовленням на варіативно-адаптивному рівні, а також на рівні вільного ділового спілкування (для фахівців, що мають високий рівень комунікативно-професійної компетенції); 2) вирішення завдань щодо формування позитивного іміджу організації та/або особи тощо.

3. Формування іміджу, з одного боку, є метою й одним із завдань професійного спілкування працівників митних установ, а з іншого боку, формою ділової комунікації (так звані іміджеві комунікації).

Навчання новим актуальним формам професійної комунікації, яких раніше не було на карті наших понять і орієнтирів, є завданням педагогічної науки і практики сьогодення.

4. Під іміджевими комунікаціями розуміється актуальна форма

ділової комунікації, що виникає у процесі створення, зміни або підтримки іміджу організації або особи.

5. Характеристикою початкового етапу роботи Академії у напрямку створення іміджу стало переплетіння двох підходів: ситуативного і традиційного. У рамках традиційного підходу Академія заявила про себе як про унікальний для України навчальний заклад, другий у країнах СНД, де ідея створення відомчого навчального закладу нового типу об'єднала кращі в регіоні науково-педагогічні кадри. Відкрито популярні спеціальності, де замовником виступила ДМСУ. З позицій ситуативного підходу значущим став той факт, що діяльність навчального закладу відразу розпочато з урахуванням новітніх ПР-технологій.

6. Питання роботи з громадськістю, у тому числі із ЗМІ, питання формування власного іміджу й іміджу свого підрозділу є для працівників митної служби України актуальними, невідкладними і ще недостатньо знайомими.

Порівняння відповідей на схожі питання за роками з 2001 по 2003 рр. вказує на той факт, що 55,5 % керівників митних органів середньої ланки усвідомлюють необхідність активної співпраці із ЗМІ, систематичної роботи щодо зв'язків із громадськістю, навчання усній і писемній комунікації в системі підвищення кваліфікації ДМСУ. І цей відсоток зростає.

7. Керівники більш високого рівня посад демонструють більш високий рівень узагальнення, декодування інформації за допомогою мовних засобів. Кадровий склад митної служби характеризується прагненням до самовдосконалювання: 86,6 % опитаних бажають опанувати технологією і прийомами створення іміджу керівника, а також удосконалити свої вміння публічно виступати, 93,3 % – технологізувати процес підготовки текстових матеріалів.

8. Відсоток слухачів курсів підвищення кваліфікації з опитаних груп, які не взяли участі в опитуванні, зменшився за три останні роки з 32 % до 0 %, що

свідчить про зростання усвідомленості важливості зазначеної теми як для свого особистого кар'єрного зростання, так і для просування своєї організації.

## **ГЛАВА 5**

### **КОМУНІКАТИВНО-ПРОФЕСІЙНА КОМПЕТЕНЦІЯ ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ**

#### ***5.1. ПАРАЛІНГВІСТИЧНИЙ ТА ЕКСТРАЛІНГВІСТИЧНИЙ ПЛАСТИ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ***

Як уже зазначалося, комунікація розглядається як центральний процес професійної взаємодії, де, з одного боку, виділяються форми



професійної комунікації (глава 2), а з іншого – лінгвістичний, паралінгвістичний та екстралінгвістичний пласти комунікативної компетенції. У розділі 2.7. приділена увага кореляції комунікативних умінь співрозмовників і прагматичного потенціалу висловлення, яка є основою лінгвістичного пласту комунікативної компетенції.

Під час вивчення контактної функції у метакомунікативному аспекті (розділ 2.7.) ми підкреслювали, що мовленнєва комунікація – це двоплановий процес: комунікативний, який пов'язаний зі змістовним планом спілкування, і метакомунікативний, який пов'язаний із регулюванням за допомогою мовних засобів самого процесу мовленнєвої комунікації, з організацією соціальної інтеракції. Метакомунікативний зміст КФ розкривається у взаємодії даної функції із функціями спілкування, які відображають у висловлюванні взаємодію екстралінгвістичних факторів по лінії: людина – канал – знак – значення – зміст – ставлення – поведінка – особистість. Розвиток і результати мовленнєвої взаємодії не в останню чергу обумовлюються креативністю, тобто творчими здібностями комунікантів, що виявляються в індивідуальному доборі вербальних і невербальних засобів, які є адекватними для даного мовленнєвого акту.

Знання про невербальні засоби комунікації і досвід їх успішного використання свідчать про рівень сформованості паралінгвістичного і екстралінгвістичного пластів комунікативної компетенції. Звертаючи увагу на цей факт, слід нагадати загальну інформацію про паралінгвістичні засоби висловлювання.

Функціонування паралінгвістичних засобів у мовній комунікації детермінується можливістю декодування цих засобів як маркерів однозначного сприймання інформації, що міститься у висловлюванні. За даними А. Піза [116, 34] інформація в процесі комунікації передається словами лише на 7 %, характером звучання та інтонацією – на 38 %, а інші

55 % інформації передаються невербальними засобами – жестами рук і ніг, мімікою обличчя мовця, його зовнішнім виглядом і оточенням.

Набір будь-яких паралінгвістичних засобів є не довільним, а систематизованим і внутрішньо пристосованим до характеру вербального висловлювання. Саме цей зв'язок вербальної структури і паралінгвістичної та екстралінгвістичної характеристик дає можливість адекватно декодувати кожне конкретне висловлювання.

Паралінгвістичний пласт комунікативної компетенції передбачає активне й успішне використання таких паралінгвістичних засобів, як фонаційні (інтонація, логічний наголос, темп мовлення, тембр, ритм, гучність, паузи, тип їх заповнення), кінетичні (дейктичні рухи, (інші) жести, вираз обличчя, рухи очима, рухи тіла, фізичні контакти між учасниками мовленнєвого акту), графічні (пунктуаційні знаки).

Паралінгвістичні засоби, не входячи у систему мови, не є також мовленнєвими одиницями. Але ми мусимо під час навчання мовлення обов'язково приділяти увагу і навчання використанню паралінгвістичних засобів. Мовленнєве повідомлення не може бути фактом комунікації без паралінгвістичного супроводження. Тому паралінгвістичні засоби представлені у тій чи іншій мірі в кожному мовленнєвому акті.

У тексті (усному або писемному) паралінгвістичні засоби є характеристизаторами поведінки того, хто говорить, саме тому їх називають “факторами суб'єкта” (термін В.Г. Колшанського). Кожну конкретну мовленнєву взаємодію супроводжують рухи тіла і звукові характеристики комунікантів, різні динамічні й статичні ситуаційні маркери, які були обрані комунікантами також під тиском екстралінгвістичних (зовнішніх соціальних) факторів. Призначення паралінгвістичних і екстралінгвістичних засобів полягає в опосередненому включенні їх в акт комунікації для зняття “мовної надмірності” під час спілкування або ж, навпаки, для відповідної компенсації. “Динаміка мови у живій комунікації

і полягає, мабуть, у тому, щоб забезпечити у будь-якій сфері однозначність висловлювання як необхідної умови вербального повідомлення і вибір того чи іншого немовного засобу у конкретних умовах спілкування, тобто залучення паралінгвістичних засобів” [129].

Часто у мовленнєвому акті схожі кінетичні компоненти (жести, міміка, рухи, тип обраної пози) взаємодіють із фонаційними. За своєю природою кожен звук, що артикулюється, є неповторним, його вимова породжує численну кількість варіантів звуків, звукових комплексів. Ця кількість звукоутворювань обмежується фонологічною системою тієї чи іншої мови, і, відповідно, змістовний бік мови прагне до збереження функціонуючих звукових одиниць.

З іншого боку, зміст лінгвістичних одиниць знаходиться під постійним впливом екстралінгвістичних факторів і сам зміст порушує усталені відносини у мові та постійно змінюється під впливом зовнішніх факторів. У цьому виявляється основна функція змістовного боку будь-якої лінгвістичної одиниці: зберігати існуючі у мові форми висловлення й одночасно змінюватися відповідно до потреб мовного колективу, який розвивається. Урахування цього фактора має значення для навчання мовлення.

Одним з головних засобів, що більш точно передає ситуацію спілкування в діалогічному мовленні, є інтонація. За відсутності відповідних формальних засобів вона виступає єдиним засобом вираження цих значень. Інтонація може змінити формально маркіроване модальне значення висловлення на діаметрально протилежне, акцентуючи ставлення комунікантів до ситуації спілкування. Інтонація під час взаємодії з вербальними засобами може послужити прагматичною домінантою. Одне й те ж висловлення у тій самій ситуації може мати різний зміст. У ряді випадків до неї примикають інші паралінгвістичні засоби (темپ мовлення, ритм, гучність, тембр тощо), що теж мають бути предметом навчання.

Вони сприяють передачі емоцій і намірів комунікантів.

Паралінгвістичні засоби постійно включаються у контекст як писемного, так і усного мовлення. Порівняно з усним мовленням, набір паралінгвістичних засобів у тексті обмежений, тому що письмове мовлення має, по суті, надлишок у наборі мовних знаків.

