

Міністерство освіти і науки України  
Одеська обласна державна адміністрація  
Одеська обласна рада  
Одеська обласна універсальна наукова бібліотека  
ім. М. Грушевського  
Асоціація документознавців України  
Харківська державна академія культури  
Національний педагогічний університет ім. М.П. Драгоманова  
Одеський національний політехнічний університет

**Інформаційна освіта  
та професійно-комунікативні технології  
XXI століття**

**МАТЕРІАЛИ**

VIII Міжнародної науково-практичної конференції

*Одеса, 10-12 вересня 2015 року*

Одеса – 2015

Министерство образования и науки Украины  
Одесская областная государственная администрация  
Одесский областной совет  
Одесская областная универсальная научная библиотека  
им. М. Грушевского  
Ассоциация документоведов Украины  
Харьковская государственная академия культуры  
Национальный педагогический университет  
им. М.П. Драгоманова  
Одесский национальный политехнический университет

Информационное образование  
и профессионально-коммуникативные технологии  
XXI века

МАТЕРИАЛЫ  
VIII Международной научно-практической конференции  
Одесса, 10-12 сентября 2015 года  
Одесса – 2015

The Ministry of Education and Science of Ukraine  
Odessa regional state administration  
Odessa Regional Council  
Odessa regional universal scientific library of M. Grushevsky  
Association Documentacion Science of Ukraine  
Kharkiv State Academy of Culture  
National pedagogical Dragomanov university  
Odessa national polytechnical university

Informational education  
and professional-communicative technologies  
of XXI centuries  
MATERIALS  
of the VIII International scientifically-practical conference  
Odessa, September, 10-12 th, 2015  
Odessa – 2015

УДК 378.4.007 (477.74)

Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології ХХІ століття: зб. матеріалів VIII Міжнар. наук.-практ. конф., Одеса, 10-12 вересня 2015 року / під заг. ред. В.Г. Спрінсяна. – Одеса : ФОП Гаража, 2015. – 625 с.

Збірник укладено на основі матеріалів VIII Міжнародної науково-практичної конференції з проблем інформаційної освіти, комунікативної компетенції, лінгвістичної компетенції за фахом, філософії і культури сучасного фахівця, розробки й впровадження інноваційних освітніх технологій, яка була проведена Одеським національним політехнічним університетом 10 – 12 вересня 2015 року. До збірника увійшли статті й тези доповідей, в яких розглядаються актуальні проблеми кола наук із соціальних комунікацій.

Збірник розраховано на наукових працівників, спеціалістів інформаційної сфери, викладачів, аспірантів і студентів.

#### Редакційна колегія

Оборський Г. О. – доктор техн. наук, професор, дійсний член Академії інженерних наук України, ректор Одеського національного політехнічного університету (*голова редколегії*);  
Спрінсян В.Г. – канд. мистецтвознавства, доцент, зав. кафедри документознавства та інформаційної діяльності ОНПУ, президент Спілки документознавців України (*заст. голови редколегії*);  
Слободяник М.С. – доктор історичних наук, професор, зав. кафедри документознавства та інформаційно-аналітичної діяльності НАКККІМ (*член редколегії*);  
Шейко В.М. – доктор істор. наук, професор, член-кореспондент Академії мистецтв України, ректор Харківської державної академії культури (*член редколегії*);  
Амельченко Ю.С. – директор Одеської обласної універсальної наукової бібліотеки ім. М. Грушевського (*член редколегії*);  
Філіпова Л.Я. – доктор пед. наук, професор, декан факультету документознавства та інформаційної діяльності Харківської державної академії культури (*член редколегії*);  
Бакавурський А.Г. – доктор мистецтвозн., професор, декан гуманітарного факультету ОНПУ (*член редколегії*);  
Жарких В.Ю. – доктор філософ. наук, професор, зав. кафедри філософії та методології науки ОНПУ (*член редколегії*);  
Розова Т.В. – доктор філософ. наук, професор, академік Академії Вищої школи України, зав. кафедри філософської антропології Національного педагогічного університету ім. М.П. Драгоманова (*член редколегії*);  
Сухотеріна Л.І. – доктор істор. наук, професор, зав. кафедри політології ОНПУ (*член редколегії*);  
Коляда-Березовська Т.Ф. – канд. філол. наук, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності ОНПУ (*член редколегії*);  
Бірюкова Т.Л. – канд. наук із соціальних комунікацій, доцент кафедри документознавства та інформаційної діяльності ОНПУ (*член редколегії*);  
Татак О.О. – ст. викладач кафедри документознавства та інформаційної діяльності ОНПУ (*член редколегії*).

