



МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВНУТРІШНІХ СПРАВ

**Методичні рекомендації
для студентів спеціальності 081 – «Право» і
262 – «Правоохоронна діяльність»
(бакалаврський рівень)**

Дніпро
2023

Леонова Н. В., Мірошніченко Л. В. Методичні рекомендації з дисципліни «Українська мова професійного спрямування» для студентів спеціальностей 081 – «Право» і 262 «Правоохоронна діяльність» (бакалаврський рівень). Дніпро : ДДУВС, 2023. 42 с.

Методичні рекомендації укладено відповідно до програми курсу «Українська мова професійного спрямування», розробленої для студентів, що є майбутніми правознавцями. Окрім методичних порад та теоретичного блоку вміщено контрольні питання, що дають можливість перевірити засвоєння опрацьованого під час занять матеріалу та закріпити вміння використовувати базові знання з української мови в професійному середовищі.

Методичні рекомендації відповідають змісту та вимогам Навчально-методичного комплексу дисципліни «Українська мова професійного спрямування» і доповнюють його.

Методичні рекомендації можуть бути використані для вивчення української мови професійного спрямування у ЗВО різних рівнів акредитації, на курсах підвищення кваліфікації правознавців, на підготовчих відділеннях, спеціалізованих курсах тощо.

Укладачі:

Леонова Н. В., канд. філол. наук,
Мірошніченко Л. В., канд. філол. наук.

Відповідальний за випуск: д. філос. наук, О.В. Халапсіс

Рецензенти:

Олійник Н. П., к. філол. наук
Решетилова О. М., к. пед. наук

ЗМІСТ

Передмова	4
РОЗДІЛ I. СТИЛІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ПРОФЕСІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ (УМПС).....	5
1.1. Інформаційний стиль мови та його місце серед стилів МПС і в професійному спілкуванні.....	5
1.2. Підстилі інформаційного стилю	8
1.3. Розмежування інформаційного та публіцистичного стилів	11
РОЗДІЛ II. ДОКУМЕНТИ. ЇХ ВИДИ ТА ФУНКЦІЇ У МОВІ ПРОФЕСІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ (МПС)	15
2.1. Документ як основний різновид офіційно-ділового стилю (ОДС) і його реквізити.....	15
2.2. Документи щодо особового складу.....	17
2.3. Правила формлення довідково-інформаційних документів (ДІД).....	22
2.4. Правила оформлення організаційно-розпорядчих документів (ОРД).....	27
2.5. Фінансово-облікові документи. Специфіка та оформлення	31
Контрольні завдання до Розділів 1, 2	35
Висновки	36
Рекомендована література	37

ПЕРЕДМОВА

У методичних рекомендаціях представлено матеріал із дисципліни «Українська мова професійного спрямування», укомплектований за оригінальним авторським принципом, що передбачений для студентів, які є майбутніми правознавцями різних напрямків навчання.

Робота містить теоретичний комунікативно-інформаційний блок, що охоплюють основні сфери соціального життя та діяльності людини в професійній площині, що є актуальним для студентів першого року навчання в університеті. Кожна із запропонованих методичних рекомендацій передбачає можливість застосування вивченого під час аудиторних занять матеріалу. Це дає змогу закріпити вміння використовувати базові оформлення документів, виконання нестандартних вправ, спрямованих на удосконалення текстів документів та їх специфічного дискурсу. У поданій розробці також вміщено теоретичний матеріал для опанування основних аспектів функціонування й розмежування стилів сучасної української мови, а також ролі інформаційного стилю у формуванні професійного іміджу та професійного спілкування. Розглядаються особливості інформаційного стилю, його місце серед функційних стилів мови.

Запропонований список рекомендованої літератури допоможе студентам під час виконання індивідуальних завдань, що не входять до лекційного матеріалу дисципліни «Українська мова професійного спрямування».

Контрольні питання є типовими для різних академічних і соціальних сфер і ситуацій. Вони допомагають об'єктивно визначити рівень опанування здобувачами вищої освіти основних змістових модулів робочої програми цієї навчальної дисципліни.

Організація змісту є чітко структурованою, охоплює основні питання робочої програми. Методичні рекомендації відповідають змісту та вимогам Навчально-методичного комплексу дисципліни «Українська мова професійного спрямування».

РОЗДІЛ І СТИЛІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ПРОФЕСІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ (МПС)

1.1. Інформаційний стиль мови та його місце серед стилів МПС і в професійному спілкуванні

Сучасний документообіг та директспілкування реалізуються у професійній сфері лише за умови наявності у спеціаліста достатнього рівня розуміння функціонування стилістичної системи мови.

Стильова приналежність публіцистичного й інформаційного дискурсивних масивів у сучасному професійному мовленні є актуальною темою досліджень. Розвиток інформаційних технологій і подальше розширення Інтернет-простору унеможливають ігнорування цієї лінгвістичної проблеми.

Питання виокремлення інформаційного стилю є якоюсь мірою полемічним і диспутивним у мовознавстві до цього часу, тому, насамперед, слід акцентувати проблему його об'єктивного фактичного існування й функціонування в сучасній українській мові та мові професійного спілкування

Стилi мови та виокремлення інформаційного стилю. Відомі лінгвісти висувають припущення, що одним із конструктивних принципів організації інформаційного мовлення є одночасна його орієнтація на мовний стандарт й експресію. Саме безперервне чергування, співвідношення та постійний «конфлікт» цих обов'язкових складових мовлення преси й утворює її особливу лінгвальну модель.

Сучасна стилістика вважає найхарактернішою ознакою газетно-публіцистичного стилю соціальну оцінність його мовних засобів та жанрову зумовленість функціонування лінгвальних одиниць. Дослідники беззаперечно доводять доцільність виокремлення особливої пресолінгвістичної галузі – стилістики газетних жанрів.

Основні положення наукових розробок із функціональної стилістики показують, що кожен жанр – це своєрідний за своїми мовностилістичними й формальними показниками компонент функціонального стилю, комунікативний акт, такий як «міні-сфера» інформаційного простору С. Єрмоленко, викликаний певними умовами побудови композиційної моделі інформаційного тексту як цілісного висловлювання. У межах стилістики мовлення, стилістики тексту відбувається осмислення взаємозумовленості категорій *жанр, стиль, текст*. Співвідносячи жанр, що реально існує як відкритий ряд конкретних мовленнєвих творів, з функціональними стилями, Г. Солганик пропонує схему, яка умовно показує шлях від мови до завершеного твору: літературна мова → функціональний стиль → жанри (або мовленнєві стилі) → мовленнєві твори.

У межах питання виокремлення інформаційного стилю можна спиратись на позицію А. Русанівського, який вважає важливим критерієм для цього сфери життя і динаміки розвитку суспільства: «Функційний стиль виробляється в певній сфері життя і діяльності суспільства і служить задоволенню потреб побутового спілкування, розвитку мистецтва слова, науки, правових відносин,

виробництва і т. ін.». На той же час інші дослідники виокремлюють два аспекти в характеристиці функційних стилів: 1) екстралінгвальний (сфера функціонування); 2) мовний (певні закономірності вибору, комбінування, семантичної модифікації та організації мовних засобів). Подібною є така позиція: стилі розрізняються функціонуванням у сферах суспільного життя; добором слів, фразеологічних виразів, синтаксичних конструкцій.

О. Пономарів при виокремленні функційних стилів виділяє два критерії:

– функції: мови спілкування, повідомлення, вплив;

– засоби: лексичні, фразеологічні, морфолого-синтаксичні, орфоепічно-акцентуаційні.

Лінгвісти також пропонують зіставляти елементи різних рівнів мови: морфологічного, синтаксичного, лексичного, фонетичного, стилістичного, окреслюють лексичні, фразеологічні, граматичні (морфемні, морфологічні, синтаксичні) стилетвірні ознаки й багато іншого.

При зіставленні поглядів науковців щодо публіцистичного та інформаційного мовлення логічнішим є орієнтуватися на укладений відомим лінгвістом Ю. Арешенковим список діагностичних рис функційних стилів: сфера використання; функційна спрямованість; мовна функція; стильові риси; форми існування; мовні ознаки – лексичні, морфологічні, синтаксичні, композиційно-мовленнєві. Подібною є гіпотеза, що стилі розрізняються сферою використання, функційною спрямованістю, особливостями в лексиці, фонетиці, фразеології, морфології, синтаксисі, у використанні емоційно-оцінних та експресивних засобів.

Останнім часом посилюється інтерес до функційно-стильової ідентифікації мовлення ЗМІ й до його мовного аспекту. Публіцистичне мовлення в ораторському різновиді існувало задовго до появи ЗМІ, публіцистика в її сучасних обсягах є широко розвиненим функційним стилем, багатим на форми та засоби вираження. Хоча функціонування публіцистичного стилю в ЗМІ не викликає жодних заперечень, але очевидно, що не всі тексти у ЗМІ належать до публіцистики.

Полеміка щодо виокремлення інформаційного стилю бере початок у першій чверті ХХ ст., коли почалося обговорення функційно-стилістичних особливостей мови газети і ось наприкінці ХХ ст. у публіцистичному стилі науковці фіксують значні зміни: посилення інформаційної функції ЗМІ націленість на комунікативний статус аудиторії, перетворення в жанровій системі. Отже, можна сказати, що інформаційний стиль склався «в результаті активізації масово-інформаційного виду діяльності суспільства».

Мовознавці обґрунтовано доводять виокремлення інформаційного стилю як самостійного функційно-стильового різновиду мовлення (Ю. Арешенков, Д. Баранник, Т. Добросклонська, В. Зайцева, М. Ковальчук, Н. Леонова, А. Медушевський та ін.). Деякі дослідники вважають інформаційне мовлення підстилем публіцистики.

Якщо порівняти екстралінгвальні та мовні характеристики публіцистичних й інформаційних текстів, то можна дійти висновку про виокремленість інформаційного стильового різновиду.

Слід звертати увагу на те, що лінгвісти користуються кількома назвами на позначення інформаційного мовлення як окремого функційного стилю: інформаційний стиль, публіцистичний стиль на противагу ораторському, газетно-інформаційний або мова ЗМІ, стиль масової інформації, газетно-публіцистичний стиль. Останнім часом у мовознавстві, а саме в стилістиці все частіше можна зустріти таку класифікацію системи функційних стилів сучасної української мови: науковий, публіцистичний, інформаційний, художній, розмовно-побутовий, офіційно-діловий, конфесійний, епістолярний.

Звичайно, існують об'єктивно-диференціюючі особливості текстів публіцистичного й інформаційного стилів. Стили літературної мови не становлять собою замкнутих систем. Між усіма стилями (і функціональними, і експресивними) існує постійна взаємодія. Мовознавці зазначають: «Історія літературної мови засвідчує постійну взаємодію зазначених стилів». Взаємодія стилів виявляється в змішуванні елементів одного стилю з мовною тканиною іншого. Навіть найбільш специфічні засоби певного стилю можуть використовуватися в іншому стилі. Відома дослідниця Н. Озерова наголошує, що між стилями немає чітких меж. У наш час можна стверджувати, що кожен мовний текст належить до конкретного функціонального стилю.