Усна ж комунікація у реальних умовах спілкування дає широкі можливості залучення та добору необхідного й бажаного паралінгвістичного засобу. Жести комунікативної орієнтації демонструють стан комунікативної ситуації. Так, наприклад, розташування тулубів співрозмовників свідчить про характер комунікації. Якщо тулуби повернуті один до одного і розташовані паралельно, – комунікація “закрита” для нових учасників і новий співрозмовник не очікується. Якщо тулуби розміщені під кутом, – участь нового співрозмовника бажана і очікується. Чим більший кут, тим більше відкрита комунікація. Керівникові й фахівцеві по роботі з громадськістю слід уміти “відкривати” комунікації для себе та інших осіб.

Жести передають стан мовця і його ставлення до того, що відбувається. Вони свідчать про щирість мовця, його натуру. Чим більше співрозмовник бачить відкриті долоні партнера по комунікації, тим більше він схильний йому довіряти. Перехрещені руки або ноги утворюють бар’єр для співрозмовника. Подібність жестів людей у групі свідчить про схожість їх настроїв.

У процесі ділової комунікації важливе значення мають комунікативно-дистанційні зони. Це відстань, на якій люди звикли спілкуватись. Порушення звичної дистанції спілкування викликає дискомфорт в учасників комунікативного акту. Важливо пам’ятати: чим менше знайомий співрозмовник і чим більша кількість учасників спілкування, тим більше допустима відстань. Так, у європейсько-американській культурі відстань для спілкування на напівофіційних

прийомах з невеликою кількістю людей, що мало знайомі, становить 46 – 120 см. А дистанція для спілкування з більшою кількістю людей – більше ніж 3,6 м. У східних культурах відстань менше [116, 35]. Безумовно, вищенаведені засоби властиві лише людині, залежать від соціуму і відносяться тому до екстралінгвістики.

Якщо повернутися до практичної діяльності, то вже зазначалося, що керівники різних рангів митної служби все частіше спілкуються з громадськістю, з представниками ЗМІ. Слід звернути також увагу на власний вигляд (одяг, зачіску, осанку) і на фон, на якому відбуватиметься спілкування (що за спиною? зліва і справа? чи порядок на столі? чи не зливається одяг з кольором стіни? і т. ін.). За можливістю слід одягатись у тому ж стилі, що й люди, з якими ви маєте зустрітись. Для виступів підійде темно-синій або темно-сірий костюм, обов'язково однотонна, біла або дуже світла однотонна сорочка і краватка, що пасує до кольору костюма.

Коли маємо справу з радіозаписом, слід потурбуватись, щоб сторонні звуки не було чути. Вони привертатимуть до себе увагу слухача, що зменшить переконливість виступу.

Знання і вміння використовувати описані паралінгвістичні та екстралінгвістичні засоби ділового спілкування належать до комунікативно-професійної компетенції фахівця, перш за все, керівника будь-якого рівня. Їх грамотне застосування, безперечно, впливає на результат професійної комунікації, а також на діловий імідж. До позитивного ділового іміджу вчені [129] відносять внутрішню й зовнішню привабливість мовця, де серед внутрішніх характеристик слід виділити вміння правильно будувати спілкування і впливати на співрозмовників. До зовнішніх параметрів відносять вміння вибирати й носити одяг і зачіску; гарні манери (найбільш бажані жести, пози, осанка, правила вітання); виразність міміки і вміння управляти нею; вміння використовувати простір для спілкування.

Зважаючи на те, що комунікативно-професійна компетенція в сучасному світі все активніше стає складовою професійної підготовки фахівців і в митній службі теж відмічається ця прогресивна тенденція, можна припустити посилення уваги питанням навчання ділової як вербальної, так і невербальної комунікації.

## **5.2. ЗАСОБИ ПАБЛІК РИЛЕЙШНЗ ЯК ЗАСОБИ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ**

Відомо, що успішність ділової комунікації не в останню чергу залежить від того впливу, який мовець має на співрозмовника. А серед засобів впливу не останнє місце займає імідж самого мовця та організації, яку він представляє. Тобто імідж виступає вагомим засобом ділового спілкування.

Конструювання іміджу здійснюється різними засобами ПР і реклами. Чіткого розподілу на засоби ПР і реклами не існує. Безперечно не всі рекламні засоби необхідні для формування іміджу керівника або силової структури, якою є митна служба. Але розуміння важливості роботи щодо створення іміджу, осмислення цього процесу як невід'ємної частки успішної ділової комунікації, як ознаки рівня сформованості своєї комунікативно-професійної компетенції спонукає не тільки до їх вивчення, але й до активного використання їх у роботі.

Для планування роботи з громадськістю, іміджевих кампаній спокійний перегляд переліку таких засобів може стати на користь, як для нагадування вже опробованих практикою рішень, так і для пошуку нових ідей. Обираючи засоби ПР, слід урахувати вже наявні і напрацьовані ресурси, у т. ч. позитивні й негативні стереотипи громадськості щодо митної служби; прийоми і засоби, необхідні для охоплення цільової аудиторії. Важливо також пам'ятати, що дія окремих засобів може бути

посилена їх погодженням.

Під час викладання спецкурсу “Формування іміджу митних установ” для слухачів курсів підвищення кваліфікації факультету післядипломної освіти АМСУ нами були виокремлені разом із слухачами ті засоби, які їх структурним підрозділом або ними особисто використовуються у роботі (перелік 1), а також ті, які б могли використовуватись, але з різних причин ці можливості не задіяні (перелік 2).

В опитуванні брали участь 158 слухачів з 8 груп, які навчались на курсах підвищення кваліфікації у 2000 – 2002 рр. Важливим є той факт, що респондентами були начальники митних постів, їх заступники, начальники вантажних і пасажирських відділів та резерв на ці посади, тобто ті фахівці, які, з одного боку, мають вагомий досвід стосунків з громадськістю, а з іншого боку, від них великою мірою залежить якість, глибина й активність роботи митної служби з громадськістю на місцях. На думку учасників цього завдання, наведені далі переліки можуть стати пам'яткою для практичного використання. Засоби, які, на думку респондентів, підрозділи митної служби використовують активно в різних регіонах України, виділені жирним шрифтом.

#### Перелік 1

**Засоби ПР і реклами, які використовує митна служба у роботі з громадськістю** (за результатами опитувань 2000–2002 рр.):

**Вибачення** (громадянам, суб'єктам ЗЕД, сміжним установам тощо).

**Вимова** (особливо іноземних термінів).

**Винятки з ...**

**Відгук суб'єктів ЗЕД.**

**Відомча дослідна мережа (платформа).**

**Відомчий журнал.**

Відомчий сувенір (подарунок).

Вітання.

Гімн.

**Голосування.**

**Гості.**

Гра (для всіх, із знаменитістю).

Громадська комісія; комітет.

Громадська передплата (збір коштів).

Група підтримки.

**Дебати.**

День відкритих дверей.

**18. День народження** (людини, організації).

**19. Діалог.**

**20. Дискотека.**

**21. Дискусія:** у вузькому колі, відкрита для преси.

**22. Диспут.**

**23. Добір кадрів.**

**24. Добирання: матеріалів (у пресу); фотокарток; цитат.**

**25. Добровільні помічники.**

26. Довідка (наприклад, опублікована довідка прибутків, які митна служба в цілому або окремий її підрозділ (для регіонального використання) дає державі щорічно, щоквартально тощо).

27. Довідкова служба.

28. Досьє тематичне.

29. Думка лідера, відомої людини.

30. Жаргон (спецтерміни).

31. Екскурсія: по визначних місцях.

32. Експеримент: контрольний.

**33. Експрес-огляд преси.**



- 34. Закон.**
35. Заява (для преси, у пресі).
- 36. Застереження.**
37. Заходи (дії): сніданок; обід – вечеря; “а ля фуршет”.
- 38. Збори.**
39. Звання (наприклад, “Почесний митник”).
- 40. Звіт** (квартальний, річний).
41. Зустріч неформальна.
- 42. Імідж:** стихійно сформований; керований.
43. Інтерв’ю.
- 44. Інтонація.**
45. Ім’я.
46. Картки постійних суб’єктів ЗЕД.
47. Картотека (партнерів, суб’єктів ЗЕД, прямих телефонів керівників підприємств.
48. Книга запису гостей, відвідувачів.
49. Know-how (“знаю як” – система відомчих виробничих секретів).
- 50. Кодекс.**
51. **Команда** (як активна група людей).
52. Коментар (у ЗМІ).
53. Комплімент.
54. Компрометуючі матеріали.
- 55. Комп’ютер для довідок.**
56. Ком’юніке.
57. Конкурс і антиконкурс (на найкращого/найгіршого).
- 58. Конференція** (наукова, практична, профспілкова і т. ін.).
59. Критерій (параметр оцінювання, вибору, ступінь порівняння).
60. “Круглі дати”.
61. **Лист:** адресату; відкритий; з подякою.