Відповідальні за випуск: Коляда-Березовська Т.Ф., Бірюкова Т.Л., Татак О.О.

Друкється за рішенням Вченої ради Одеського національного політехнічного університету  
Матеріали конференції публікуються в авторській редакції.  
Відповідальність за зміст статей покладається на авторів.

ISBN 978-966-2989-34-2

Інформацію про його перебування в цьому письменницькому раю можна було дізнатися лише з листів Коцюбинського, які нічим не поступаються його оповіданням. Це листи до дружини, до друзів і до коханки, що на той час було просто ганебно і скандально! Тому це вже був текст, який захотілося подати сучасно» [1]. Отже, маємо приклад медіавистави з метою сучасного подання текстів класика української літератури – Михайла Коцюбинського.

**Висновки.** Деякі українські письменники йдуть далі від звичайного спілкування з читачами, беручи участь у медіавиставах, що відкривають для них нові можливості. У тандемі з талановитими художниками, музикантами, організаторами вони досягають бажаного успіху. Важливою складовою цього є також підтримка таких організацій, як «АртПоле», PinchukArtCentre тощо. Медіазасоби останнім часом набувають розвитку в Україні, що визначає перспективи подальших досліджень.

#### Список використаних джерел

1. Ведущий радио «Аристократъ» сыграл в медиаспектакле про любовницу и Капри [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://dusia.telekritika.ua/reportazhi/29053/print/> (15.06.2015)
2. Книгу продає ім'я її автора // БІЗНЕС-новини України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://business-x.biz/knigu-prodaye-imyay-avtora-biznes-novini-ukraini-49285/> (09.12.2014)
3. МЕДІА-ВИСТАВА «НОВІ РОЗДІЛОВІ ЗНАКИ» (ЗА УЧАСТЮ СЕРГІЯ ЖАДАНА) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.i3grants.org/uk/projects/241>.
4. Нагієв В. Проект Сергія Жадана та агенції АртПоле – медіа-вистава «Нові розділові знаки» [Електронний ресурс] / Вадим Нагієв // Лица. Газета о личностях и лицадеях. – Режим доступу: <http://m.litsa.com.ua/read/671>. (10.12.2012)
5. У Києві покажуть медіавиставу про Коцюбинського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://gazeta.ua/articles/culture/\\_u-kiyev-i-rokazhut-mediavistavu-pro-kocubinskogo/629978](http://gazeta.ua/articles/culture/_u-kiyev-i-rokazhut-mediavistavu-pro-kocubinskogo/629978). (04.06.2015)
6. Юрій Андрухович у Запоріжжі!!! Літературно-музичний перформанс «Альберт, або Найвища форма страти» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/events/576817672399577/> (23.02.2014)
7. VJ group «Cube» в концертному турі «Абсент» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cube.if.ua/index.php/vjcube/400-cubeabsent-tour>.

*В статті розкривається опыт использования медиавиставления как нового способа коммуникации читателя и автора. Во время*

*подготовки издания к печати целесообразно привлечь к продвижению книги на рынок и самого автора. Некоторые украинские писатели идут дальше обычного общения с читателями, принимая участие в медиавиставлениях, открывающих для них новые возможности. В частности, Юрию Андруховичу медиавиставления позволяют еще до выхода издания создать эффект ожидания его, привлекая социальные сети, СМИ, коллег, которые в своих статьях, интервью формируют эмоциональный фон для будущей книги.*