Сучасне мовознавство підкреслює залежність функціонально-стильової диференціації мови від основних сфер мовного спілкування, стверджує, що стилі мови залежать від сфери спілкування. Дослідники пропонують власну диференціацію стилів мови, що була позитивно прийнята багатьма лінгвістами й охоплює розмовне мовлення, художнє мовлення й «спеціальне» мовлення. Д. Шмельов виокремлює такі функціонально-мовленнєві стилі: офіційно-діловий, газетно-інформаційний, науковий і публіцистичний. Наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. великими темпами зросла насиченість інформаційної сфери суспільства. Динамічний розвиток інформаційного поля, у якому існує кожна особа – член суспільства розпочав процес, що завершився відмежуванням інформаційного стилю від власне публіцистичного стилю, тому в сучасній функціональній стилістиці існують класифікації, що визначають іншу систему стилів: художній, науковий, офіційно-діловий, розмовний, публіцистичний та інформаційний стилі.

На думку вчених, у інформаційному стилі «реалізується мовна функція повідомлення, інформування, тоді як у власне публіцистичних текстах актуалізується функція впливу, або апелятивна». Інформаційний стиль діє у сфері масової комунікації (мас-медіа, інтернет, мобільний/стільниковий зв'язок тощо) та повідомляє про об'єктивні явища дійсності, факти, події й реалізується в специфічних мовних засобах: стандартна схема організації тексту, велика частотність уживання термінологічної лексики, активна персоніфікація, використання експресивних засобів разом зі звичними засобами мовного вираження.

Досліджуючи особливості інформаційного стилю, провідний стиліст, лінгвіст Д. Баранник вказує на те, що в монологічних формах інформаційного мовлення особлива роль належить засобам, що передають значення першої особи, також вчений вказує, що велика група жанрових форм є часто вживаною в сучасній усній мовній практиці й за жанром оформлених матеріалів належить до інформаційного стилю мови.

1.2 Підстилі інформаційного стилю

Газетний підстиль (газетно-інформаційний), *підстиль засобів мобільного/стільникового зв'язку*, що реалізується в текстових й усних повідомленнях, *підстиль оголошень ведучих заходів різних рівнів комунікації* тощо. Усі підстилі мають свої жанри, що в свою чергу відзначаються специфічними особливостями. Наприклад для усіх жанрів газетного підстилю характерні загальні форми реалізації стискання інформації. Для газетно-інформаційних текстів характерне використання фразеологічних зворотів, що найчастіше трапляються в цьому жанрі, відповідно до його цілеспрямованості. Базову складову мови інформаційного стилю складають поєднання елементів лексики й синтаксичних структур різних стилів. Мова інформаційного стилю має науково-популярний характер і визначається тим, що він виражає недиференційовану інформацію як одне ціле.

Зміст газетно-інформаційних повідомлень як правило відрізняється зокрема, тим, що тут мова йде про явища, доступні для розуміння широкій цільовій аудиторії. У газетно-інформаційних текстах спостерігаються особливості синтаксичної організації тексту, наявність стислих самостійних повідомлень, що складаються з довгих речень зі складною структурою. У межах кожного функціонального стилю мови можна відзначити індивідуальні мовні особливості.

Специфічні особливості газетно-інформаційного стилю полягають в тому, що основним завданням матеріалів цього стилю є повідомлення певних відомостей з окремих позицій; тим самим у досягненні бажаного впливу на реципієнта. Оскільки завдання полягає у необхідності повідомити факти, що потребують точного визначення понять і явищ, тож надзвичайно важливою є роль термінів, імен і назв, які прямо, без двозначності, вказували б на предмет думки.

У фразеологічному аспекті газетно-інформаційний стиль характеризується широким використанням стандартизованих формул або кліше. Виділяються численні вставні звороти, що вказують на джерело інформації (*презентовано, повідомляють*), стійкі словосполучення із стертою образністю (*кольорова палітра, було неправдивим*).

Своєрідність мови газети в інформаційному стилі досліджена багатьма вченими-мовознавцями. Вони відзначають особливості використання часів і станів, вживання неособових форм, велику кількість складних атрибутивних утворень, форми введення прямої мови та перетворення прямої мови на непряму властиві тільки текстам інформаційного стилю, а також активне використання складнопідрядних речень. Граматична специфіка газетно-інформаційного підстилю виражена нечітко. Синтаксис текстів цього стилю має книжковий характер: часто використовуються складні, особливо складнопідрядні речення, дієприслівникові звороти

Отже, доцільність дослідження місця інформаційного стилю серед інших стилів сучасної української мови зумовлена постійним уточненням і переосмисленням функціонально-стильової сфери мови, потребою вдосконалення сучасної теорії стилів мови з урахуванням зростання тиску інформаційного поля, оскільки функціонально-стилістичні межі в сучасній мові є нечіткими, сфери поширення й вживання стилів перетинаються на лексичному, синтаксичному рівнях тощо.

Різне функційне призначення та мовні особливості мають публіцистичний та інформаційний стилі. Сфера, у якій відбувається мовлення, є важливим екстралінгвальним стилетворчим фактором. Існує думка про те, що функційний стиль виробляється в певній сфері життя й діяльності суспільства й служить задоволенню потреб побутового спілкування, розвитку мистецтва слова, науки, правових відносин, виробництва і т. ін. Лінгвісти, що не вирізняють інформаційний стиль, майже не відокремлюють сфери використання публіцистичного стилю та його інформаційного підстилю.

Поширеним є твердження, що публіцистика обслуговує сферу політико-ідеологічних суспільних відносин. Публіцистичне мовлення функціонує в різноманітних ЗМІ, до яких належать телебачення, радіо, преса, зокрема газети, журнали, листівки, прокламації, періодичні громадсько-політичні та агітаційно-пропагандистські видання, суспільно-політична література, інші окремі видання. Лінгвістика наводить чіткий перелік медіа-об'єктів-каналів передачі інформації, що належить до ЗМІ: преса, радіо, телебачення; кіно, звукозаписи, відеозаписи; відеотекст, телетекст, рекламні щити та панелі; домашні відеоцентри, що поєднують телевізійні, телефонні, факсові, комп'ютерні лінії зв'язку.

У сферах використання публіцистичного стилю та його інформаційного різновиду вчені виокремлюють такі види текстів: 1) тексти власне публіцистичного підстилю, спрямовані на аудиторію усної пропаганди; каналами їхньої комунікації є телебачення, радіо; 2) тексти інформаційного підстилю, що орієнтовані на аудиторію письмової пропаганди, відповідно каналами їхньої комунікації виступають газети та суспільно-політичні журнали. Але за такого розподілу проблемною є функційно-стильова диференціація текстів таких жанрів, як наприклад, інтерв'ю, що можуть функціонувати як в усній, так і писемній формі. Не можна також зараховувати памфлет і фейлетон до інформаційних текстів лише на підставі їхньої писемної реалізації.

Зокрема, дослідники, які виокремлюють публіцистичний та інформаційний стилі, чітко розмежовують сфери використання текстів цих стилів. Публіцистичне мовлення, на їх думку, призначене для розв'язання суспільно-політичних питань, для обслуговування політико-ідеологічної діяльності суспільно-політичних і громадських інституцій – партій, рухів, спілок, об'єднань, рад депутатів усіх рівнів, різноманітних товариств, гуртків, клубів громадсько-політичного характеру.

Сферою використання інформаційного стилю є масово-інформаційна діяльність інформаційних агенцій, редакцій, творчих об'єднань. Загалом інформаційний стиль функціонує у сфері масової комунікації, зокрема на шпальтах газет, у радіо- та телевізійному мовленні.

Отже, мовознавці вирізняють мовні функції (комунікативна, естетична, експресивна, фатична та ін.) з-поміж первинних (основних) позалінгвальних стилетворчих факторів, що слугують розмежуванню функційних стилів, які виконують тексти різної настанови. Основні мовні функції – комунікативна, когнітивна, номінативна, емотивна, конативна – є загальномовними та притаманні будь-якому тексту незалежно від його стилістичної належності на думку окремих дослідників-стилістів. Функційна спрямованість стилів визначається мовознавцями не одноставно.

Наразі, стилісти, які вважають інформаційне мовлення підстилем публіцистичного стилю, зазначають, що воно реалізує здебільшого інформаційну функцію. Узагальнення й оцінювання передбачають не просто висвітлення окремих, розрізнених фактів, а й узагальнення їх, оцінювання, підведення до висновків, розкриття суті, виховання думки, сприймання. Присутня також агітаційно-пропагандистська функція.

Окрім того, інформаційні тексти подекуди спрямовані й націлені на досягнення результативного впливу на свідомість читачів, формування певної оцінки, спонукання адресатів до участі в розв'язанні актуальних суспільних проблем, їх організацію на здійснення поставлених завдань, на відповідні дії. У наш час ми часто спостерігаємо допомогу в формуванні смаків аудиторії та їх спрямування відповідно до культурно-освітніх, ідейно-політичних та економічних потреб.

На думку науковців, які не вважають інформаційне та публіцистичне мовлення окремими функційними різновидами, публіцистичні тексти містять риси художнього, офіційно-ділового, наукового, розмовного стилів, тому виконують широкий спектр мовних функцій. Відтак, приділяється увага зв'язку мовних функцій із лінгвістичними особливостями публіцистики. Узаємодія головних функцій – впливу та інформування – надає публіцистичним текстам мовної специфіки: інформативна функція визначає склад нейтрального прошарку словника публіцистичних текстів, зумовлює використання стандартів; функція впливу відповідальна за наявність та формування оцінної лексики.

Лінгвісти, які наполягають на самостійному статусі публіцистичного та інформаційного стилів, зазначають, що публіцистичне мовлення функційно спрямоване справляти ідеологічний (інтелектуальний та емоційний) вплив, модифікацію свідомості адресата. Зокрема, інформаційний стиль покликаний повідомляти, інформувати масову аудиторію про актуальні, суспільно важливі події, оперативно висвітлювати багатогранне життя народу і міжнародні події.

Публіцистичними текстами реалізується інформаційна функція – висвітлення актуальних суспільно-політичних та інших проблем сучасності. Суб'єктивне ставлення до світу, до людей, до самого себе, виражене в публіцистичному тексті. Публіцистичний текст виконує функцію популяризації – тлумачення, популярний виклад фактів, подій. Незаперечним є виконання публіцистичним стилем естетичної функції. До функцій текстів публіцистичного стилю належить і комісивна, функція обіцянки, зобов'язання.

Повідомлення в публіцистиці спрямоване на досягнення результативного впливу – агітаційно-пропагандистська функція, комунікативно-громадська функція. Надзвичайно важливою є функція переконання, що реалізується публіцистичними текстами. Наявна функція організації маси. Спостерігається дисфункційність публіцистичних текстів, коли, наприклад, розважальна функція перероджується на функцію контролю свідомості, а публіцистика сприяє формуванню нової системи цінностей у реципієнтів.

Можна стверджувати, що аналіз мовознавчої літератури показує, що публіцистичне мовлення виконує багато функцій, але при функційно-стильовій диференціації текстів потрібно особливо зважати на інші екстралінгвальні та мовні характеристики, оскільки функції текстів публіцистичного стилю та його інформаційного рівня чітко не розрізнені.

1.3 Розмежування інформаційного та публіцистичного стилів

Інформаційний та публіцистичний стилі розмежовуються тому, що апелятивна, волонтеративна, оцінна функції відносяться до мовних функцій публіцистичного мовлення. Публіцистичні тексти виконують комунікативно-прагматичну функцію – мовець, реалізуючи свою комунікативну стратегію, заздалегідь планує використати в процесі мовленнєвої діяльності певні прийоми, спрямовані на досягнення комунікативної мети. Основною мовною функцією інформаційного стилю є інформативна, дослідниками відзначається і функція переконання засобами інформаційних текстів.