62. **Лідери думок** (авторитетні для даної групи люди).
63. Лобіювання.
64. Мовний модуль (завершений короткий виступ. Із “мовних модулів”, як з конструктора, добирається потрібний виступ, залежно від аудиторії)
65. “Надзвичайна подія” з подальшими розповідями про неї.
66. Пам’ятна дата.
67. Пам’ятник.
68. Парад.
69. Пародія.
70. Партія.
71. **Переговори.**
72. Передрук.
73. Пільга: сезонна; з приводу свята; за умови сплати великих податків до державного бюджету; за умови митного оформлення товару до вказаного терміну; за конструктивні пропозиції удосконалення послуг, що надаються; релігійним установам.
74. Передвиборна кампанія.
75. Плітка.
76. Побаження.
77. Повідомлення у пресі.
78. Подія запланована.
79. **Подорож**, тур-подорож.
80. Поздоровлення зі святом.
81. Порівняльна таблиця.
82. **Послуги.**
83. Постскрипtum.
84. Представництво.
85. Презентаційна стаття.

86. Презентація.
87. Премії (співробітникам).
88. Прес-група.
89. Прес-дайджест (скорочений передрук основних публікації за темою).
90. Прес-конференція.
91. Прес-реліз.
92. Прес-секретар.
93. Прес-центр.
94. Приз (спеціально запроваджений; традиційний).
95. Приз і антиприз (наприклад, серед курсантів за участь в олімпіадах тощо).
96. Прийомні: години; дні.
97. Присвоєння імені.
98. Приховані: магнітофони; кінокамери.
- Проблемна стаття (з виявленням існуючих протиріч і суперечностей).
- Провокація.
- Прогноз.
- Продаж за зниженими цінами.
- Пропозиція щодо вільної перепублікації матеріалу.
- Протекціоністські заходи (відносно особистої зони діяльності).
- Протест.
- Професійний кодекс.**
- Прохання.**
- Прощання.
- Публікація листів читачів.
- Публікація: рішень суд.
- Публічні (прилюдні) слухання.
- Підписний аркуш.

Підручник (навчальний посібник).

Пікнік.

Поширена мережа структурних підрозділів.

114. Радіопередавач з фіксованою частотою.

115. Редакційні примітки.

**116. Рейтинг.**

117. Реклама на конференції (семінарі): розміщення рекламного стенду, плакатів.

118. **Рекорд.**

119. Референдум.

120. Референтні угруповання і лідери думок.

121. Рецензія.

122. Ритуал.

123. Роз'яснення: з приводу типових запитань.

124. Розіграш (найбільш поширений 1-го квітня).

125. Розпродаж (наприклад, конфіскованих товарів).

126. **Розслідування:** офіційне; приватне.

127. Самопрезентація.

128. **Свято:** традиційне; щорічне.

129. **Семінар:** постійний; разовий; тематичний.

130. Система рекомендацій (наприклад, під час найму на службу).

131. Скандал.

132. **Скарга** (від громадян).

133. Скорочення (слова, назви).

134. Словник термінів: наукових; пародійних.

135. Спиртне для представницьких цілей.

136. **Список клієнтів** (суб'єктів ЗЕД).

137. **Співбесіда.**

138. Співчуття.

139. Спікер.
140. Спонсор.
141. Спонсорство: разове; довгострокове.
142. Стаття і система її заголовків.
143. Статус (наприклад, “суб’єкт ЗЕД – найбільший платник податків”).
144. Статут.
145. Стипендії: від митниці або Академії; іменні.
146. Супровідні товари: одяг, посуд, пакети, календарі, сувеніри, значки і т. ін.
147. Таблиця: порівняльна; пристенова; досягнень та недоліків; для заповнення суб’єктами зовнішньоекономічної діяльності.
148. Талісман.
149. Творчий вечір.
150. Театральна вистава.
151. Телеконференція.
152. Телемережа.
153. Телефон: зв’язку з громадськістю; довіри; довідковий; для консультацій (гаряча лінія).
154. Телефонний номер (який добре запам’ятовується).
155. Тест.
156. Тост, тостування.
157. Усний виступ.
158. Фестивалі, конкурси, спортивні змагання, наприклад, серед силових структур.
159. Фільм.
160. Фінансовий звіт (за минулий рік).
161. Фонд (йдеться як про співпрацю з міжнародними фондами у галузі митної справи, так і (у більш вузькому значенні) про фонди

заохочення).

162. Формений (відомчий) одяг.

163. Цитата: просто підбір “ударних” цитат; підбір цитат поряд з матеріалом для виступу, для преси тощо.

164. Цінності й уклад життя.

165. Частівки.

166. Чемпіонат (наприклад, з футболу між митниками і журналістами).

167. Ювілей.

168. Ящики для пропозицій та зауважень.

Як показують дані опитування, в митній службі для роботи з громадською використовується приблизно 170 із загальноприйнятих прийомів ПР і реклами, яких, за даними І.Л. Вікентьева, налічується понад 400 [Пор.: 130, 80 – 86].

До найбільш поширених респонденти віднесли 32 засоби, які, у свою чергу, можна розподілити за групами: 1) засоби встановлення та підтримки контакту (прохання, вибачення, поздоровлення); 2) засоби ділового писемного мовлення (звіт, лист, скарга, список, матеріали для преси); 3) засоби усної ділової комунікації (переговори, застереження,

співбесіда, діалог, дискусія: відкрита для преси й у вузькому колі, дебати, конференція); 4) інструменти митного дискурсу (закон, Митний кодекс, розслідування); 5) екстралінгвістичні засоби (підбір кадрів, добровільні помічники, команда однодумців, лідери думок, рейтинг).

Слід, однак, ураховувати те, що деякі з прийомів, наведені у переліку, використовуються лише для роботи з внутрішньою громадською, тобто зі співробітниками митної служби (наприклад,

премії, подорожі). Але, як уже зазначалося, це одна з важливих цільових аудиторій митної служби.

Результати опитування дають можливість припустити, що у кожному з підрозділів митної служби залежно від його рівня (регіональна митниця, митний пост, відділ та ін.), використовується від 50 до 70 % зазначених засобів. Слухачами була також підкреслена необхідність детального вивчення цього актуального матеріалу і збільшення кількості навчальних годин на викладання спецкурсів “Формування іміджу митних установ” і “Позитивний діловий імідж керівника”.

Аналізуючи роботу по створенню іміджу інших державних структур, партій, різних навчальних закладів, релігійних організацій та враховуючи думки респондентів, можна припустити, що нижченаведені засоби також могли б “працювати” на імідж митної служби і на її позитивне визнання громадськістю.

## Перелік 2

**Засоби ПР і реклами, які могли б використовуватися митною службою у роботі з громадськістю (за результатами опитувань 2000 – 2002 рр.)**

1. Прес-тур.
2. Прес-пакет.
3. Ток-шоу (діалог, полілог).
4. Чутки (маються на увазі ті, які плануються і “запускаються” фахівцями по роботі з громадськістю або керівниками з метою підтримки позитивного іміджу підрозділу або посадової особи).
5. Відомча легенда, міф.
6. Ювілей відомчих видань або ж тих, які давно і плідно співпрацюють з митною службою, навіть на рівні регіонів.
7. Витік інформації (умисний).
8. Вірші.

9. Черга (на даний момент має лише негативне значення. Можна припустити, що деякі заходи (побутового, інформаційного плану і т. ін.) могли б спростити емоційну ситуацію стояння в черзі). Черга є також інструментом для розповсюдження чуток і анекдотів, які на користь Службі бажано “запустити” в маси.

10. Фейлетон.

11. Робоча мова (конференції, виставки).

12. Тест-журнал.

13. Тезаурус (спеціально підібраний або частково створений набір слів для впливу на аудиторію). Як правило, його можна укласти, добираючи з листів і звернень громадян. Для програмування комунікативного впливу на аудиторію слід будувати свій виступ або висловлення, використовуючи мову, зрозумілу співрозмовникам, тобто їх мову.

14. Екскурсія на митницю (як засіб профорієнтаційної та інформаційної роботи з молоддю).

Аналізуючи наявну інформацію, можна дійти висновку, що комунікативна діяльність працівника митної служби охоплює широке коло завдань, які ускладнюються відповідно до потреб часу. Передбачається, що працівник уміє вирішувати широкий спектр питань: від проведення митних процедур, роботи зі зверненнями громадян до іміджевих заходів.

Поширюється саме поняття комунікативно-професійної компетенції і вона стає невід’ємною складовою професійної підготовки фахівців митної служби. Вже від керівника будь-якого рівня і все частіше від просто фахівця вимагається в умовах професійної діяльності наявність організаторських і комунікативних здібностей, високий рівень комунікативно-професійної компетенції.