**Ключевые слова:** автор, медиавиставление, писатель, читатель.

*The article deals with the experience of using mediaperformance as a new way of communication of the reader and the author. While preparing publications for printing it is reasonable to involve the promotion of the book to the market and of the author himself. Some Ukrainian writers go beyond the usual dialogue with the readers, participating in mediaperformance, opening up new opportunities. In particular, mediaperformance allows Yuri Andrukhovych to create the effect of his expectations, attracting social networks, media colleagues, who in their articles and interviews form the emotional background for an upcoming book. And this takes place even before the publication.*

**Keywords:** author, mediaperformance, writer, reader.

УДК 316.77:339.178.4

Л.А. Черединок

#### ДІЛОВА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ВАЖЛИВА УМОВА УСПІШНОГО БІЗНЕСУ

*У статті розглядається ділова комунікація як різновид внутрішнього спілкування, особливості сучасного ділового спілкування і його роль у сфері виробництва. Висвітлено шляхи вдосконалення мовленнєвої комунікації у процесі підготовки студентів – майбутніх фахівців у галузі документознавства й управлінської діяльності.*

**Ключові слова:** ділова комунікація, внутрішнє спілкування, мовні норми, мовленнєва комунікація, комунікатор, документознавства, управлінська діяльність.

*У сучасному діловому світі значне місце посідає ділова комунікація, без якої уже просто неможливо уявити сьогоdnішній бізнес. Кожна конкретна професійна мета вимагає того змісту комунікації, яке дозволяє її здійснити і домогтися необхідних результатів.*

*Зацікавленість проблемами людського спілкування сягає своєї*

давнини і почалася ще у добу античності. І нині залишаються актуальним такі поради античних філософів, як: «не дозволяй своїй мові випереджати свій розум», «краще думати, перед тим як діяти, ніж після». Важливе значення античні філософи надавали дотриманню заходів у спілкуванні з іншими людьми. «Нічого надміру», «міра – найкраще» – ці принципи були провідними у спілкуванні.

Особливо цікавими є діалоги Платона, в яких він звертає увагу на способи ведення бесіди, відкриває багато тонкощів спілкування різних людей, показує залежність спрямованості мислення особистостей від характеру і змісту їхньої розмови. По суті, вони є творчою майстернею кількох співрозмовників, кожен з яких демонструє своє мистецтво спілкування в суперечці, дискусії, осягненні істини. Слід зазначити, що до комунікації Платон підходив з етичних позицій і вважав, що спілкування між людьми має будуватися на основі таких чеснот, як «справедливість, розважливість, благочестя, дотримання моральних норм» [6, 24].

Прагнення до утвердження доброчесності в спілкуванні з іншими людьми було притаманне і поглядам учня Платона – Аристотеля. Самоконтроль, помірність, скромність, мужність, розсудливість – саме цими чеснотами, на думку філософа, має мудра людина керуватися спілкуванні з іншими. Зазначимо, що ці принципи не втратили свого значення і в наші дні.

Проблеми ділових відносин цікавили також Т.Гоббса, І.Канта, О.Конта та багатьох інших філософів.

Зауважимо, що комплексним вивченням процесу спілкування до XX ст. наука не займалася, розглядалися і досліджувалися лише окремі складові цього феномена. Проте на початку століття до цих проблем починають звертатися як вітчизняні, так і зарубіжні учені. Багатомірну стимулюючу роль спілкування в житті людини належним чином почали усвідомлювати вчені різних галузей наук, як теоретики, так і спеціалісти-практики. У кінці минулого століття популярними стали поради американського спеціаліста Д. Карнегі про те, як поліпшувати спілкування та завойовувати собі друзів. Але ці рекомендації більше стосуються технології спілкування і не розкривають його етичної та психологічної структури й закономірностей. Водночас вони певною мірою допомагають діловим людям і всім, кого хвилює процес спілкування, хто відчуває у цьому труднощі. На сучасному етапі одним із різновидів спілкування є ділове спілкування, або комунікація.

Метою нашого дослідження є аналіз особливостей сучасної ділової комунікації та висвітлення її ролі у процесі формування майбутніх

фахівців у галузі документознавства.