Наразі, функційне призначення текстів зумовлює їх стильові риси. Слід аналізувати публіцистичні та інформаційні тексти стосовно притаманних їм стильових рис, наголошують на відмінностях. Визначальними стильовими ознаками публіцистики вважаються експресивність, емоційність, образність, логічність, оцінність. До переліку стильових рис зараховуються й такі другорядні особливості як доступність, урочистість, зрозумілість, офіційність, документальність, стандартизація, точність, полемічність.

Отже, можна сказати, що публіцистичне мовлення – явище, цікаве внутрішнім конфліктом, наявністю суперечностей в одному й тому ж тексті, а саме поєднання емоційно-експресивного забарвлення з логізацією викладу, чергування експресивних та інформативних уривків. У публіцистичних текстах наявний широкий вияв авторської індивідуальності, присутність автора. Особа, яка подає інформацію, є проявом реальної особистості, на противагу різним маскам оповідачів від справжніх авторів у художніх текстах. Активний суб'єкт публіцистичного мовлення, який збігається з його автором, – це завжди представник певної соціальної групи, який суб'єктивно висловлює свої погляди та переконання.

Позиція автора публіцистичного тексту – це соціально-оцінне ставлення до фактів, явищ, подій, підпорядкування всіх мовних засобів головній комунікативній настанові. Одним з напрямків сучасного стилістичного пошуку є вивчення позиції автора як стилістичної категорії, що позначається на впливовості публіцистичного мовлення.

До основних стильових ознак інформаційного мовлення належать актуальність, правдивість, оперативність, фактологічність, аналітичність, доступність. Щодо останньої характеристики, то доступність повинна досягатися – не за рахунок примітивізації текстів, а за рахунок точності висловлювань, переконливості (завдяки достовірності) аргументації, обґрунтованості позицій автора.

У дослідженнях із функційної стилістики все частіше висловлюється плідна думка про те, що в процесі зіставлення стилів необхідно враховувати жанрову своєрідність текстів. Однією з актуальних проблем стилістики сучасних ЗМІ називають пошук різноманітних форм текстової діяльності як зразків оптимального мовленнєвого впливу в публіцистичному мовленні.

Власне, інформаційне мовлення розмежовується на власне інформаційне та коментарне. Це є дуже поширеною сучасною класифікацією. Власне інформаційний стиль представлений жанрами інформації, зокрема хронікальної, розширеної, звіту, замітки, кореспонденції, повідомлення.

Медіатексти поділяються на три типи – новини, інформаційну аналітику (коментар) та публіцистику. Задля уніфікації термінів проводимо паралелі: новини – власне інформаційний підстиль, інформаційна аналітика – коментарний підстиль інформаційного стилю. У журналістиці виокремлюються такі групи жанрів: інформаційні, аналітичні, художньо-публіцистичні. Репортаж та інтерв'ю віднесені до інформаційного стилю. Значущість ролі ЗМІ в житті сучасного суспільства спричиняє виникнення нових жанрових різновидів, наприклад, експрес-інтерв'ю, експрес-опитування, ексклюзивне інтерв'ю, а поширеність журналістського розслідування, цікавого специфічними засобами здобуття інформації, пов'язують із посиленням інформаційної функції в медіа-текстах

Академік Д. Баранник у своїй функційно-стильовій класифікації вихідним пунктом подає форму мови – усну чи писемну. Мовознавець вирізняє в українському усному монологічному мовленні стилі відповідно до мети та функційної настанови, – інформаційний стиль виокремлюється як мовлення повідомного призначення. Публіцистика характеризується за двома напрямками – як мовлення переконувального призначення (підстилі – власне публіцистичний, судовий, дискусійно-діловий) та мовлення оцінно-узагальнювального призначення (церемоніальний підстиль).

Підхід, за яким функційний стиль визначається відповідно до сфери його функціонування та комунікативної мети, вимагає включення до складу стилю усного й писемного. Публіцистика також може структуруватись таким чином: а) власне публіцистичний різновид, представлений жанрами політико-агітаційної статті та памфлету; б) ораторський різновид, який реалізується виступами на мітингах, з'їздах, зборах. На переконання вчених, які інформаційне мовлення вважають підстилем публіцистики, інформаційні тексти з публіцистичними мають більше спільного, ніж відмінного.

Виокремлення в межах публіцистики ораторського підстилю не викликає сумнівів ні в тих лінгвістів, які вирізняють інформаційний стиль, ні в тих, що розглядають інформаційне мовлення в складі публіцистики. До т.зв. «церемоніального різновиду» публіцистики належать тексти усної форми таких монологічних жанрів: монолог, виступ на суспільних зборах, у державних і суспільних організаціях; доповідь, промова. Ораторський підстиль об'єднує також тексти усної форми діалогічних і полілогічних жанрів, як-от: публічний диспут, бесіда, дискусія, полеміка, інтерв'ю.

Можна зустріти вирізнення як окремого функційного стилю *мовлення електронних ЗМІ*. Інтернет, що найменш досліджений функційною стилістикою засіб комунікації, є так само, як і газета, телебачення, радіо, поєднанням різних стилів (публіцистичного, інформаційного, офіційно-ділового, художнього та ін.), різновидів (усних і писемних; монологічних, діалогічних і пол і логічних) і жанрів мовлення; він активно досліджується щодо виражальних можливостей його текстів перспективним є аналіз функційно-стильової, жанрової різноманітності інтернет-мовлення.

Тексти інтернет-простору істотно відрізняються від текстів, наприклад, власне публіцистичного різновиду за мовними характеристиками. Зворотній зв'язок публіциста з адресатом надзвичайно розвинений у багатьох формах.

Вперше як вказують деякі дослідники, засіб комунікації керує комунікативним процесом не у вертикальному напрямку, а в горизонтальному. Інформаційні жанри на мережевих сторінках є аналогічними до інформаційних різновидів в інших ЗМІ, тому не йдеться про належність їх до окремого підстилю інформаційного стилю. Сучасний динамічний технічний розвиток мережі випереджає темпи теоретичних досліджень її мовного забезпечення.

Одними з найпоширеніших текстуальних конструкцій є рекламні автономні дискурсивні одиниці. Під час дослідження мови реклами, вербального тексту конкретної реклами неминучий аналіз двох інших рядів із обов'язковим встановленням їх взаємодії зі словесним рядом. Місце мовного, вербального оформлення у змістовно-композиційній структурі рекламного тексту виявляється на тлі та в контексті, зокрема, соціокультурної ролі реклами в сучасному (Постіндустріальному) суспільстві, а також – статусу реклами в масовій комунікації як одного з засобів масової інформації, що має специфічні функції.

Відтак, специфічність реклами як засобу масової інформації у професійній сфері спілкування визначається тим, що це – комунікативно-інформаційно-нейролінгвістична площина, яка впливає на інструментарій торгівлі (ширше – комерції). На відміну від пропаганди, що має на меті вплив на світогляд адресата, мета реклами – утилітарно-приземлена: якомога ефективніше, дієвіше, швидше спонукати реципієнта (одержувача) рекламного тексту (його читача, слухача, глядача) до конкретної дії – покупки рекламованого товару (послуги, квитка на видовище).

Зокрема, творці рекламного тексту орієнтовані на прямолінійно-імперативне й прагматично спрямоване (*купи! придбай! – і якнайшвидше!*) спілкування з масовим адресатом. Споживач реклами (читач, слухач, глядач «готового рекламного продукту») розглядається як потенційний покупець рекламованого товару чи послуг, як об'єкт «рекламного пресингу».

Одна з центральних проблем і завдань реклами в цілому та рекламного тексту зокрема – ефективність, дієвість повідомлюваного споживачеві, широкої аудиторії, результативність, що знаходить своє вираження, насамперед, у зростанні споживчого попиту на рекламовані товари.

Основні стилістичні фігури рекламних текстів

Реклама є одним із найкращих джерел для вивчення, дослідження та аналізу синтаксичних, стилістичних, лексичних особливостей інформаційних текстів. Стилiстичнi фiгури – це особливі, зафіксовані стилістикою мовні звороти, вживані для посилення експресивності (виразності) висловлювання (наприклад, анафора, епіфора, антитеза і багато інших). Також до стилістичних фігур належать незвичайні словосполучення, звороти мови, що виходять за рамки мовної норми. Поняття стилістичних фігур розроблено літературознавством. У практиці копірайтингу в рекламі їх називають стилістичними прийомами й використовують під час створення рекламних одиниць.

Найдієвіший прийом у рекламному тексті – *антитеза* – стилістична фігура, побудована на різкому протиставленні слів з протилежним значенням. Цей стилістичний прийом широко використовується рекламiстами, щоб надати рекламі емоційність, надзвичайну виразність. У якості виразного засобу створення контрасту, різкого протиставлення використовуються антоніми. Наприклад: *За малим водієм на великій швидкості, Великі зв'язки і маленькі зв'язки; Великий ефект невеликих деталей;* (З автомобільної реклами).

Сюди ж можна віднести й **оксюморон** – або оксіморон (грец. οξύμωρον, букв. «дотепно-безглузде») – літературно-поетичний прийом, котрий полягає у поєднанні протилежних за змістом, контрастних понять, що спільно дають нове уявлення. З точки зору мовознавства оксюморон є різновидом тропу, найближчий за сутністю до метафори і гіперболи, тобто зміна значення або навмисне перебільшення.

Особливість оксюморона полягає у сполученні різко контрастних, протилежних за значенням слів, унаслідок чого утворюється нова смислова якість, несподіваний експресивний ефект («холодне полум'я», «сухий дощ», «крижана посмішка», «депресивна веселість» тощо).

Насправді **оксюморон** не є безглуздим поєднанням несполученого, що дає лише повне заперечення – бо він справді може започатковувати нові поняття. Наприклад, у сучасній мас-культурі вислів спортивного коментатора «гарячий лід» імовірно означатиме, що на ньому точиться «гаряча» боротьба за перемогу, тобто фактично мова вже не про лід як такий, а про високий дух змагальності (приклад нового смислу, нового поняття від використання оксюморону). Отже, можна сказати, що оксюморон – це зв'язок взаємовиключних понять, вищий прояв антитези. Наприклад: *Маленька велика машина. Рено BTL; Чесний політик тощо. Щедрий банкір тощо*. Протилежні поняття можуть не тільки протиставлятися, але й несподівано з'єднуватися, утворюючи оксюморон.

Використовується в правознавстві – а саме у досудовій та судовій практиці також **антипофора** – (наведення противоказів – запитання й відповідь), що є однією з риторичних фігур. Риторичні фігури – це особлива група стилістичних фігур, виразність яких заснована на їх умовно-діалогічному характері. Основними риторичними фігурами, окрім антипофори, є заперечення, звертання, питання, ствердження, вигук, оклик.

Антипофора діалогізує монологічне мовлення, перетворює адресата на співрозмовника мовця, активізує його увагу. Діалогізація оживлює та увиразнює розповідь наведення противоказів тощо. Використання стилістичних фігур відіграє помітну роль у питанні про стильовий статус реклами, як частини інформаційного простору. Використання стилістичних фігур відіграє помітну роль у питанні про стильовий статус реклами, як частини інформаційного простору.