### ***5.3. ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ КЕРІВНИКА З ТОЧКИ***



## ***ЗОРУ СПІЛКУВАННЯ***

У сучасних суспільних умовах розвитку й діяльності митної служби України було б доцільним та актуальним створення при АМСУ кафедри по зв'язках з громадськістю. Митна служба розгортає зараз діяльність по пропаганді своєї роботи в засобах масової інформації, проводить конференції і прес-конференції; намагається створити позитивне ставлення до митниці у суспільній свідомості. Фахівцям, які зараз працюють на митницях, доводиться опановувати прийоми роботи з масовою свідомістю безпосередньо на практиці, коли не вистачає ні теоретичних знань, ні досвіду. Ця робота ускладнюється ще й тим, що у громадській думці вже є певний образ митниці й окремих її працівників, який не завжди відповідає реальним фактам, що пояснюється низьким рівнем компетентності і стереотипами кодів взаєморозуміння.

Саме за цих умов роботу щодо створення позитивного образу митної служби необхідно обґрунтувати сучасними науковими досягненнями у галузі “Public relations”, соціолінгвістики, прагматики.

Іншим важливим завданням, на наш погляд, є підготовка із складу курсантів фахівців, які б володіли засобами і прийомами ПР-роботи. Більш результативною така підготовка буде для курсантів, які мають на достатньо високому рівні сформовані комунікативні та організаторські здібності.

Про необхідність для керівного складу митних підрозділів таких знань свідчать самі завдання, що постають перед митною службою на сучасному етапі (про них ішлося у попередніх главах). У зв'язку з цим слід говорити про актуальність формування особистості керівника з точки зору спілкування.

У цьому аспекті, на наш погляд, є доцільним створення при АМСУ

кафедри по зв'язках з громадськістю, бо її діяльність дасть можливість:

1) надавати засобам масової інформації акцентовану, важливу і правдиву інформацію про роботу митної служби та Академії;

2) запобігати тенденційній і відверто фальшивій інформації про Службу;

3) виробити концепцію створення образу митника і митниці у масовій свідомості;

4) передбачати й запобігати конфліктам у межах митної служби та з громадськими установами;

5) вивчати громадську роботу митниць і корегувати її;

6) готувати професійні кадри для роботи у відділах по зв'язках з громадськістю для центральної і регіональних митниць;

7) виховувати керівників різних рівнів.

Ці заходи відповідають сучасним світовим вимогам до структур, зацікавлених в інформуванні про свою діяльність, пропагуванні позитивного образу митника і митної служби взагалі. Це має поліпшити роботу митних служб, прищепити українському суспільству й світовій громадськості уявлення про ДМСУ як про службу, гідну поваги і шани.

Робота кафедри по зв'язках з громадськістю в тісному співробітництві з іншими підрозділами Академії, в першу чергу, соціологічною лабораторією, мовними кафедрами та факультетом післядипломної освіти дасть можливість:

■ формувати та розвивати особистість митника;

■ сприяти соціально-психологічній адаптації особистості;

■ розвивати суспільство і суспільні відносини;

■ організувати і керувати спілкуванням з цільовою аудиторією (групами громадськості);

■ формувати і розвивати комунікативно-професійну компетенцію співробітників митної служби (володіти навичками й прийомами ділового

спілкування, його стратегією і тактикою; засобами формування іміджу);

■ уміти адаптуватися до будь-якої ситуації і корегувати поведінку й оцінку суб'єктів спілкування.

Відповідно до заявлених можливостей кафедра має розробляти і впроваджувати в навчальний процес відповідні навчальні програми. Їх суттєвою відмінністю стане інтегрований характер.

Далі пропонується один з модулів навчальної програми для слухачів короткотермінових курсів підвищення кваліфікації.

**Назва модуля: Формування особистості керівника з точки зору спілкування.**

**Мета модуля:**

1) навчити методологічно правильно знаходити зв'язок між теоретичними доктринами і практикою;

2) створити передумови для формування і розвитку особистості керівника з точки зору спілкування; сприяти розвитку його комунікативно-професійної компетенції;

3) сприяти соціально-психологічній адаптації особистості;

4) навчити навичок і прийомів ділового спілкування, засобів формування іміджу.

### **Тематичний план**

#### **1. Вступ до теорії спілкування**

Культура спілкування. Норми міжособистісних відносин. Типи відносин “керівник – керівник”, “керівник – група”, “керівник – підлеглий”. Емоції та почуття під час спілкування. Спілкування у процесі взаємодії. Спілкування як взаєморозуміння.

Форми роботи: лекція, ділова гра, тестування.

#### **2. Ділова комунікація: теоретичні доміанти**

Поняття ділової комунікації. Форми ділової комунікації: усне й

писемне ділове мовлення. Поняття комунікативно-професійної компетенції, її структура і зміст. Відповідність структури комунікативних умінь багаторівневій моделі управлінських функцій.

Форми роботи: лекція, практичні заняття.

### **3. Загальні правила успішної комунікації**

Мистецтво говорити: короткі відомості з історії риторики. Знайомство, привітання, прощання. Офіційні та церемоніальні форми рекомендації. Встановлення контакту з групою. Засоби і прийоми привертання й утримання уваги. Зміст і етика мовлення. Переконлива комунікація. Комунікативне завдання і засоби впливу. Вербальні й невербальні засоби мовлення. Індивідуальність і конфлікт. Уміння володіти собою.

Форми роботи: лекція, ділова гра, тренінг.

### **4. Публічні виступи**

Вербальна ділова комунікація. Правила аргументації в усному виступі. Композиційна побудова промови. Прийоми привертання й утримання уваги в усному виступі.

Форми роботи: лекція, практичні заняття.

### **5. Робота з громадськістю як вид ділової комунікації**

Поняття роботи з громадськістю. Поняття іміджу і публіситі. Створення іміджу як актуальна форма ділової комунікації. Загальні правила відносин із засобами масової інформації. Матеріали для преси. Правила підготовки текстових матеріалів. Засоби і прийоми роботи з громадськістю.

Форми роботи: лекція, ділова гра, тестування.

Форма контролю: самостійна творча робота (написання матеріалу для преси, підготовка конспекту промови або розробка рекомендацій по

роботі з громадськістю для свого підрозділу).

### **Висновки до глави 5**

Розвиток і результати мовленнєвої взаємодії не в останню чергу обумовлюються творчими здібностями комунікантів, що виявляються в індивідуальному доборі вербальних і невербальних засобів, адекватних для даного мовленнєвого акту.

Знання про невербальні засоби комунікації і досвід їх успішного використання свідчать про рівень сформованості паралінгвістичного і екстралінгвістичного пластів комунікативно-професійної компетенції особистості.

Їх грамотне застосування, безперечно, впливає на результат професійної комунікації, а також на діловий імідж мовця.

32 засоби формування іміджу особи або організації можна віднести до найбільш активно використовуваних у митній службі. Вони, у свою чергу, розподіляються на групи: 1) засоби встановлення та підтримки контакту (прохання, вибачення, поздоровлення); 2) засоби ділового писемного мовлення (звіт, лист, скарга, список, матеріали для преси); 3) засоби усної ділової комунікації (переговори, застереження, співбесіда, діалог, дискусія: відкрита для преси й у вузькому колі, дебати, конференція); 4) інструменти митного дискурсу (закон, Митний кодекс, розслідування); 5) екстралінгвістичні засоби (добір кадрів, добровільні помічники, команда однодумців, лідери думок, рейтинг).

Поширюється саме поняття комунікативно-професійної компетенції і вона стає невід'ємною складовою професійної підготовки фахівців митної служби. У зв'язку з цим слід говорити про необхідність формування особистості керівника з точки зору спілкування. З цією метою слід розробляти і впроваджувати в навчальний процес нові програми, суттєвою відмінністю яких стане їх інтегрований характер.

## **ВИСНОВКИ**

Зроблена спроба комплексного вивчення проблеми навчання ділового мовлення в системі безперервної професійної освіти в Державній митній службі України. Теорія і практика цього питання базуються на

формуванні комунікативно-професійної компетенції фахівця, і вужче – професійно орієнтованих комунікативних умінь.

Комунікативно-професійна компетенція керівників охоплює не лише суто професійне спілкування, багато часу й уваги приділяється питанням комунікативного менеджменту, тобто вирішенню завдань щодо формування позитивної популярності організації, її іміджу, визнання та просування організації або її керівника. Тому поняття комунікативно-професійної компетенції значно розширюється і виходить за межі загальноприйнятого означення.

Комунікативно-професійна компетенція розуміється нами як інтегрований компонент комунікативної і професійної компетенцій, комунікативного менеджменту. Вона передбачає: 1) володіння мовою і професійно орієнтованим мовленням на варіативно-адаптивному рівні, а також на рівні вільного ділового спілкування (для фахівців, які мають високий рівень комунікативно-професійної компетенції); 2) вирішення завдань щодо формування позитивного іміджу організації та/або особи тощо.

Дослідження, проведене нами у руслі нової наукової течії в педагогіці, в основі якої лежить синтез комунікативних мовленнєвих моделей та їх функціонування в контексті професійної діяльності, спиралося на кореляцію принципів проблемного навчання й комунікативної спрямованості, що є базовими у методології навчання вербальної комунікації.