Методологічною базою даної проблеми є дослідження В.І.Курбатова, В.В.Аткінсона, І.В.Альошина, А.В.Борисова, А.С.Айві, В.Берга, Г.В.Бороздіна та багатьох інших.

Як уже зазначалося, комунікація є важливою складовою успішної діяльності будь-якого підприємства, незалежно від того, мала це фірма або велика компанія. Без комунікації жодна організація не може повноцінно функціонувати. На сучасному етапі успіх керівника залежить від його вміння спілкуватися з людьми. Велике значення комунікацій не тільки в діяльності підприємства, але і в житті окремих людей, які на цьому підприємстві трудяться. Отже, ділове спілкування – це одне з найскладніших явищ в менеджменті та управлінні.

Як відомо, дослідники відносять ділове спілкування до внутрішнього спілкування. Дуже важливо, щоб внутрішнє спілкування керувалося належним чином, тому що погано створене або кероване повідомлення може викликати недовіру і ворожість з боку співробітників. Добре організована комунікація дозволяє людям комфортно почувати себе на роботі, усвідомлювати свою значущість і бути впевненими у майбутньому. Якщо ж розглядати роль комунікації в глобальних масштабах, то, можна сказати, що від її ефективності залежить і життєдіяльність усього суспільства.

Ділове спілкування тісно пов'язане з багатьма науками. На сьогодні накопичений значний досвід комунікативного аналізу в різних наукових дисциплінах соціо-гуманітарного, природничо-наукового і науково-технічного напрямків. Це пов'язане з тим, що комунікація являє собою складне, багатогранне соціокультурне явище. Проблеми ділової комунікації розглядаються з позицій фахівця в конкретній царині, наприклад, комунікації в маркетингу, комунікації в менеджменті або PR-комунікації, психології, культурології, педагогіки, лінгвістики.

Окрім того, більшість дослідників висловлюють думку про те, що манера спілкування і стиль залежать від індивідуально-типологічних особливостей партнерів і їхніх комунікативних намірів. Крім того, на культуру ділової взаємодії впливають і такі особистісні фактори, як: особливості комунікативних можливостей партнерів (особливості інтелектуальної діяльності, ерудиція і професійна компетентність, лексикон і тезаурус, мовна культура і вміння слухати); характер відносин з діловими партнерами (повага, залежність, зневага, співпраця); психотип і діловий статус партнерів.

Ділове спілкування дещо відрізняється і є унікальним у порівнянні з іншими видами комунікацій, адже його мета – бізнес. Таким чином, для

розробки рентабельності, комунікатор повинен розвивати гарні навички спілкування.

Останнім часом у зв'язку з розвитком інформаційних технологій і розширенням меж комунікативного простору, а також зростаючої ролі бізнесу в суспільному житті будь-якої країни, ділове спілкування постійно розширює сферу свого функціонування. Виступаючи однією з форм взаємодії людей у процесі спілкування, ділову комунікацію, на думку вчених (В.Г.Спринсян, Н.Р.Барабанова), слід розглядати, скоріше, як інформаційний аспект спілкування.

Як бачимо, ділова комунікація – «складний багатоплановий процес, сутністю якого виступає встановлення й розбудова спілкування між людьми, що зумовлено потребами спільної діяльності й обміном, інформацією, знаннями, інтелектуальною власністю» [6, 144]. Ефективне управління діловою комунікацією вимагає розбудови комунікаційного менеджменту, що виступає системою управління, яка через інтегровану комунікацію з цільовими аудиторіями, сприяє досягненню максимальної ефективності в усіх напрямках розвитку організації в умовах мінливого зовнішнього середовища.

Ураховуючи усі вище перелічені фактори, абсолютно закономірним є те, що ділове спілкування стало однією з навчальних дисциплін, занесених до програми підготовки магістра в університетах. У багатьох вишах України для студентів-документознавців й управлінців останнім часом викладається така дисципліна, як «Організація сучасної ділової комунікації», метою якої є сприяння процесу адаптації майбутніх фахівців у галузі документального забезпечення управління до подальшої професійної діяльності.

У процесі навчання викладач може використовувати різні педагогічні методи і прийоми. Доцільно, на наш погляд, запропонувати студентам різні моделі типових комунікативних ситуацій.