Функційно-стильова диференціація рекламних текстів як найпоширеніших дискурсивних прощин дещо ускладнюється в професійній правознавчій сфері тим, що останнім часом окреслилася тенденція розмежування реклами і PR-текстів як двох самостійних напрямків у медіа-мовленні. PR-інформація служить формуванню ефективного комунікаційного середовища соціального суб'єкта. Логічним є належність політичної та правознавчої реклами до публіцистики, оскільки такий рекламний текст, салоган, вислів на банері чи бігборді ідеологічно впливовий, здійснює модифікацію свідомості адресата, реалізує оцінну мовну функцію. Типологічні ознаки медіа-дискурсу посідають важливе місце, оскільки у сфері масової комунікації якнайповніше проявляється МПС, і саме у правознавчому медіа-дискурсі є можливість простежити основні процеси розвитку живої національної мови.

Отже, максимальний діапазон мовних характеристик ставить питання про стійкість функційних стилів, їх можливості та межі. Відтак, стилістична система мов є такою, що динамічно розвивається та потребує дослідження.

РОЗДІЛ II

ДОКУМЕНТИ. ЇХ ВИДИ ТА ФУНКЦІЇ У МОВІ ПРОФЕСІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ МПС

2.1 Документ як основний різновид офіційно-ділового стилю (одс) і його реквізити

Ділова сфера спілкування – одна з основних життєво необхідних галузей діяльності людства. Саме за допомогою ділових паперів, документів, листів встановлюються офіційні, службові, ділові, партнерські контакти між закладами, підприємствами, установами, а також налагоджуються приватні стосунки між людьми.

Основними елементами справочинства (діловодства) є письмові документи та документування, тобто укладання документів. Документ (від лат. *dokumentum* – повчальний приклад, взірець, доказ) – основний вид ділового мовлення, що фіксує та передає інформацію, підтверджує її достовірність.

Документ – це матеріальний об'єкт, що містить у зафіксованому вигляді інформацію, оформлений у заведеному порядку й має відповідно до законодавства юридичну чинність. Юридична чинність документа – це властивість, надана документові правовими нормами, яка засвідчується складом та розміщенням його реквізитів, зовнішніми ознаками та об'єктами його дії.

Документ – це передбачена законом матеріальна форма отримання, використання й поширення інформації шляхом фіксації її на папері. Документ – це засіб фіксації певним чином на спеціальному матеріалі інформації про факти, події, явища об'єктивної дійсності та розумової діяльності людини.

Документи широко використовуються в повсякденній діяльності як джерело та носій інформації, вони сприяють удосконаленню внутрішньої організації будь-якого підприємства, закладу чи установи, є підставою для прийняття рішень, узагальнень, довідково-пошукової роботи. Документ є засобом засвідчення, доведення певних фактів і має велике правове значення. У соціальному плані будь-який офіційний документ виконує багато функцій, що дозволяє йому задовольняти різноманітні людські потреби.

До загальних функцій документа належать:

- інформаційна, оскільки будь-який документ є носієм інформації та створюється для її збереження;

- соціальна – документ є соціально значущим об'єктом, бо його поява спричинена тією чи іншою соціальною потребою;

- комунікативна – документ виступає засобом зв'язку між окремими елементами офіційної, громадської структури (зкладами, установами, фірмами тощо);

- культурна – документ є засобом закріплення, передавання культурних традицій. Це найкраще простежується на великих комплексах документів науково-технічної сфери, де знаходить відображення рівень наукового, технічного й культурного розвитку суспільства. Документ – основний вид ділового мовлення, що містить інформацію, зафіксовану на матеріальному носії основною функцією якого є зберігати та передавати її в часі та просторі.

Реквізити документів. Документи складаються з реквізитів. Реквізити – це структурні елементи документа, що поділяються на постійні й змінні. Постійні друкують при виготовленні документа, а змінні фіксують на ньому в процесі заповнення. Сукупність реквізитів, розміщених у встановленій послідовності, називається формуляром. Кожний вид документа має свій формуляр. Аркуш паперу з відтвореними на ньому реквізитами, що містять постійну інформацію, називається бланком.

Кількість реквізитів у документах не однакова. Вона визначається видом, змістом та призначенням документа. Кожному реквізиту відведено певне місце. Це робить документи зручними для зорового сприйняття, полегшує їх опрацювання.

Держстандарт встановлює максимальний склад реквізитів (32 елементи) і певний порядок розміщення їх у документах: державний герб; емблема організації чи підприємства; зображення державних нагород; код підприємства, установи, організації; код форми документа; назва міністерства або відомства, якому підпорядковується установа; повна назва установи, організації або підприємства – автора документа; назва структурного підрозділу; індекс підприємства зв'язку, поштова й телеграфна адреси, номер телетайпу, номер телефону, номер рахунку в банку; назва виду документа; дата; індекс; посилання на індекс та дату вхідного документа; місце складання чи видання; гриф обмеження доступу до документа; адресат; гриф затвердження; резолюції; заголовок до тексту; відмітка про контроль; текст; позначка про наявність додатка; підпис; гриф погодження; візи; печатка; відмітка про засвідчення копії; прізвище виконавця та номер його телефону; позначка про виконання документа й скерування його до справи; відмітка про наявність електронної копії 12 документа; позначка про надходження документа; відмітка про державну реєстрацію.

Основним реквізитом документів є текст, що розміщується на всю ширину сторінки. Текст може складатися з таких логічних елементів: вступу (зазначається причина укладання документа, викладається історія питання тощо); доказу (визначається суть питання: пояснення, міркування, що супроводжуються цифровими розрахунками, посиланнями на законодавчі акти й інші матеріали); закінчення (формулюється мета складання документа).

Обов'язковим реквізитом документів є дата. Документи датують днем їх написання або затвердження. Місце дати залежить від призначення та форми документа. На бланках дату ставлять у лівій верхній частині разом з індексом. Якщо документ складений не на бланку, то дату ставлять під текстом зліва. Її записують словесно-цифровим способом (у міжнародній практиці та в документах матеріально-фінансового характеру) або цифровим (у всіх інших документах).

Важливим реквізитом документів є підпис. Складовими частинами підпису може бути назва посади, організації, сам підпис і розшифрування його, тобто ініціали й прізвище особи, що не беруться в дужки. Підпис засвідчує законність документа та відповідальність особи за його зміст і наслідки дії.

Реквізитами майже всіх документів є адресат й адресант. Кожний елемент цих реквізитів пишеться з нового рядка, переважно без перенесення. Якщо документ адресовано службовій особі, то назва установи є складовою назви посади адресата. Такі реквізити розміщуються в документі здебільшого перед текстом.

Використання інших реквізитів, визначених Держстандартом, залежить від виду, змісту, форми та призначення документів. Документи оформляють переважно на одній сторінці паперу. Якщо документ займає кілька сторінок, то не залишають на одній сторінці і не переносять на іншу два рядки тексту або інших реквізитів. Для складання службових документів в установах використовують бланки або папір здебільшого формату А4, А5.

Питання та завдання для самостійного опрацювання теми:

1. Поясніть особливості офіційно-ділового стилю мовлення: основна функція, обставини мовлення, сфера вживання, загальні ознаки, підстилі.
2. Випишіть приклади різних підстилів (законодавчого, юридичного, адміністративно-канцелярського, дипломатичного) з будь-яких документів.

Рекомендована література до підрозділу:

1. Ботвина Н. В. Офіційно-діловий та науковий стилі. К., 2019. С. 5-24.
2. Волкотруб Г. Й. Стилїстика ділової мови. К., 2002. С. 5-29.
3. Глушик С. В. Сучасні ділові папери. К., 2013. С. 27-68.
4. Діденко А. Н. Сучасне діловодство. К., 2010. С. 3-71.
5. Ділова українська мова / [за ред. О. Д. Горбула]. К., 2002. С. 7-13.
6. Зубенко Л. Г. Ділові папери в менеджменті. К., 2002. С. 7-55.
7. Зубков М. Г. Сучасна українська ділова мова. Харків, 2009. С. 30-55.
8. Паламар Л. М. Мова ділових паперів. К., 2000. С. 5-9.

2.2 Документи щодо особового складу

Автобіографія – обов’язковий документ особової справи, що містить опис найвагомїших моментів із життя та діяльності людини. Характеризується вичерпністю потрібних відомостей і лаконізмом викладу. Має такі форми: автобіографія-розповідь з елементами опису й характеристикою згадуваних людей, автобіографія з точним поданням фактів і автобіографія спеціального призначення з відтворенням життя людини та її родичів. Автобіографія пишеться власноруч, чорною пастою.

Реквізитами автобіографії є такі елементи: 1) назва виду документа; 2) текст (містить прізвище, ім’я, по батькові особи, дату й місце її народження (топографічне й соціальне), відомості про навчання, перебування на військовій службі, громадську роботу, про сімейний стан); 3) дата; 4) підпис. Кожне нове повідомлення пишеться з абзацу.

Приклад автобіографії

АВТОБІОГРАФІЯ
(ЗРАЗОК)

Я, Потапов Сергій Григорович, народився 24 квітня 1980 року в місті Києві, українець.

У 1989 році вступив до першого класу середньої загальноосвітньої школи № 227 міста Києва.

У 1999 році закінчив 11 класів СЗШ № 227 міста Києва.

З 1999 – 2002 рр. навчався в Київському технікумі легкої промисловості, за фахом – економіст.

У 2000 році вступив до Київського національного торговельного – економічного університету (КНТЕУ) на перший курс (вказати курс) факультету фінансів та банківської справи (ФФБС), де навчаюсь на теперішній час.

Майбутня спеціальність: „Банківська справа ”.

У лавах Збройних сил України службу не проходив (або проходив де, в який час).

Іноземною мовою володію (не володію): англійська, німецька (вказати рівень: читання і переклад зі словником, середній, досконалий).

Сімейний стан – неодружений (одружений), незаміжня (заміжня).

Дружина – Потапова ((Дівоче прізвище) Анна Олександрівна 1985 року народження, українка, домогосподарка (або де навчається, працює). Проживає за адресою: індекс, м. Київ, вулиця Наливайка, буд. 14 а, кв. 51. Зареєстрована за адресою: індекс, м. Київ, вулиця Антонова буд. 4 кв. 5.

Син (донька) .

Мої найближчі родичі:

Батько – Потапов Григорій Миколайович, 1950 року народження. Народився в м. Луганськ, українець. Працює вчителем фізичного виховання молодших класів в ЗОШ №5 м. Києва (повна назва установи, посада). Проживає за адресою: 02334, м. Київ, вул. Наливайка, буд. 18 а, кв. 151, тел. дом. 4524805, моб. тел. 80674562255. Зареєстрований за адресою: 02334, м. Київ, вул. Наливайка, буд. 18а, кв.151, тел. дом. 4524805, моб. тел. 80674562255.

Мати – Потапова (Дівоче прізвище) Людмила Михайлівна, 1952 року народження. Народилася в м. Києві, українка. Працює касиром в Київському технікумі легкої промисловості. Проживає за адресою: індекс, м. Київ, вул. Наливайка, буд. 18а, кв. 151, тел.дом. 4524805, моб. тел. 80674562256. Зареєстрована за адресою: 02334, м. Київ, вул. Наливайка, буд. 18 а, кв. 151, тел. дом. 4524805, моб. тел. 80674562256.

Сестра (Брат)

Я, та мої найближчі родичі під судом та слідством не перебували.