Формування комунікативно-професійної компетенції базується на лінгвопрофесійній методиці, яка зорієнтована на проникнення і насичення аудиторного і позааудиторного навчального процесу професійною інформацією не тільки на власне-мовному рівні, але й на понятійно-змістовному, охоплюючи, таким чином, власномовну специфіку мови, а також професійний пласт у загальному та вузькоспеціалізованому планах.

Таке розуміння лінгвопрофесійної методики розширює рамки мовного навчального процесу і привносить елемент мотивуючого в пізнавальному плані і стимулюючого начал у процесі навчання.

Було доведено, що професійно орієнтовані комунікативні уміння обумовлені потребами кожного робочого місця. Кожен ранг службовця потребує свого рівня комунікативної компетенції, і чим вище по службовій драбині буде просуватися фахівець, тим вищим має бути рівень його компетенції. З іншого боку, цей факт підтверджується даними проведеного експерименту: керівники вищого рівня посад демонструють більш високий рівень узагальнення, декодування інформації за допомогою мовних засобів.

Серед професійно орієнтованих комунікативних умінь слід виділяти ті, що необхідні для контингенту різних рангів, а також ті, які пов'язані з володінням рідною та іноземною мовами. Тому у процесі навчання іноземної мови з метою її використання для потреб служби слід звернути увагу на проблему переносу мовленнєвих умінь та навичок під час навчання вербальної комунікації. Мова йде про адекватність умов процесу їх формування умовам процесу реальної ділової комунікації.

Для митного дискурсу можлива система тестування/оцінювання. В її основу мають бути покладені критерії неперервної професійної освіти, ступеневості і наступності умінь, а також пріоритетності сформованості тих із них, які є більш важливими для виконання фахівцями виробничих завдань. Базовими можуть виступити вищеописані дескриптори. Для розробки аналогічної системи для митного дискурсу слід подати: 1) загальний опис умінь і рівнів; 2) перейти від загального опису умінь до опису різних часткових аспектів/рівнів; 3) дати демонстрацію рівнів сформованості комунікативних умінь через опис необхідних для того чи іншого рівня комунікативних професійних завдань; 4) доопрацювати навчальні



програми і систему тестування/оцінювання комунікативно-професійної іншомовної компетенції. На наш погляд, подальша теоретична і практична робота у зазначеному напрямку заслуговує на широку увагу науковців.

Взаємообумовленість результативності самостійної діяльності курсантів і фахівців із формування комунікативних умінь і роботи над собою у плані розвитку особистих якостей формують у них потребу й готовність до подальшого самовдосконалювання професійно-комунікативної компетенції, що є головним і вирішальним підсумком їх мовної підготовки в умовах навчання в системі неперервної професійної освіти. Запропонована модель навчання ділової комунікації та навчальний модуль щодо формування особистості керівника з точки зору спілкування. Тим самим у системі освіти, самоосвіти або підвищення кваліфікації можна: 1) створити передумови для формування і розвитку особистості керівника з точки зору спілкування; сприяти розвитку його комунікативно-професійної компетенції; 2) сприяти соціально-психологічній адаптації особистості; 3) навчити навичок і прийомів ділового спілкування, засобів формування іміджу.

Формування іміджу, з одного боку, є формою ділової комунікації, а з іншого боку, метою й одним із завдань професійного спілкування працівників митних установ.

Навчання нових актуальних форм професійної комунікації (робота з громадськістю, у тому числі із ЗМІ, питання формування власного іміджу та іміджу свого підрозділу), яких раніше не було на карті наших понять і орієнтирів, є завданням педагогічної науки і практики сьогодення.

Наскільки нам відомо, для інших дискурсів це питання залишається нерозв'язаним, що призводить до виникнення протиріччя між необхідністю теоретичної розробки моделі розвитку компетенції, формування професійно орієнтованих комунікативних умінь і ступенем реалізації цієї моделі у практиці навчання діловому спілкуванню.

Подальшої теоретичної розробки і практичної апробації потребує також питання оцінювання комунікативних умінь на рідній та іноземній мовах з урахуванням вимог до них на кожному робочому місці.

### **ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ**

АМСУ – Академія митної служби України

АПН – Академія педагогічних наук

ВНЗ – вищий навчальний заклад

Держмитслужба – Державна митна служба України  
ДМСУ – Державна митна служба України  
ДРІДУ УАДУ – Дніпропетровський регіональний інститут  
державного управління Української Академії державного управління при  
Президентіві України

ЄС – Європейський союз

ЗЄР – Загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти

ЗЕД – зовнішньоекономічна діяльність

КФ – контактна функція (мови)

МВС – Міністерство внутрішніх справ

СНД – Союз незалежних держав

## СЛОВНИК ТЕРМІНІВ І ПОНЯТЬ

### Б

**Бекграундер** – поточна інформація для ЗМІ, яка не містить сенсацій. Таку інформацію слід надавати регулярно для підтримки безперервного потоку новин, що виходять з організації.

### В

**Вербальні (словесні) комунікації** – мовленнєві комунікації, які базуються на вмінні говорити і писати те, що потрібно.

**Висловлювання** – комунікативна одиниця, що поєднує в собі граматичні, змістовні і прагматичні ознаки; з формального боку, висловлювання є “реалізованим реченням”.

### Д

**Дескриптор** – найбільш суттєве поняття у вигляді слів або словосполучень, яке має семантичну сталість і контрастність. Основний носій навчальної інформації в інформаційній моделі навчання. Це може бути базове поняття, вміння, навички, частина навчального матеріалу.

**Дискурс** – це багаторівневе утворення вербального і невербального характеру (знання про світ, думки, настанови, цілі мовця), побудоване за певними правилами. Ці дії виявляються у формах соціальної комунікації, у тому числі й професійної, та беруть участь у її створенні. Тобто дискурс, використання мови в усному і писемному мовленні, є формою суспільної практики.

**Ділове спілкування** – мистецтво, що дає можливість легко встановити контакт з іншими людьми для досягнення поставленої мети.

**Думка громадська** – стан масової свідомості, який містить відношення до подій, різних груп і особистостей.

## **Е**

**Екстралінгвістика** – категорія поведінки, яка вивчає “людський фактор”, закономірності функціонування мовних одиниць у конкретних ситуаціях мовленнєвого спілкування.

## **І**

**Іллокуція** – акт, що відбувається під час говоріння.

**Імідж** – це образ організації (або особи) в уявленні груп громадськості; інструмент досягнення стратегічних цілей організації (особи), тобто тих, що охоплюють головні напрямки її діяльності та орієнтовані на перспективу. Це образ, який формується цілеспрямовано з метою досягнення емоційно-психологічного впливу на когось з метою популяризації організації (особи).

## **К**

**Канал комунікації (комунікаційний канал)** – канал просування інформації в суспільство і на ринок.

**Кейс-історія** – це розповідь про позитивний досвід діяльності організації або ж про успішне рішення проблемних ситуацій. Використовується в практиці діяльності служб по роботі з громадськістю.

**Комунікабельність** – уміння встановлювати і підтримувати необхідні контакти, здатність людини йти назустріч співрозмовнику, готовність зробити перший крок для встановлення нового контакту.

**Комунікація** – спілкування, обмін думками, відомостями, ідеями тощо – є специфічною формою взаємодії людей у процесі їх пізнавально-трудової діяльності.

**Компетенції загальні** – це ті, що не є специфічними для мовлення, але такі, що необхідні для будь-якого роду діяльності, у тому числі й мовленнєвої.

**Компетенція мовна** – знання мови і певний досвід оперування мовними засобами.

**Компетенція комунікативна** – знання мови, високий рівень практичного володіння як вербальними, так і невербальними засобами мови, а також досвід володіння мовою на варіативно-адаптивному рівні залежно від конкретної мовленнєвої ситуації.

**Компетенції комунікативні мовні** – це такі, які забезпечують людині можливість діяти, застосовуючи специфічні лінгвістичні засоби.

**Компетенція комунікативно-професійна** – інтегрований компонент комунікативної і професійної компетенцій, комунікативного менеджменту, який передбачає: 1) володіння мовою і професійно орієнтованим мовленням на варіативно-адаптивному рівні, а також на рівні вільного ділового спілкування (для фахівців, які мають високий рівень комунікативно-професійної компетенції); 2) вирішення завдань щодо формування позитивного іміджу організації та/або особи тощо.

**Компетентність комунікативна** – система внутрішніх ресурсів, необхідних для формування ефективної дії в певних ситуаціях міжособистісної взаємодії.

**Комунікації іміджеві** – актуальна форма ділової комунікації, що виникає у процесі створення, зміни або підтримки іміджу організації або особи.

**Концепція комунікативної підготовки** особового складу ДМСУ – її суть полягає в інтеграції спецкурсів суто митного і гуманітарного спрямування, в безперервному вдосконаленні навичок усного і писемного мовлення, прийомів аналітичної розумової роботи, які потребують знання мов.