Під час моделювання типової ситуації (наприклад, проведення ділової бесіди, переговорів) необхідно навчити студентів не лише культури говоріння, а й культури слухання, оскільки небажання чи невміння вислухати ділового партнера є однією з причин конфліктів. Важливим комунікативним завданням для студентів постає з'ясування шляхів виходу із конфліктної ситуації та дотримання формул етикету. Не менш важливим є завдання уникнення конфлікту, який може виникнути. Залежно від виконаного завдання постає необхідність у мовній діяльності співбесідників, умінні переконати ділового партнера, досягти позитивних результатів зустрічі. До речі, саме за такої ситуації звертається увага як на вербальні, так і на невербальні засоби ділового

спілкування, оскільки «...на культуру спілкування впливають жести співрозмовників, інтонація, паузи, рухи тіла тощо» [5, 113]. Типові ситуації розглядаються за такими параметрами: психологічні мотиви взаємодії; комунікативна мета; рольові установки; етикетно-мовленнєві формули спілкування [1, 361]. Крім того, до комунікативних якостей належить чистота, правильність, точність, логічність, доречність мовлення.

На нашу думку, моделювання типової комунікативної ситуації надає змогу студентам оцінити свою професійну підготовку, зробити висновки щодо мовно-мовленнєвої компетенції, оскільки саме комунікативні ситуації сприяють розвитку мовленнєвої діяльності.

Слід також наголосити, що одним із важливих аспектів ділової комунікації є мовна комунікація, оскільки навіть найкращий фахівець у певній галузі діяльності без набуття ним навичок підтримувати розмову, вести діалог не зможе взяти участь в обговоренні проблеми, у дискусії, проведенні ділових переговорів, нарад, брифінгів, конференцій тощо. Звертається увага на те, що діловий стиль характеризується нормативністю – правильною вимовою слів, наголошенням, лексичною сполучуваністю слів та ін. Тому для викладача, передусім, постає завдання проаналізувати не лише концептуальні помилки, яких студенти припустилися в комунікативній ситуації, а й мовні огріхи.

У процесі заняття викладач має проаналізувати мовні помилки, які допустили студенти і вказати на шляхи їх уникнення. Адже майбутній фахівець має вдосконалювати свої мовленнєві компетенції.

На нашу думку, найбільш частими є помилки у наголошенні слів, наприклад: *цАрина, кУрятина, грОшей, фенОмен, зубОжіти, неНавидіти, індУстрія, чорнОзем тощо.*

Слід звертати увагу студентів на поширені випадки тавтології і прагнути до її уникнення. Наведемо декілька прикладів:

– «...*трудоівники цехів уміють не лише добре трудитися...*»

(слід вживати «працювати»);

– «У період літніх *пасажирських перевезень тут курсує щодоби 300*

*пасажирських і 850 приміських поїздів*» (слово «пасажирський» слід випустити);

– «...аналогічний стан з *вуличним освітленням на вулиці Садовій*» (слово «вуличний» можна або випустити, або замінити на «зовнішній»);

– «Розв'язуючи завдання *сьогоднішнього дня*» (у слові «сьогоднішній» корінь -дн-, що й у слові «день», отже:

«сьогоднішні завдання», «завдання сьогодення») тощо.

Значної шкоди, як усному, так і писемному діловому мовленні завдають і плеоназми (мовні надмірності) Наведемо деякі приклади неправильного вживання слів, які досить часу можна почути у мовленні громадян:

– «Прекрасний подарунок одержали діти – наше майбутнє, про яке ми піклуємося з увагою і турботою...» («піклуватися» – це і є «визначити увагу і турботу»; слід лишити «піклуємося», або подати «ставимося з увагою і турботою»);

– «На адресу переможців посилаємо поздоровчі вітання від правління банку. (У кожному поздоровленні, як правило, є вітання, а кожне вітання містить здебільшого поздоровлення. Досить або «вітання», або ж «поздоровлення»);

– «У разі, якщо абонент зайнятий, то не обов'язково знову набирати номер...» (Доречно лишити щось одне, краще – «якщо»);

– розповісти свою автобіографію (перша частина «авто» означає «свій», «мій», тому треба вживати «моя біографія» або «автобіографія»);

– найбільш оптимальний (лат. *optimus* — найкращий з можливих);

– унікальний у своєму роді (лат. *unicus* — єдиний);

– преїскурант цін (нім. *preis* — ціна);

– вільна вакансія (вакансія – це незайняте місце, отож треба опустити слово «вільна» або написати «вільна посада», «вільне місце»);

– забезпечення безпеки (правильно: гарантія безпеки) тощо.