На теперішній час я проживаю за адресою:індекс, місто Київ, вул. Наливайка, буд. 18 а, кв.151, тел. дом. 4524805, моб. тел. 80675550075. Зареєстрований за

адресою: 01103, м. Київ, вулиця Серафімовича, буд. 2/32 кв. 55.

На військовому обліку перебуваю у Солом'янському РВК м. Києва.

10 червня 2016 року

підпис

Сергій ПОТАПОВ
(ім'я, прізвище)

Заповіт – документ, у якому особа заповідає передати своє майно або частину майна одному чи кільком законним спадкоємцям, державі чи конкретним організаціям у випадку її смерті.

Заповіт містить такі реквізити: 1) назва виду документа; 2) місце укладання; 3) дата; 4) текст (прізвище, імя, по батькові, місце проживання укладача, його розпорядження); 5) підпис укладача; 6) відмітка про виконання документа і скерування його до справи (посвідчення на заповіті нотаріусом підпису укладача, реєстраційного номеру заповіту, стягнення державного боргу; кількість примірників заповіту; підпис нотаріуса); 7) печатка.

Приклад заповіту

ЗАПОВІТ

Місто Івано-Франківськ, двадцять сьомого березня дві тисячі третього року, 12.00 година.

Я, Іваненко Андрій Сергійович, який мешкає в м. Івано-Франківську на вулиці Т. Шевченка, 125, на випадок своєї смерті цим заповітом даю такі розпорядження:

1. Усе майно, що на день смерті належатиме мені, заповідаю своїй дружині Іваненко Наталії Григорівні.

2. Гроші, що зберігаються на моєму рахунку в банку «Фінанси і кредит» м. Івано-Франківська, заповідаю поділити порівну між моїми дітьми Іваненко Тамарою Андріївною й Іваненком Марком Андрійовичем.

Зміст статей 534, 535 Цивільного кодексу України мені пояснено.

(підпис)

Посвідчення на заповіті:

27 березня 2003 року цей заповіт посвідчено мною, Коваленком А. Л., державним нотаріусом Івано-Франківської державної нотаріальної контори.

Заповіт підписано власноручно Іваненком Андрієм Сергійовичем у моїй присутності.

Особу заповідача встановлено, дієдатність перевірено. Зареєстровано за № 34. Стягнуто державного мита на 50 грн.

Заповіт складено й підписано в 3 (трьох) примірниках: один залишається в справах Івано-Франківської державної нотаріальної контори, два примірники видано заповідачеві.

Державний нотаріус

*(підпис)
(печатка)*

Андрій КОВАЛЕНКО

Резюме – документ, що подає короткі відомості про навчання, трудову діяльність, професійні успіхи й досягнення людини. Особливістю резюме є виклад відомостей про освіту й трудову діяльність у зворотному хронологічному порядку, а основною вимогою до нього є вичерпність потрібних відомостей і лаконізм викладу.

До основних реквізитів резюме належать: 1) назва виду документа; 2) текст (містить прізвище, ім'я, по батькові особи, її адресу й телефон, дату й місце народження, відомості про громадянський і сімейний стан, освіту й професійний досвід, додаткову інформацію); 3) дата; 4) підпис.

Приклад резюме

РЕЗЮМЕ

Шевченко Олександр Вікторович

(Oleksandr V. Shevchenko)



Дата народження: 18.07.1975

Місто: Дніпро

Моб. телефон: +38 (000) 000 00 00

E-mail: 0000@gmail.com

Ціль: Заміщення вакантної посади юриста, помічника юриста.

Освіта:

вересень 1995 р. – червень 1999 р., Національна академія внутрішніх справ м. Київ, факультет «Право», спеціальність «Правознавство», диплом бакалавра (денна форма навчання).

вересень 1999 р. – червень 2000 р., Національна академія внутрішніх справ м. Київ, факультет «Право», спеціальність «Правознавство», диплом спеціаліста (заочна форма навчання).

Додаткова освіта:

липень – грудень 2005 р. – Курси англійської мови, «Лінгвоцентр» м. Київ.

січень – квітень 2009 р. – Курси володіння комп'ютером, «КомпТех» м. Київ.

Досвід роботи:

Юрист

липень 2000 р. – грудень 2001 р. страхова компанія «Гарант», м. Чернігів.

Функціональні обов'язки:

- надання консультаційних послуг, ведення прямих переговорів в області страхової діяльності;
- внесення змін до договорів страхування;
- аналіз, збір пакету документів за страховими випадками;
- правове забезпечення діяльності компанії;
- претензійна робота у взаєминах з фізичними та юридичними особами;
- підготовка відповідей на звернення та запити, в тому числі контролюючих органів;
- захист інтересів у судах загальної юрисдикції та арбітражних судах;

Юрисконсульт

грудень 2002 р. – березень 2014 р. Юридична фірма «Захист права», м. Київ.

Функціональні обов'язки:

- надання консультаційних послуг;
- ведення прямих переговорів в корпоративній діяльності;
- взаємодія з державними органами;
- реєстрація ТОВ, ЗАТ, ІП;
- внесення змін до установчих документів ТОВ, ЗАТ.

Юрист

березень 2014 р. – травень 2017 р. Будівельна компанія «КиївНовБуд», м. Київ.

Функціональні обов'язки:

- розробка і узгодження проектів договорів, угод, контрактів, листів, запитів та інших документів;
- контроль за своєчасним поданням підрозділами і посадовими особами довідок, розрахунків, та інших матеріалів для підготовки відповідей на претензії;
- ведення справ в арбітражних судах та судах загальної юрисдикції;
- ведення обліку закінчених судових справ, та тих що перебувають у провадженні;
- консультування працівників компанії з правових питань;
- вивчення, аналіз і узагальнення результатів розгляду претензій, судових і арбітражних справ.

Професійні навички:

- володію комп'ютером;
- знання законодавства;
- навички ведення договірної роботи;
- уміння проводити переговори;
- навички ведення повного правового забезпечення діяльності організації;
- навички ведення претензійно-позовної роботи;
- досвід комплексного юридичного супроводу діяльності організації;
- досвід представлення інтересів організації в різних інстанціях;
- навички складання різних юридичних документів;
- Знання мов: українська – рідна; російська – вільно володію; англійська – середній рівень.

Особисті якості:

Чесність, відповідальність, уважність до деталей, дисциплінованість, пунктуальність, комунікабельність.

Додаткова інформація:

Сімейний стан: одружений.

Водійське посвідчення: так.

Власне авто: так.

Можливість відряджень: так.

Хобі: займаюсь спортом, граю у футбол.

Питання та завдання для самостійного опрацювання теми:

1. Дайте визначення поняття «Заява як особистий документ».
2. Які реквізити заяви, особливості її оформлення, типові мовні кліше?
3. Що таке «Автобіографія», вкажіть її реквізити.
4. Яка специфіка укладання автобіографії, особливості вживання типових мовних кліше?
5. Резюме як інформаційний документ. Яка структура тексту резюме, особливості вживання типових мовних кліше?
6. Визначте спільні й специфічні риси резюме й автобіографії.
7. Характеристика як особистий документ. Дайте визначення документа, проаналізуйте його види, реквізити, типові мовні кліше.

Рекомендована література до підрозділу:

1. Волкотруб Г. Й. Стилїстика ділової мови. К., 2002. С. 152-153.
2. Глущик С. В. Сучасні ділові папери. К., 2013. С. 69-70.
3. Ділова українська мова / [за ред. О. Д. Горбула]. К., 2002. С. 45-46.
4. Зубков М. Г. Сучасна українська ділова мова. Харків, 2009. С. 105-107.
5. Паламар Л. М. Мова ділових паперів. К., 2000. С. 150-151.
6. Погиба Л. Г. Складання ділових паперів. К., 2002. С. 140-142.
7. Українська мова за професійним спрямуванням / [за ред. Т. В. Симоненко]. К., 2012. С. 214-216.
8. Шевчук С. В. Українська мова за професійним спрямуванням. К., 2013. С. 321-324.

2.3 Правила оформлення довідково-інформаційних документів (дід)

Довідка – документ, що містить опис та підтвердження біографічних, юридичних фактів, діяльності окремих осіб чи обставин діяльності закладів, установ, підприємств і видається на вимогу останніх для пред'явлення в межах організації чи в іншій установі.

Довідка складається з таких реквізитів: 1) назва міністерства або відомства, якому підпорядковується установа; 2) повна назва установи, організації або підприємства – автора документа; 3) дата; 4) індекс; 5) місце видання; 6) назва виду документа; 7) текст (містить прізвище, ім'я, по батькові особи, якій видається довідка, дані про її роботу, посаду, навчання тощо; призначення довідки; 8) підписи службових осіб; 9) печатка.

Приклад довідки

Міністерство освіти і науки України
Івано-Франківський економічний інститут
27.03.03 №5-ОС м. Івано-Франківськ

ДОВІДКА

Видана Козакевич Христині Григорівні для підтвердження того, що вона навчається на I курсі Івано-Франківського економічного інституту за спеціальністю «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності».

Видано на вимогу гімназії № 1 м. Івано-Франківська.

Ректор

(підпис)

Павло ЯКОВЕНКО

Секретар

(підпис)

Олександр ПОПОВИЧ

(печатка)

Доповідна записка – це письмове повідомлення на ім'я керівника установи, організації про ситуацію, що склалася, про певні факти, події, про виконання окремих завдань, службових доручень.

Реквізитами доповідної записки є: 1) адресат; 2) адресант; 3) назва виду документа; 4) заголовок до тексту (при потребі); 5) текст; 6) відмітка про наявність додатка (якщо він є); 7) дата; 8) підпис.

Звіт – документ, що відображає результати діяльності закладу, організації, установи або службової особи за певний час.

Реквізитами звіту є: 1) назва виду документа; 2) заголовок до тексту; 3) текст (вступ, основна частина, висновки); 4) відмітка про наявність додатка (при потребі); 5) дата укладання; 6) підпис автора документа; 7) печатка.

Огляд – це різновид довідки, що складається для інформування підвідомчих та інших організацій про хід роботи чи її підсумки за певний період. Специфіка огляду полягає в тому, що він містить аналіз діяльності не однієї, а кількох установ.

Реквізитами огляду є: 1) назва виду документа; 2) заголовок до тексту; 3) текст (вступ, основна частина й висновки); 4) дата складання; 5) підпис; 6) печатка.

Посвідчення – документ, що засвідчує особу, її посаду, кваліфікаційний рівень; вказує на розв'язання нею певних службових завдань, визначає місце й термін виконання доручень. Посвідчення бувають таких видів: посвідчення особи, посвідчення про надання громадянину визначених повноважень, посвідчення про відрядження.

До реквізитів посвідчення входять: 1) назва виду документа; 2) заголовок до тексту; 3) текст (зміст посвідчення, термін дії, підстава для видання); 4) дата складання документа; 5) підпис відповідальної особи; 6) печатка.

Приклад посвідчення

ПОСВІДЧЕННЯ

про відрядження

Степанова Наталія Романівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджмент і маркетинг Дніпровського економічного інституту, відряджається в Тернопільський фінансово-економічний інститут із метою запозичення досвіду, методів упровадження й використання найновіших наукових досягнень у галузі економіки.

Термін відрядження 10 днів з 07 квітня 2022 року.

Підстава: Наказ № 21 від 31.03.22р. Дніпровського економічного інституту.