**Л**

**Листок новин** – засіб комунікації; як правило, готується фахівцями по роботі з громадськістю і роздруковується на ксероксі. Листки новин різноманітні за тематикою, наприклад, “новини дня”, “нові проекти”, “події і люди” і т. ін.

**Локуція** – акт говоріння.

## **М**

**Медіа-кит** – засіб паблік рилейшнз, який містить декілька видів матеріалів, корисних для газет і журналів, у т. ч.: прес-реліз, бекграундер, факт-листи, фотографії, відеоплівки.

**Менеджмент комунікативний** – вирішення завдань щодо формування позитивної популярності організації, її іміджу, просування організації, навіть особи, тощо.

**Моніторинг** публікацій у пресі – своєчасне відслідковування фахівцями із зв’язків з громадськістю сукупної внутрішньої і закордонної преси з наступною підбіркою необхідного матеріалу за обраною темою.

**Мотивація** – комплекс внутрішніх факторів, що спонукають до активних дій, пов’язаних із задоволенням потреб.

## **Н**

**Навчання дистанційне** – цілеспрямований процес діалогової (інтерактивної) взаємодії учасників навчального процесу між собою за допомогою засобів навчання незалежно від їх розміщення в просторі й часі.

**Невербальне спілкування** – спілкування, яке спирається не на слова, а на міміку, пантоміму, інтонації, паузи, що утворюють немовленнєві комунікації.

## **П**

**Паблік рилейшнз (ПР)** – система зв'язків із громадськістю, мета якої полягає в діяльності з поліпшення взаємовідносин між організацією та громадськістю. ПР сприяє формуванню гідного іміджу, запобіганню шкідливих слухів і можливих упереджень, а також підвищенню якісного забезпечення сукупних потреб користувачів.

**Пабліситі** – публічність, відомість, популярність; популяризація (або рекламування) діяльності фірми, її досягнень через засоби масової інформації.

**Перепідготовка особового складу ДМСУ** – це одна із форм здобуття професійної освіти, яка включає перепідготовку новоприйнятих працівників без присвоєння кваліфікації і перепідготовку з метою здобуття працівниками кваліфікації за іншою спеціальністю (другої вищої освіти).

**Перлокуція** – акт, що відбувається за допомогою мовлення.

**Перлокутивний акт** – вплив мовця на слухача.

**Перлокутивний ефект** – посткомунікативне поняття, що розуміється як вплив висловлення на думки, емоції й дії. Він виявляється у подальшій поведінці адресата, як вербальній, так і невербальній.

**Підвищення кваліфікації** – спеціалізоване вдосконалення освіти та професійної підготовки особи шляхом поглиблення, розширення й оновлення її професійних знань, умінь і навичок на основі здобутого раніше освітньо-кваліфікаційного рівня та практичного досвіду.

**Підготовка комунікативна** (в системі професійної підготовки і перепідготовки кадрів негуманітарних спеціальностей) – це формування у тих, хто навчається, загального уявлення про наукові закономірності розвитку лінгвістики, чіткого уявлення про особливості міжособистісних відносин у процесі комунікації, цілеспрямованого систематичного формування й розвитку комунікативних умінь, а також поглиблення лінгвістичних знань, набуття практичних навичок реалізації їх у реальній



професійній діяльності.

**Підготовка фахівців для митної служби України** – це здобуття освіти відповідного освітньо-кваліфікаційного рівня (спеціаліста, магістра) за спеціальностями, що забезпечують професійну діяльність митних органів.

**Прагматика** – це екстралінгвістика, категорія поведінки, яка вивчає “людський фактор”, закономірності функціонування мовних одиниць у конкретних ситуаціях мовленнєвого спілкування.

**Прес-реліз** – повідомлення, що підготовлене фахівцями по роботі з громадськістю і яке містить важливу новину для широкої аудиторії.

## **Р**

**Ротація** – переміщення працівників ДМСУ, у тому числі й керівників, з одного підрозділу в інший.

## **С**

**Стиль ділового спілкування** – система методів і прийомів впливу на партнерів з метою результативності спілкування.

## **Т**

**Технології дистанційного навчання (інформаційні)** – технології створення, передачі і збереження навчальних матеріалів, організації і супроводу навчального процесу дистанційного навчання за допомогою телекомунікаційного зв’язку.

**Технології дистанційного навчання (педагогічні)** – технології опосередкованого активного спілкування викладачів із слухачами з використанням телекомунікаційного зв’язку та методології індивідуальної роботи слухачів структурованим навчальним матеріалом, представленим в електронному вигляді.

## **Ф**

**Функція контактна** – призначеність мовних засобів для

встановлення, підтримки і завершення соціально-масового й індивідуального мовленнєвого контакту в конкретних ситуаціях мовленнєвого спілкування, які значною мірою обумовлюють і регулюють поведінку комунікантів, у чому й виявляється головний зміст даної функції – метакомунікативний.

## Ц

**Цільова аудиторія** – певна група людей, конкретний сегмент маси поточних і потенційних користувачів з виділенням специфічних ознак, у т. ч. демографічних, психологічних, соціально-культурних.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дубенко С.Д. Державна служба і державні службовці в Україні: Навч. метод. посібник / За заг. ред. д-ра юрид. наук, проф. Н.Р. Нижник. - К.: Ін Юре, 1999. - 244 с.
2. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. – 2-е изд. - М.: Сов. энциклопедия, 1983. - С. 613.
3. Загальноєвропейські Рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання/Науковий редактор українського видання доктор пед. наук, проф. С.Ю.Ніколаєва. - К.: Ленвіт, 2003. - 273 с.
3. План дій щодо реалізації пріоритетних положень Програми інтеграції України до Європейського Союзу в 2002 році, затв. розпорядженням Кабінету Міністрів України від 28.01.2002 р. № 34-р. - С. 35.
4. Концепція адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу, ухв. Постановою Кабінету Міністрів України від 16 08.1999 р. № 1496. - С. 2.
5. Пояснювальна записка про роботу відділу по роботі з особовим складом Новгород-Сіверської митниці в 1 півріччі 1998 року. - с. 1.
6. Павленко Е.А. Требования к подготовке специалистов информационно-аналитических отделов // Актуальні проблеми підготовки фахівців для митної служби на сучасному етапі: Матеріали науково-методичної конференції . - Дніпропетровськ, 1998. - Ч.ІІ. - СС.88–90.
7. Вишняков С.А. Психолого-педагогические основы обучения вербальной коммуникации. Дис. ... докт. пед. наук. - М., 1996. - 271с.
8. Подготовка и повышение квалификации таможенников разных карьер с точки зрения их содержания и дидактики/методики обучения // Материалы семинара для работников Таможенного управления Украины с 27 апреля по 1 мая 1998 г. в Днепропетровске. - С.24.
9. Ausbildungsrahmenplan für die berufspraktische Ausbildung der Nachwuchskräfte des mittleren Binnenzolldienstes // Das Bundesministerium

der Finanzen, Ausg. Februar 1998. - S. C 3, C 46, C 47.

10. Обучение и подбор персонала немецкого таможенного ведомства // Материалы семинара для работников Таможенного управления Украины с 27 апреля по 1 мая 1998 г. в Днепропетровске. - 20 с.

11. Müller-Böling, Detlef u.a. Strategieentwicklung an Hochschulen: Konzepte – Prozesse – Akteure. – Gütersloh: Verl. Bertelsmann Stiftung, 1998.- S. 319.

12. Ausbildungsrahmenplan für die berufspraktische Ausbildung der Nachwuchskräfte des mittleren Binnenzolldienstes. Das Binnenministerium der Finanzen: Ausgabe Februar. - 1998. - S. D4.

13. Навчально-тематичний план підвищення кваліфікації співробітників пасажирських відділень митних постів в аеропортах за напрямком “Митна справа”. К., 1998. - 4 с.

14. Положення про формування кадрового резерву керівного складу митних органів України // Додаток №1 до наказу Державної митної служби України від 17.04.1997 р. - №17. - С. 2.

15. Пропозиції ДРІДУ УАДУ до концепції Закону України “Про систему підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації державних службовців”// Матеріали наради з обговорення концепції Закону України “Про систему підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації державних службовців”. - Дніпропетровськ, 4 лютого 2003 р. - С. 3.

16. Програмно-методичне забезпечення підвищення кваліфікації державних службовців. Перспективи співпраці в цьому питанні з вищими навчальними закладами України // Актуальні проблеми підвищення кваліфікації державних службовців України: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. 19–20 вересня 1996 року. - К.: Українська Академія державного управління при Президентові України, 1996. - С. 159.

17. Деркач Л.В. Українська митниця: вчора, сьогодні, завтра. - К.:

Державна митна служба України. - 1998. - С. 511.

18. Наказ № 153 Митного комітету СРСР від 18.07.1990 р.

19. Наказом № 18 Митного комітету СРСР від 30.01.1992 р.

20. Наказ Державного митного комітету України від 10.02.92 р.

№ 26.

21. Наказ Державного митного комітету України від 22.05.92 р.

№ 105.

22. Наказ Державного митного комітету від 18.08.92 р. № 165.