Дотримання мовних норм є обов'язковим для всіх громадян України, адже мова – це духовний скарб нації. Згадуються слова відомого українського письменника і філософа Є.Сверстюка: Нам потрібно боротися за українську мову в кожній сім'ї, у кожній родині. Це має стати нормою. Це вирішується на рівні людини. Тоді жоден закон не погубить мови» [4, 278].

Останнім часом окрім традиційних засобів комунікації, поширення набуває електронне ділове листування. На практичному занятті зі студентами варто порівняти традиційне й електронне листування, його переваги й недоліки. Адже відомо, що до електронного листування іноді ставляться недбало, недотримуються загальних вимог. Це стосується, насамперед, представників молодого покоління, які не надають великого значення оформленню своїх електронних листів відповідно до норм сучасної української мови. Завдання викладача на цьому етапі навчання – переконати студентів у необхідності дотримання загальних вимог до

листування, оскільки лише за таких умов культура електронного ділового листування зможе досягти високого рівня.

Студентам слід розуміти, що скласти електронного листа – це складне завдання. Адже електронні листи мають відповідати чітким вимогам: бути зрозумілими, тактовними, написаними відповідно до орфографічних, лексичних, синтаксичних норм сучасної української літературної мови. Стилість навіть більш важлива, ніж для звичайних листів. До того ж, недоречно писати занадто довгі послання, оскільки їх незручно читати на екрані комп'ютера. Рекомендується перед написанням електронного листа скласти його план, який сприятиме більшій логічності тексту. Писати необхідно коротко й за суттю справи. Необхідно наголосити на тому, що електронне листування є причиною збільшення темпу ділового життя, проте якість цінується вище, ніж швидкість.

Отже, ділове спілкування є необхідною умовою ефективної професійної діяльності. Комунікативні компетенції слід невпинно розвивати, оскільки володіння спілкуванням є запорукою успішної діяльності в будь-якій сфері виробництва. Окрім того, від уміння спілкуватися залежать не тільки ефективність взаємодії з іншими людьми, конструктивність прийнятих рішень, але й кар'єра фахівця, його професійний імідж.

#### Список використаних джерел

1. Барабанова Н.Р. Речевая составляющая профессионально-деловой коммуникации / Н.Р.Барабанова // Научн. записки Луган. гос. пед. ун-та. – Серия «Филологические науки»: сб. научн. тр. [Структура и содержание связей с общественностью в современном мире] / Луган. гос. пед. ин-т имени Тараса Шевченко. – Луганск: Альма-матер, 2002. – С. 356 - 364.
2. Барабанова Н.Р. Методичний підхід до рішення проблеми підвищення комунікативної компетенції особистості/ Н.Р. Барабанова, В.Г. Спрінсян // Информационное образование и профессионально-коммуникативные технологии XXI века: материалы VI Международной научно-практической конференции. Одесса, 12-14 сентября 2013 года – С. 99-101.
3. Лесовець Н.М. Ділова комунікація у процесі професійної підготовки студентів-менторознавців/Н.М.Лесовець:[Електронний ресурс] – Режим доступу: [opu-konf.at.ua/publ/sbornik\\_2008/](http://opu-konf.at.ua/publ/sbornik_2008/)
4. Сверстюк Є. Правда полинова / Є. Сверстюк – Київ: ТОВ видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – 304 с.
5. Соколовська Ж.П. У ділове спілкування – державну мову / Ж.П. Соколовська, В.В. Власенко, Л.Ф. Щербанчук. – К.: Грамота, 2005.