Дійсне при наявності паспорта й посвідчення викладача.

07.04.2022 р.

Ректор

(підпис)
(печатка)

Павло ЯКОВЕНКО

Пояснювальна записка – це письмове пояснення ситуації, що склалася, фактів, дій або вчинків працівників на вимогу керівника. Інколи пояснювальна записка висвітлює зміст певних положень основного документа, тобто є вступом до якогось документа.

Реквізитами пояснювальної записки є: 1) адресат; 2) адресант; 3) назва виду документа; 4) заголовок до тексту (при потребі); 5) текст; 6) відмітка про наявність додатка (якщо він є); 7) дата; 8) підпис.

Протокол – це документ колегіальних органів, що фіксує хід і результати проведення зборів, конференцій, засідань, нарад, обговорень. У протоколах відображаються усі виступи з питань, що розглядаються, і рішення, ухвалені в процесі обговорення.

Протокол складається з таких реквізитів: 1) назва виду документа, його номер; 2) заголовок до тексту; 3) дата проведення заходу; 4) текст (прізвища, ініціали керівників зібрання; кількість присутніх і відсутніх; порядок денний, розгляд питань, що виносяться на обговорення); 5) відмітка про наявність додатка; 6) підписи (голови й секретаря).

У господарській діяльності використовується протокол розбіжностей до договорів – документ, що складають у разі виникнення суперечки з приводу тексту договору і доданої до нього специфікації.

Витяг із протоколу – це частина протоколу, необхідна для вирішення окремого питання. Його формують і надсилають окремим особам чи підприємствам на їх вимогу.

Реквізитами витягу з протоколу є: 1) назва виду документа, його номер; 2) заголовок до тексту; 3) дата проведення заходу; 4) текст (відмітка про присутніх, розгляд питання, що виносяться на обговорення); 5) підписи (голови та секретаря); 6) печатка.

Приклад протоколу

ПРОТОКОЛ № 5

загальних зборів здобувачів I курсу

Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ
від 25 грудня 2022 року

Голова: Карпенко М. С.

Секретар: Терещенко Р. В.

Присутні: професор Мойсеєнко Л. П., професор Гаврилюк В. І., доценти Івасюк К. О., Панченко С. Є., Кіндратюк Г. Н., асистенти Сторожук Т. Л., Литвин Б. Ф., Бойченко У. Я., студенти I курсу.

Відсутні: студенти групи ЮД-242.

Порядок денний

I. Підготовка студентів до успішного закінчення навчального семестру.

II. Проведення захисту студентських курсових робіт.

III. Організація академнаставниками виховних заходів зі студентами під час зимових канікул.

I. СЛУХАЛИ:

Мойсеєнко Л. П. інформував про успішність студентів протягом першого навчального семестру, про їх підготовку до залікової та екзаменаційної сесії.

ВИСТУПИЛИ:

Івасюк К. О. внесла пропозицію зробити усі заліки диференційованими і проводити заліки та екзамени в письмовій формі.

Сторожук Т. Л. запропонувала не допускати до сесії студентів, які мають заборгованість, поки вони її не ліквідують.

УХВАЛИЛИ:

1. Проводити заліки й екзамени в письмовій формі, заліки зробити диференційованими.

2. Не допускати до сесії студентів, які не ліквідували заборгованість з навчальних предметів.

II. СЛУХАЛИ:

Гаврилюк В. І. повідомив про стан написання курсових робіт зі спеціальних предметів студентами I курсу.

УХВАЛИЛИ:

1. Проводити захисти курсових робіт за секціями.

2. Не допускати до сесії студентів, які не захистили курсовий проект.

III. ВИСТУПИЛИ:

Бойченко У.Я. запропонувала організувати для кращих студентів екскурсії до Києва та Львова, а також провести ряд заходів у межах інституту.

УХВАЛИЛИ:

1. Організувати на зимових канікулах екскурсії до Києва і Львова.

2. Провести виховні заходи, приурочені життю й діяльності університету.

Голова зборів
Секретар

(підпис)
(підпис)

Микола **КАРПЕНКО**
Роман **ТЕРЕЩЕНКО**

Приклад витягу з протоколу

ВИТЯГ ІЗ ПРОТОКОЛУ № 7

засідання кафедри

міжнародних відносин та соціально-гуманітарних дисциплін
від 20 листопада 2022 року

Присутні: завідувач кафедри професор Вишневецький О. М., професор Кирилів Д. Ю., доценти Коломієць К. Л., Семенюк Б. Р., асистенти Гончарук І. В., Пилипчук Я. Т., аспірант Черненко Н. Ф., лаборант Підгірський А. С.

СЛУХАЛИ:

Вишневецький О. М. зазначив необхідність затвердження теми кандидатської дисертації “Державний бюджет України” Черненка Н. Ф. у зв’язку зі вступом його до аспірантури.

УХВАЛИЛИ:

1. Затвердити тему кандидатської дисертації “Державний бюджет України” Черненка Н. Ф.

2. Призначити науковим керівником кандидатської дисертації професора Вишневецького О. М.

Завідувач кафедри
Секретар

(підпис)
(підпис)

Олег ВИШНЕВЕЦЬКИЙ
Андрій ПІДГІРСЬКИЙ

Питання та завдання для самостійного опрацювання теми:

1. Дайте визначення поняття «Доручення».
2. Які є види доручень, їхні реквізити та особливості написання?
3. Розписка як особистий документ: види, реквізити, особливості написання.
4. Довідка як інформаційний документ. Які види, реквізити та вживання типових мовних кліше в довідках?
5. Пояснювальна записка як службовий інформаційний документ, її види, реквізити, мовні особливості.
6. Службовий лист як вид службового інформаційного документа: призначення, реквізити, особливості написання. Які особливості мовного етикету ділового листування?
7. Запрошення як інформаційний документ: види, реквізити, структура тексту, особливості написання.
8. Які особливості оформлення акта і звіту як підсумкових документів. Види звітів, їхні реквізити, структура текст звіту. Які особливості написання, типові мовні кліше.
9. Протокол як інформаційний докумен. Які існують види протоколів?

Рекомендована література до підрозділу:

1. Глушик С. В. Сучасні ділові папери. К., 2013. С. 112-116.
2. Ділова українська мова / [за ред. О. Д. Горбула]. К., 2002. С. 72-73.
3. Зубенко Л. Г. Ділові папери в менеджменті. К., 2002. С. 66-67.
4. Зубков М. Г. Сучасна українська ділова мова. Харків, 2009. С. 75-78.

5. Погиба Л. Г. Складання ділових паперів. К., 2002. С. 61-64.
6. Українська мова за професійним спрямуванням / [за ред. Т. В. Симоненко]. К., 2012. С. 228-230.
7. Шевчук С. В. Українська мова за професійним спрямуванням. К., 2013. С. 373.

2.4 Правила оформлення організаційно-розпорядчих документів (орд)

Організаційні документи: Декларація – офіційна заява з приводу чогось, урочисте проголошення урядом, партією, з'їздом яких-небудь принципів, положень, а також документ, у якому вони викладені.

Реквізитами декларації є: 1) назва виду документа; 2) заголовок до тексту; 3) дата одержання; 4) адресат; 5) текст; 6) дата відправлення; 7) підписи відповідальних осіб; 8) відмітка про надходження (назва одержувача, дата перевірки, довідка інспектора обліку, дата проведення документа); 9) підпис керівної особи.

Довідково-інформаційні документи: Анонс – попереднє оголошення про заплановані гастролі, спектаклі, кон-церти, художні виставки тощо. Анонсовані усні повідомлення найчастіше роблять по радіо, письмові – у газетах, на афішах.

Анонс включає такі реквізити: 1) назва виду документа; 2) текст; 3) адресант.

Приклад анонсу

АНОНС

07 жовтня 2022 року о 18.00 в актовій залі Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ, за адресою просп. Гагаріна, буд. 26, розпочнеться вечір, присвячений Дню юриста.

У відкритті вечора візьмуть участь здобувачі I курсу ННІ права та інноваційної освіти.

Профком університету

Замовлення – офіційне подання, яке містить вимогу на що-небудь.

Замовлення має такі реквізити, що розміщуються переважно на бланку: 1) назва структурного підрозділу; 2) назва виду документа; 3) заголовок до тексту; 4) дата складання; 5) адресант (назва підприємства, поштова адреса, телефон, факс; назва особи, уповноваженої на вирішення питань за угодою; розрахунковий рахунок; номер МФО, номер валютного рахунку); 6) текст (мета замовлення, прохання виконати певні операції; термін та умови дії замовлення); 7) підписи (керівника й бухгалтера).

Приклад замовлення

Дніпропетровське відділення
Національного банку України

ЗАМОВЛЕННЯ

на купівлю іноземної валюти
від 14 лютого 2022 року

Назва підприємства: фірма «Фокстрот»

Поштова адреса :76000, м. Дніпро, вул. Юності, 158

Телефон: 75-86-34 Факс (012) 3486519

П.І.П. особи, уповноваженої на вирішення питань: Козачук Ірина
Тимофіївна

Розрахунковий рахунок у гривнях: № 375 у банку “Фінанси та кредит”

Номер МФО 2854

Номер валютного рахунку: 648 у банку “Аваль”

Мета використання валюти: купівля приміщення для фірми “Фокстрот”

Доручаємо Дніпропетровському відділенню Національного банку України від нашого імені і за наш рахунок провести угоду на купівлю коштів в іноземній валюті за таких умов сума купівлі становитиме 20000 доларів, сума купівлі у гривнях 100000. Термін дії замовлення до 13 червня 2022 року

У разі укладення угоди зобов'язуємося перерахувати еквівалент купленої іноземної валюти у гривнях за курсом, вказаним у поданій заяві, і комісійну винагороду за проведення угоди в розмірі 10%.

Директор фірми
Бухгалтер

(підпис)
(підпис)

Валерій ІВАНОВ
Олег БОЙКО

Запрошення – це документ, що містить коротку інформацію про захід, подію й адресується конкретній особі чи організації з пропозицією або проханням взяти участь у них.

Реквізитами оголошення є: 1) повна назва установи, організації або підприємства – автора документа (при потребі); 2) назва виду документа; 3) текст (звертання до адресата; порядок денний; тематика події; дата, час, місце проведення заходу; прізвища доповідачів із кожного питання; прізвище й телефон відповідальної особи; маршрут проїзду; контактний телефон для довідок); 4) адресант; 5) підпис відповідальної особи (при потребі); 6) печатка (при потребі).

Лист – документ, призначений для обміну інформацією. Листи поділяються на приватні і службові. Приватні мають неофіційний характер і в діловому мовленні майже не використовуються.

Службові призначені для писемного спілкування й оперативного управління діяльністю організацій, установ та їх підрозділів; для встановлення офіційних, службових контактів між підприємствами, організаціями, установами, фірмами.

Є два види офіційної кореспонденції: офіційне листування міждержавних установ чи іноземних представництв у дипломатичній практиці і ділове листування між фірмами, установами, закладами в межах певної країни.

Службові листи, що надсилають установи, пишуться на бланках із такими реквізитами: 1) адресант; 2) адресат; 3) дата; 4) індекс; 5) назва виду документа; 6) текст (опис фактів або подій, висновки та пропозиції); 7) відмітка про наявність додатка; 8) підпис керівника установи; 9) печатка.

Оголошення – це документ, що містить інформацію, адресовану певному колу осіб. За змістом оголошення поділяються на два види: про майбутню подію і про потребу в послугах або можливість їх надання.