23. Наказ Державного митного комітету від 25.03.92 р. № 66.

24. Наказ Державного митного комітету від 06.04.92 р. № 71.

25. Наказ Державного митного комітету від 25.12.92 р. № 242.

26. Наказ Державного митного комітету України від 14.02.1993 р.

№ 330.

27. Наказ Державного митного комітету від 04.01.94 р. № 3.

28. Наказ Державного митного комітету від 23.08.95 р. № 395.

29. Наказ Державного митного комітету від 15.09.95 р. № 453.

30. Наказ Державного митного комітету України від 05.07.96 р.

№ 302.

31. Указ Президента України від 11.06.96 р. № 1145/96.

32. Наказ Державної митної служби України від 31.12.96 р. № 595.

33. Указ Президента України “Про державну митну службу України” від 29 листопада 1996 р. № 1145/96 // Основні нормативні акти митної служби України. - Дніпропетровськ: АМСУ, 1998.

34. Наказ Державної митної служби України від 25.02.97 р. № 85 “Про ліквідацію Південно-Східних зональних курсів”.

35. Наказ Державної митної служби України від 08.06.98 р. № 328 “Про ліквідацію Південних зональних курсів (м. Одеса), Східних зональних курсів (м. Харків), Карпатських зональних курсів (м. Ужгород), Західних зональних курсів (м. Львів)”.

36. Указ Президента від 23.03.98 р. № 216/98 “Про створення національної системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців митної справи”.

37. Постанова Кабінету Міністрів від 06.07.98 р. № 1009.

38. Спільний наказ Міністерства освіти і Державної митної служби від 30.07.98 р. № 281/454 “Про створення Коледжу Академії митної служби”.

39. Кухаренко В.Б. Управление модернизацией таможенной службы: Монография. – М., 1998.

40. Проект “Положення про систему підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів Державної митної служби України”, 18 с.

41. Закон України “Про систему підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації державних службовців” від 30 травня 1995 р. № 398.

42. Інформаційні матеріали щодо функціонування системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації державних службовців і керівників державних підприємств, установ та організацій у 2001 році. - К.: Головне управління державної служби України. - 2002. - 50 с.

43. Гмирко В.П. Кваліфікаційні характеристики посадових осіб Державної митної служби України. - Дніпропетровськ: АМСУ. - 1998. - С. 20.

44. Порядок вивчення працівниками митних органів України іноземних мов, виплати грошової надбавки за володіння ними та використання їх у роботі, затверджений наказом ДМСУ №100 від 17 лютого 1999 р.

45. Пам’ятка наставнику новоприйнятого працівника // 3 робочих матеріалів відділу по роботі з особовим складом Новгород-Сіверської митниці, 1998.

46. Методичні рекомендації керівникам підрозділів митниці по наданню допомоги інспекторам, зарахованим у резерв на керівні посади

номенклатури начальника митниці // 3 робочих матеріалів відділу по роботі з особовим складом Новгород-Сіверської митниці, 1998.

47. Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В.Н. Ярцева. - М.: Советская энциклопедия, 1990. - 685 с.

48. Sach- und Fachtexte im Unterricht / Methodisch-didaktische Vorschläge für den Lehrer, 1985. - S. 23.

49. Дейк ван Т.А. Язык. Познание. Коммуникация. - М.: Прогресс, 1989. - 311 с.

50. Павленко Е.А. Средства выражения контактной функции высказывания в современном немецком языке. Дис... канд. филол. наук: 10.02.04. - Одесса, 1993. - 174 с.

51. Веденькова М.С. Система времен современного немецкого языка (Парадигматика). - Днепропетровск, 1977. - 55 с.

52. Серль Дж. Метафора. СС. 307–342 // Теория метафоры: Сборник / Под ред. Н.Д. Арутюновой и М.А. Журиной. - М.: Прогресс, 1990. - 512 с.

53. Остин Дж. Л. Слово как действие. СС. 22–129. // Новое в зарубежной лингвистике, вып. 17: Теория речевых актов. - М.: Прогресс, 1986.

54. Коен Т. // Теория метафоры: Сборник / Под ред. Н.Д.Арутюновой и М.А.Журиной. - М.: Прогресс, 1990. - 512 с.

31. Романов А.А. Прагматические особенности перформативных высказываний // Прагматика и семантика синтаксических единиц. - Калинин, 1984. СС. 86-92.

32. Конопелько Е.В. Эмоциональный перлокутивный эффект и его интерпретация участниками коммуникации (на материале современного английского языка), Автореф. ...канд.филол.наук. - Л., 1991. - 16 с.

33. Ossner, J. Konvention und Strategie: Die Interpretation von

Dusserungen im Rahmen einer Sprechakttheorie. Tübingen: Niemeyer, 1985. - 208 S.

34. Колшанский Г.В. Коммуникативная структура и структура языка. - М.: Наука, 1984. - 175 с.

35. Русская грамматика. .- Т.2. - Синтаксис. - М.: Наука, 1980. - С.86.

36. Шубин Э.П. Языковая коммуникация и обучение иностранным языкам. - М.: Просвещение, 1972. - 350 с.

37. Иванова И.П., Бурлакова В.В., Почепцов Г.Г. Теоретическая грамматика современного английского языка. - М.: Высшая школа, 1981. - 285 с.

38. Павленко Е.А. Средства выражения контактной функции высказывания в современном немецком языке//Дис... канд. филол. наук. Днепропетровск, 1993. - 174 с.

39. Черепанова И.Ю. Вербальная суггестия: теория, методика, социально-лингвистический эксперимент. Автореф... докт.фил.наук. -М., -1996. -50 с.

40. Hindelang, G. Einführung in die Sprechakttheorie. - Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 1983. - S.119.

41. Падучева Е.В. Прагматические аспекты связности диалога//Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз., №4, Т.42 - 1982. - СС.305-313.

42. Девкин В.Д. Немецкая разговорная речь: Синтаксис и лексика. - М.: Междунар. отношения. 1979. - 256 с.

43. Тихомиров О.К. Психология мышления: Учебное пособие. М.: МГУ, 1984. - 272 с.

44. Коммуникация // Философский словарь / Под ред. И.Т.Фролова. - 5-ое изд. - М.: Политиздат, 1987. - С.208.

45. Маевская Л.Д. Die deutsche Sprache eine Wьrcke in der interkulturellen Kommunikation,С.90//Актуальні проблеми теорії комунікації та викладання іноземних мов/Вісник Харківського державного університету № 390, Харків: Константа, 1997, СС. 89-91.

46. Потапов В.В. Теоретические проблемы и отдельные методы, С.18//Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. РЖ №1. Серия 6. - М., 1998. - С. 143.



47. Гаркуша В.В. Формування навиків спілкування і комунікативних здібностей в процесі особистісно-орієнтованого навчання усному іноземному мовленню: Автореф.дис...к-та псих.наук: 19.00.07 / Наук.-досл. ін-т психології МНО України. - Київ, 1992. - 19 с.

73. Щерба Л.В. О трояком аспекте языковых явлений и об эксперименте в языкознании // Сб. История языкознания XIX - XX в.в. в очерках и извлечениях / Под ред. В.А. Звягинцева. - М., 1960. - Ч. II. - С. 306.

74. Методика викладання української мови в середній школі / Беляєв О.М., Олійник І.С., Іваненко В.К. та ін. - К.: Рад. школа, 1989. - С. 323.

75. Паламар Л.М. Лінгводидактичні основи формування україномовної особистості: Монографія. - К., 1997. - С. 235.

76. Європейський Союз. Консолідовані договори // Європейська Комісія в Україні. – К.: Видавництво “Port Royal”, 1999. - 206 с.

77. Освіта України. - 5 травня 1999 р.

78. Плахотнік О.В., Павленко О.О. Структура і зміст комунікативно-професійної компетенції фахівців керівної ланки // Проблеми гуманізму і освіти: Збірник матеріалів науково-методичної конференції, Вінниця, 21-22 травня 2002 р.: В 2-х томах. - Вінниця: Універсум - Вінниця, 2002. Том 2. - 312 с.

79. Бориско Н.Ф. Концепция учебно-методического комплекса для практической языковой подготовки учителей немецкого языка (на материале интенсивного обучения): Монография.- К.: Изд.центр КГЛУ, 1999. - 268 с.

80. Бердичевский А.Л. Оптимизация системы обучения иностранному языку в педагогическом вузе: Науч.-теор. пособие. - М.: Высш. школа, 1989. - 103 с.

81. Типові програми підготовки вчителя іноземної мови. Практика усного та писемного мовлення (основна іноземна мова): Для педагогічних інститутів / факультетів іноземних мов. - К.: КДПШМ, 1993. - 187 с.

82. Сафонова В.В. Изучение языков международного общения в контексте диалога культур и цивилизаций. - Воронеж: Истоки, 1996. - 237 с.

83. Ніколаєва С.Ю., Петращук О.П., Бражник Н.О. Ступенева система освіти в Україні та система навчання іноземних мов / Бібліотечка журналу "Іноземні мови". - К.: Ленвіт, 1996. - Вип. 1. - 89 с.