Оголошення про майбутню подію має такі реквізити: 1) назва виду документа; 2) текст (дата, місце події, назва організатора, зміст події, кількість запрошених осіб, умови прийому); 3) адресант.

Оголошення про потребу в послугах або можливість їх надання складається з реквізитів: 1) назва виду документа; 2) заголовок до тексту; 3) текст; 4) адресант (його місце знаходження, телефон).

Приклад оголошення

ОГОЛОШЕННЯ

Акціонерний комерційний банк «Фінанси та кредит» пропонує:

- 1. Відкриття і ведення рахунків юридичних осіб.*
 - 2. Розрахунково-касове обслуговування клієнтів на вигідних умовах.*
 - 3. Приймання депозитних вкладів від юридичних осіб на різні строки.*
- Адреса банку: м. Дніпро, просп. Миру, б.25; тел.: 757-23-86.*

Факс – це узагальнена назва документів, що надходять до установ за допомогою спеціального апарата телефонними каналами зв'язку.

Реквізитами факсу є: 1) адресант; 2) адресат; 3) дата; 4) індекс; 5) назва виду документа; 6) заголовок до тексту; 7) текст; 8) підпис керівної особи.

Приклад факсу

*Івано-Франківський
економічний інститут,
директорові видавництва
«Український письменник»
проспект Визволення, 5,
Олегу СЕРГІЄНКУ
факс (024) 1453872,
факс (093) 2491675
25.03.03, № 03-52/8*

ФАКС

Про затримання навчальної літератури

За домовленістю Ви повинні були відправити нам 30 підручників з економіки підприємств до 21.03.22 р. Просимо терміново вислати нам ці підручники.

Ректор

(підпис)

Павло ЯКОВЕНКО

Розпорядчі документи

Вказівка – це правовий акт керівників єдиначальних органів державного управління, що пов'язаний із виконанням наказів, інструкцій та інших актів вищих органів управління.

Вказівка містить такі реквізити: 1) назва міністерства або відомства, якому підпорядковується установа; 2) повна назва установи, організації або підприємства – автора документа; 3) назва виду документа; 4) дата; 5) індекс; 6) місце видання; 7) заголовок до тексту; 8) текст; 9) підпис відповідальної особи.

Приклад вказівки

*Міністерство економіки України
Головне управління цінової політики*

Вказівка 18.11.22 № 2-4/3 м. Київ

Про порядок формування регульованих цін і тарифів для розрахунків із підприємствами

1. Дія цієї вказівки поширюється на продукцію виробничо-технічного призначення, що реалізується організаціям і населенню.

2. Формування регульованих цін і тарифів для розрахунків із підприємствами здійснюється:

2.1. Підприємствами, які виробляють продукцію виробничо-технічного призначення, виходячи з діючих у 2002 році оптових цін і встановлених на них граничних коефіцієнтів.

2.2. Підприємствами, які виробляють нафтопродукти, виходячи із собівартості продукції.

Начальник відділу ціноутворення

(підпис)

Олександр ДЯЧЕНКО

Закон – це встановлені найвищим органом державної влади загальнообов'язкові правила, що мають юридичну силу.

Реквізитами закону є: 1) державний герб; 2) назва виду документа; 3) заголовок до тексту; 4) текст; 5) дата; 6) індекс; 7) місце видання.

Наказ – розпорядчий документ, що видається керівникам підприємств, організацій, установ на правах єдиначальності і в межах своєї компетенції.

Реквізитами наказу є: 1) назва міністерства або відомства, якому підпорядковується установа; 2) повна назва установи, організації або підприємства – автора документа; 3) назва виду документа; 4) дата; 5) індекс; 6) місце видання наказу; 7) заголовок до тексту; 8) текст; 6) підпис керівної особи.

Постанова – правовий акт, що приймають вищі та деякі центральні органи управління для розв'язання найбільш важливих питань, що стоять перед цими органами, і для встановлення стабільних норм та правил поведінки.

Реквізитами постанови є: 1) державний герб; 2) повна назва установи, організації або підприємства – автора документа; 3) назва виду документа; 4) дата; 5) індекс; 6) місце видання; 7) заголовок до тексту; 8) текст; 9) підпис керівної особи.

Розпорядження – це правовий акт, що видається одноособово керівником, переважно колегіального державного органу, для вирішення оперативних питань і є обов’язковим для громадян та організацій, яким він адресований.

Реквізити розпорядження: 1) державний герб; 2) повна назва установи, організації або підприємства – автора документа; 3) назва виду документа; 4) дата; 5) індекс; 6) місце видання; 7) заголовок до тексту; 8) текст; 9) підпис керівної особи.

Указ – розпорядження найвищого органу влади, державного керівника, що має силу закону.

Реквізитами указу є: 1) державний герб; 2) назва виду документа; 3) заголовок до тексту; 4) текст; 5) дата; 6) індекс; 7) місце видання; 8) підпис керівної особи (при потребі).

Ухвала (рішення) – це правовий акт, що приймають державні установи, організації, місцеві ради народних депутатів, виконавчі комітети та ін. для вирішення питань, що входять до їх компетенції.

До реквізитів ухвали належать: 1) державний герб; 2) повна назва установи, організації або підприємства – автора документа; 3) назва виду документа; 4) дата; 5) індекс; 6) місце видання; 7) заголовок до тексту; 8) текст; 9) підпис керівної особи.

Питання та завдання для самостійного опрацювання теми:

1. Дайте визначення поняття «Статут», вкажіть його реквізити, з’ясуйте мовні особливості побудови тексту документа.

2. Інструкція та її види. Визначте реквізити, мовні особливості побудови тексту.

3. Яка специфіка написання наказів?

4. Розпорядження як документ. Визначте спільні й специфічні риси наказів і розпоряджень.

5. Вказівка як розпорядчий документ. Які реквізити та особливості написання вказівок?

Рекомендована література до підрозділу:

1. Ділова українська мова / [за ред. О. Д. Горбула]. К., 2002. С. 100-102.
2. Погиба Л. Г. Складання ділових паперів. К., 2002. С. 41-45.
3. Глушик С. В. Сучасні ділові папери. К., 2013. С. 277-278.
4. Ділова українська мова / [за ред. О. Д. Горбула]. К., 2002. С. 98-100.
5. Зубенко Л. Г. Ділові папери в менеджменті. К., 2002. С. 96-97.

2.5 Фінансово-облікові документи. специфіка та оформлення

Акт – це документ правової чинності, що підтверджує факти, події, вчинки, пов’язані з діяльністю установ, підприємств, організацій та окремих приватних або службових осіб.

Акт складається з таких реквізитів: 1) повна назва установи, організації або підприємства – автора документа; 2) гриф затвердження; 3) назва виду документа; 4) заголовок до тексту; 5) дата; 6) індекс; 7) місце складання; 8) текст; 9) відмітка про наявність додатка; 10) підписи; 11) печатка.

Доручення – це письмове повідомлення, за яким організація чи окрема особа надають право комусь від їх імені здійснювати певні юридичні чинності або отримувати матеріальні цінності. Доручення поділяють на особисті (надання повноважень однією особою іншій) і офіційні (надання повноважень установою особі чи іншій установі).

Основними реквізитами доручення є: 1) назва виду документа; 2) текст (відомості про довірителя, особу, якій доручають, її паспортні дані, зміст дій, обов'язків, прав, які має виконувати довірена особа; перелік цінностей із вказівкою на їх кількість і суму (в офіційному); термін дії доручення); 3) дата складання; 4) підпис довірителя; 5) підпис керівника установи; 6) печатка, штамп (за потреби).

Приклад доручення

ДОРУЧЕННЯ

Я, Дідович Оксана Григорівна, староста групи ЮД-246, доручаю Слободян Ірині Романівні (паспорт серії ЛС № 789012, виданий 25 вересня 2002 року Івано-Франківським МВ УМВС України в Івано-Франківській області) отримати належну студентам групи ЮД-246 юридичного факультету стипендію за березень 2023 року.

Доручення дійсне до 04 квітня 2023 року.

25.03.2030 р. (підпис)

Олег ДІДОВИЧ

Підпис студентки Дідович О.Г. засвідчую:

Декан юридичного факультету (підпис)

Микола ЛІСОВЕНКО

Квитанція – це документ, виданий установами, організаціями, підприємствами для того, щоб підтвердити одержання певних матеріальних цінностей і грошових засобів.

Реквізитами квитанції є: 1) повна назва установи, організації або підприємства – автора документа; 2) назва виду документа; 3) заголовок до тексту; 4) текст (назва установи або приватної особи, від якої прийнято; за що прийнято; величина суми; підстава); 5) дата прийняття; 6) підпис касира; 7) печатка, штамп.

Приклад квитанції

Дніпровська наукова бібліотека імені Олеся Гончара

Квитанція

до прибуткового касового ордера № 1548

Прийнято від Коновалюк Олени Матвіївни за користування бібліотекою 10 (десять) гривень.

Підстава Наказ директора бібліотеки сплачувати читачами річний внесок за користування бібліотекою.

03 січня 2023 року

Касир

(підпис)

Лариса МЕЛЬНИК

(печатка, штамп)

Перелік – це документ, що містить систематизований звід предметів, осіб, об'єктів, робіт, на які поширюються певні норми й вимоги.

До реквізитів переліку входять: 1) гриф затвердження; 2) назва виду документа; 3) заголовок до тексту; 4) текст; 5) підпис відповідальної особи (при потребі); 6) печатка (при потребі).

Подібними за формою та реквізитами до переліку є список і каталог, що відрізняються від нього лише призначенням.

Список – документ, що містить звід (реєстрацію) осіб, предметів, документів, об'єктів, подій в алфавітному або хронологічному порядку.

Каталог – список, перелік книжок, рукописів, картин і т. ін., складений у певному порядку, щоб полегшити їх розшук; реєстр.

Приклад переліку

*Затверджено постановою
Кабінету Міністрів України
від 25 грудня 2022 р., № 1952*

Перелік платних послуг, що можуть надаватися митними органами

1. Надання консультацій з питань:

поміщення товарів у відповідні митні режими;

тарифного та нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в частині митного оформлення товарів (робіт, послуг);

дослідження (аналізу, експертизи) проб і зразків товарів у митних лабораторіях;

класифікації товарів згідно з УКТЗЕД;

належності товарів до контрольних списків (наркотики, отруйні та вибухові речовини, товари подвійного використання тощо);

митного законодавства та його застосування.

2. Надання консультацій митним брокерам і митним перевізникам із питань посередницької діяльності.

3. Надання текстів опублікованих нормативно-правових актів із питань митної справи.

4. Надання відомостей з ліцензійних реєстрів митних брокерів, митних перевізників, митних ліцензійних складів.

5. Копіювання документів, пов'язаних із митним оформленням товарів (робіт, послуг).

Розписка – це документ, що підтверджує дії, які вже завершено, і має місце між двома особами чи особою та установою (передання й отримання документів, грошей, товарів, матеріальних цінностей тощо).

Розрізняють приватні розписки (про отримання однією особою чогось від іншої) і службові (про отримання особою або представником установи цінностей чи документів від якоїсь організації, закладу).

Реквізитами розписки є: 1) назва виду документа; 2) текст (відомості про особу, яка пише розписку, її паспортні дані; про особу, якій пишуть документ; конкретне зазначення, з приводу чого дано розписку; на підставі якого документа передано чи отримано цінності); 3) дата складання; 4) підпис особи, яка отримує цінності; 5) підпис керівника установи; 6) печатка (при потребі).