84. Педагогічна майстерність: Підручник / І.А. Зязюн, Л.В. Крамущенко, І.Ф. Кривонос та ін. / За ред. І.А. Зязюна. - К.: Вища школа, 1997. - 349 с.

85. Аухадеева Л.А. Формирование коммуникативных умений у учащихся ССУЗ средствами ролевой игры: Дисс ...канд. пед. наук. - Казань, - 1994. - 238 с.

86. Бережнюк І.Г. Система управління митною справою: теоретичні домінанти. С. 62-66 // Вісник Академії митної служби України. – Дніпропетровськ. - 2001. - № 3. - 124 с.

87. Васильєва М.П. Формування комунікативних умінь як компонента педагогічної культури майбутнього вчителя. Автореф ...канд. пед. наук. - Харків, 1997. - 23 с.

88. Міщик Л.І. Теоретико-методичні основи професійної підготовки соціального педагога у закладах вищої освіти: Дисс ...докт. пед. наук. - Запоріжжя, 1997. - 378 с.

89. Вільш І. Структура, зміст і функції сталих індивідуальних якостей учня у процесі допрофесійного навчання і виховання. Автореф

...докт. пед. наук. - К., 1997. - 53 с.

90. Линенко А.Ф. Теорія і практика формування готовності студентів педагогічних вузів до професійної діяльності: Автореф ...докт. пед. наук. - К., 1996. - 41 с.

91. Хван Чан Черн. Инновационные тенденции в развитии педагогики и практики образования России и Тайваня: Дисс ...канд. пед. наук. - М., 1997.

92. Педагогічні досьє: Підготовка та підвищення кваліфікації державних службовців / Проект Тасіс "Реформа та розвиток державного управління в Україні" / Під кер. Оран Ж.-Ф. - К., 1996. - 119 с.

93. Ничкало Н.Г. Неперервна професійна освіта як філософська та педагогічна категорія // Неперервна професійна освіта: теорія і практика // Науково-методичний журнал, 2001. - Випуск 1. - 224 с.

94. Мадзігон В. Безперервна освіта: науково-педагогічний аспект // Педагогічна газета. - 2000. - № 7 (73). - С. 1 - 3.

95. Fremdsprachen im Berufsleben // Leonardo Projekt.Open Sesame. Hrs.: Europaeische Kommission, Europarat, Schweizer Bundesregierung, 1998. - S. 58.

96. Sprachenpolitik. Kommunikationsverlust im Informationszeitalter // DaF: Zeitschrift fuer Theorie und Praxis des Deutschunterrichtsfuer Auslaender. Jg.35, Nr.4, 1998.- Leipzig: Langenscheidt. - SS.18 - 22.

97. Положення про використання елементів дистанційного навчання в системі підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників Державної митної служби України, проект // Електронна пошта Держмитслужби України від 21.11.2002 № 11/5-17-11430-ЕП.

98. Ключко О.О. Програма з іноземної мови. - Дніпропетровськ: АМСУ, 1999. - С. 15.

99. Павленко О.О. Програма дисципліни “Німецька мова”. - Дніпропетровськ: АМСУ, 1998. - С. 12.

100. Ауэрбах Т. Как изучать иностранные языки? // *Lingua*, №1. - Tallinn: Periodika. - 1992. - С. 90 - 95.

101. Мельничайло В.Л., Пентилюк М.І., Рожило Л.П. Удосконалення змісту і методів навчання української мови. - К.: Рад. школа, 1982.

102. Бруннэр Дж. Психология познания. - М., 1977. - 383 с.

103. Булаховский Л.А. Сравнительное изучение украинского и русского языков // *Шлях освіти*. - № 12. - 1994. - 76 с.

104. Онищук В.О. Організація навчання старшокласників. - К., 1978. - 128 с.

105. Carrol. *The Communicative approach to language teaching*. - 1980.

106. Порядок вивчення працівниками митних органів України іноземних мов, виплати грошової надбавки за володіння ними та використання їх у роботі // Наказ ДМСУ № 100 від 17 лютого 1999 р.

107. Про складання галузевих кваліфікаційних іспитів // Наказ Голови Державної митної служби України № 767 від 26 грудня 2000 р.

108. Павленко О.О. Методичні вказівки щодо складання іспиту з іноземної мови працівниками митних органів України (німецька мова). - Дніпропетровськ: АМСУ, 1999. - С.17.

109. Андріанова Л.В. Методичні вказівки щодо складання іспиту з іноземної мови працівниками митних органів України (французька мова). - Дніпропетровськ: АМСУ, 1999. - С. 10.

110. Ключко О.О. Методичні вказівки щодо складання іспиту з іноземної мови працівниками митних органів України (англійська мова). - Дніпропетровськ: АМСУ, 1999. - С. 15.

111. Методичні вказівки щодо підготовки та проведення іспиту з іноземної мови для співробітників митної служби. - Дніпропетровськ:

АМСУ, 2002. - С. 17.

112. Методичні вказівки для викладачів щодо організації та проведення іспиту з іноземної мови для співробітників митної служби. - Дніпропетровськ: АМСУ, 2002. - С. 17.

113. Заходи з виконання Програми вдосконалення кадрового забезпечення митних органів, п. 6.6. // Наказ Голови Державної митної служби України № 83 від 11.02.2002.

114. Fremdsprachen im Berufsleben // Leonardo Projekt. Open Sesame. Hrs.: Europäische Kommission, Europarat, Schweizer Bundesregierung. 1998. - S. 58.

115. Інтерактивні технології: теорія, практика, досвід: метод. посіб. / Авт.-уклад.: О. Пометун, Л. Пироженко. - К.: А.П.Н., 2002. - 136 с.

116. Алешина И.В. Паблик рилейшнз для менеджерів и маркетеров.- М.: Ассоциация авторов и издателей "Тандем". Изд-во ООО "Тном-пресс", 1997. - 256 с.

117. Основи митної справи: Навч. посіб. / За ред. П.В. Пашка. - 2-е вид., перер. і доп. - К.: Т-во "Знання", КОО, 2002. - 318 с.

118. Інформація про роботу по роз'ясненню чинного митного законодавства серед жителів зони діяльності Новгород-Сіверської митниці // З робочих матеріалів відділу по роботі з особовим складом Новгород-Сіверської митниці, 1997.

119. Зязюн І.А., Сагач Г.М. Краса педагогічної дії: Навчальний посібник для вчителів, аспірантів, студентів середніх та вищих навчальних закладів. - К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1997. - 302 с.

120. Сагач Г.М. Золотослів: Навчальний посібник для середніх і вищих навчальних закладів. - К., "Райдуга", 1993. - 378 с.

121. Зарецкая Е.Н. Логика речи для менеджеров, - М.: Изд-во “Финпресс”, 1997. - 351 с.
122. Бадмаев Б.Ц., Малышев А.А. Психология обучения речевому мастерству. - М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1999. - 224 с.
123. Митниця інформує // 3 робочих матеріалів прес-центру Новгород-Сіверської митниці, 1997.
124. Божок В. Митники вірять у “народну” прикмету: чим більший мінус на градуснику - більше їде “градусів” до Росії, С.10 // Газета “Гарт” від 14 лютого 1997 р.
125. Павленко Е.А. Язык таможенного документа и его место в коммуникации// Когнитивные стратегии языковой коммуникации. Доклады Международной научной конференции. - Симферополь: Изд-во Таврического экологического института, 1998. - С.114-118.
126. Павленко О.О. Робота митниці//Методичні розробки для роботи з текстами фахового спрямування. - Дніпропетровськ: АМСУ, 2000. - 52 с.
127. Павленко Е.А. Модель связи организации со средствами массовой информации // Актуальні проблеми підготовки фахівців для митної служби на сучасному етапі. - Дніпропетровськ., 1998, ч.ІІ. - СС.88-90.
128. Почепцов Г.Г. Имидж от фараонов до президентов. - К.:Изд-во “АДЕФ-Украина”, 1997. - 322 с.
129. Колшанский Г.В. Паралингвистика. - М.: Наука . 1974. - 80 с.
130. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и PUBLIC RELATIONS. Ч. 1. - СПб.: ТОО “ТРИЗ-ШАНС”: Изд. Дом “Бизнес-Пресса”, 1998. -38 с.

Наукове видання

Олена Олександрівна Павленко

**ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА  
НАВЧАННЯ  
ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Монографія

Редактори: Дерев'янка Т.П., Олексієнко Н.М., Алексєєва Т.А.

Підписано до друку 05.05.03.      Формат 60x84 1/16.      Папір  
офсетний.

Ум. друк. арк. 16,31      Облік.-вид. арк. 14,50      Тираж 300  
прим.

Замовлення №

Дніпропетровськ: Академія митної служби України (свідоцтво  
про видавничу діяльність ДК № 10 від 24.02.2000 р.)

49000, м. Дніпропетровськ, вул. Рогальова, 8