Питання та завдання для самостійного опрацювання теми:

1. *Яке призначення обліково-фінансових документів, вкажіть їх види.*
2. *Які особливості оформлення цифрового і словесного матеріалу в обліково-фінансових документах.*
3. *Яка специфіка структури актів. Визначте правила складання та їх оформлення.*
4. *Що таке список і таблиця? Які правила їх оформлення?*

Рекомендована література до підрозділу:

1. Волкотруб Г. Й. Стилїстика ділової мови. К., 2002. С. 5-29.
2. Глущик С. В. Сучасні ділові папери. К., 2013. С. 27-68.
3. Діденко А. Н. Сучасне діловодство. К., 2010. С. 3-71.
4. Ділова українська мова / [за ред. О. Д. Горбула]. К., 2002. С. 7-13.
5. Зубенко Л. Г. Ділові папери в менеджменті. К., 2002. С. 7-55.
6. Паламар Л. М. Мова ділових паперів. К., 2000. С. 5-9.
7. Погиба Л. Г. Складання ділових паперів. К., 2002. С. 5-9.
8. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови. Тернопіль, 2000. С. 5-18.
9. Шевчук С. В. Українська мова за професійним спрямуванням. К., 2013. С. 265-597.

КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ ДО РОЗДІЛІВ I та II

До Розділу I:

1. Назвіть стилі сучасної української літературної мови.
2. Наведіть спільні риси наукового та офіційно-ділового стилів.
3. Дайте визначення публіцистичного стилю.
4. Дайте визначення інформаційного стилю.
5. Інформаційний стиль та його місце серед стилів МПС.
6. Назвіть підстилі інформаційного стилю.
7. Наведіть розмежувальні ознаки інформаційного та публіцистичного стилів.

До Розділу II:

1. Поясніть особливості офіційно-ділового стилю мовлення.
2. Випишіть приклади різних підстилів (законодавчого, юридичного, дипломатичного та ін..) із тексту будь-якого документа.
3. Назвіть особливості укладання автобіографії та резюме.
4. Перерахуйте види доручень, їх реквізитів.
5. Поясніть особливості написання наказів.
6. У чому призначення обліково-фінансових документів, вкажіть їх види.
7. Назвіть реквізити заяви, особливості її оформлення, типові мовні кліше.

ВИСНОВКИ

Методичні рекомендації укладено відповідно до програми курсу «Українська мова професійного спрямування», розробленої для студентів, що є майбутніми правознавцями.

Методичні рекомендації відповідають змісту та вимогам Навчально-методичного комплексу дисципліни «Українська мова професійного спрямування» і доповнюють його. Складаються з двох розділів, відповідно по 4 та 5 підрозділів у кожному та списку рекомендованої літератури.

Подано невеликий теоретичний блок для ознайомлення студентів із інформаційним стилем мови з метою інтенсифікації засвоєння та використання робочої програми означеної навчальної дисципліни. Окрім методичних порад та теоретичного блоку вміщено контрольні питання, що дають можливість перевірити засвоєння опрацьованого під час занять матеріалу та закріпити вміння використовувати базові знання з української мови в професійному середовищі.

Методичні рекомендації можуть бути використані для вивчення української мови професійного спрямування у ЗВО різних рівнів акредитації, на курсах підвищення кваліфікації правознавців, на підготовчих відділеннях, спеціалізованих курсах тощо.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:

1. Артџомова М. Г., Бедь В. В. Компетентнісний підхід в системі вищої освіти як пріоритет її модернізації у вищому навчальному закладі. URL : <http://www.uuba.org.ua/publikatsiyi/kompetentnisniy-pidhid-v-sistemi-181vischoyi-osvi-tiyak-prioritet-yiyi-modernizatsiyi-u-vischomu-navchalnomu-zakl2.html>.
2. Бабич Н. Д. Практична стилістика і культура української мови: навч. посіб. Львів : Світ, 2003. 432 с.
3. Баранник Д. Х. Мова права як окремий функціональний стиль. Мовознавство. 2003. № 6. С. 8-10.
4. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручн. [для студ. вищ. навч. закл.]. К. : Вид. центр «Академія», 2004. 344 с.
5. Белова А. Д. Поняття «стиль», «жанр», «дискурс», «текст» у сучасній лінгвістиці. Іноземна філологія. К. : Вища шк., 2002. Вип. 32. С. 7-14.
6. Вербенец М. Б. Юридична термінологія української мови: історія становлення і функціонування: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук: спец. 10.02.01 «Українська мова». Київ, 2004. 20 с.
7. Використання дистанційних технологій у процесі вивчення іноземної мови. Теорія і практика дистанційного навчання у професійній освіті : матеріали II Всеукр. веб-конф. (28 лютого 2018 р., м. Київ). К. : Ін-т проф.-технічної освіти НАПН України, 2018. С. 123-124.
8. Винник О. П. Метафоричні процеси у формуванні української економічної лексики : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.02.04. Харків, 2007. 20 с.
9. Добровольська Д. М. Мовні особливості англomовних рекламних слоганів та їх відтворення українською і російською мовами: дис. ... канд. філол. наук : 10.02.16. Одеса, 2017. 226 с.
10. Заблоцький Ю. В. Напрямки розвитку сучасного термінознавства. Сучасні дослідження з лінгвістики, літературознавства і міжкультурної комунікації (ELLIC 2016) : матер. III Міжн. наук. конф. Івано-Франківськ, 2016. С. 48-53.
11. Загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти: вивчення, викладання, оцінювання. Київ, 2003. 261 с.
12. Загнітко А. П. Основи українського теоретичного синтаксису. Горлівка : ГДППІМ, 2004. Ч. 1. 227 с.
13. Загнітко А. П. Теоретична граматика сучасної української мови. Морфологія. Синтаксис. Донецьк : ТОВ «ВКФ «БАО», 2015. 992 с.
14. Загнітко А. П. Теоретична граматика української мови. Синтаксис: монографія. Донецьк : ДонНУ, 2001. 662с.
15. Загнітко А. П. Теорія сучасного синтаксису: монографія. Вид. 3-тє, виправл. і доп. Донецьк : ДонНУ, 2008. 294 с.
16. Загнітко А. П. Українське ділове мовлення: професійне і непрофесійне спілкування. Донецьк : ТОВ ВКФ «БАО», 2007. 480 с.
17. Загнітко А. П. Український синтаксис (науково-теоретичний і навчально-практичний комплекс). Ч.2. К. : ІЗМН, 2001. 262 с.
18. Загнітко А. П. Український синтаксис: теоретико-прикладний аспект. Донецьк, 2009. 137 с.
19. Зайцева В. В. Інформаційний стиль в україномовній газеті. На ниві української філології : зб. наук. праць. Дніпропетровськ : Пороги, 2003. С. 232-240.

20. Зайцева М. О. Агресивна мовленнєва поведінка з точки зору її складників. Науковий часопис Національного педагогічного університету ім. М. П. Драгоманова. Серія 9. Сучасні тенденції розвитку мов. К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2012. Вип. 9. С.93-97.
21. Зайцева М. О. Специфіка мовних засобів та організація семантичного простору сугестивного дискурсу. Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». К. : Центр учбової літератури. 2018. Вип. 10. С. 26-31.
22. Закон України «Про вищу освіту». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text>.
23. Зелісковська О. О. Міжпредметна координація як принцип формування міжкультурної компетенції студентів економічних спеціальностей. Викладання мов у вищих навчальних закладах освіти. 2011. Вип 18. С. 82-90.
24. Измайлова О. А. Формування іншомовної комунікативної компетенції як структурного компоненту комунікативної культури студентів мовних ВНЗ. Викладання мов у вищих навчальних закладах освіти. 2010. № 17. С. 66-72.
25. Кожушко С. П. Теоретичні та методичні засади підготовки майбутніх фахівців з комерційної діяльності до професійної взаємодії : дис. ... д-ра. пед. наук : 13.00.04. Дніпропетровськ, 2014. 644 с.
26. Концепція гуманітарної освіти в Україні. URL : http://kntu.net.ua/kaf_design/content/download/56304/330804/file/Концепція%20гуманітарного%20розвитку%20України%20до%202020р..pdf. 2018.
27. Кочан І. М. Терміносистема права в навчальному процесі комплексного підходу до вивчення термінологічної лексики у спеціалізованому навчальному закладі. Термінологічне словотворення: матер. міжвуз. наук.-практ. конф. Дніпропетровськ, 2010. С. 84-90.
28. Кочерга О. Тенденції української термінологічної лексикографії. Урок української. № 3. 2000. С. 25-29.
29. Кочерган М.П. Загальне мовознавство: підруч. К. : Академія, 2006. 464 с.
30. Лаврінець О., Симонова К., Ярошевич І. Сучасна українська літературна мова. Мофеміка. Словотвір. Морфологія. К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2019. 524 с.
31. Левицький А. Е. Зіставлення функціональних особливостей систем номінативних одиниць англійської та української мов. Вісник Житомирського педагогічного університету. 2001. № 8. С. 95-99.
32. Леонова Н. В. Особливості синтаксису та ідентифікації вокативних конструкцій малих жанрових форм інформації. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Сер. «Філологічна»: зб. наук. праць. Острог : Вид-во Нац. ун-ту «Острозька академія», 2012. Вип. 31. С. 48-51.
33. Личко Л. Я. Формування у майбутніх фахівців з менеджменту та економіки стратегічної компетенції в говорінні. Іноземні мови. 2010. № 4 (64).С. 39-42.
34. Луценко В. І. Українська мова для іноземних студентів. навч. пос. у 4-х т. Т. 1. МОН України. Дніпро : НГУ, 2017. 84 с. URL : <http://tst.nmu.org.ua>.
35. Мацько Л. І. Культура української фахової мови : для студ. вищих навч. закладів. К. : ВЦ Академія, 2011. 360 с.
36. Мачульська К. Я. Linguistic aspect of communication strategies and tactics in the advertising slogans. Актуальні проблеми менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Луцьк, 25 берез. 2016 р.). Луцьк, 2016. С. 256-258.

37. Микитенко Н. О. Теорія і технології формування іншомовної професійної компетентності у майбутніх фахівців природничих спеціальностей: дис. ... доктор пед. наук: 13.00.02. Тернопіль, 2011. 402 с
38. Ніколаєва С. Ю. Методика формування міжкультурної іншомовної комунікативної компетенції: курс лекцій. К. : Ленвіт, 2011. 344 с.
39. О. С. Черемська, Г. Г. Гайдамака. Навчальний українсько-російсько-туркменський словник для іноземних студентів усіх напрямів підготовки всіх форм навчання. Харків : Вид. ХНЕУ, 2013. 112 с. URL : <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/>
40. Озерова Н.Г. Взаємодія функційних стилів у сучасних російській та українській мовах. Мовознавство. 2003. № 2-3. С. 112-118.
41. Онуфрієнко Г.С. Запозичення неслов'янського походження в юридичному термінологічному просторі української мови. Ономастика і апелятиви: зб. наук. праць. Вип. 9. Дніпропетровськ : ДДУ, 2000. С. 96-104.
42. Онуфрієнко Г. С. Термінологічна компетенція правника як регулятивний та стабілізуючий фактор правотворчого процесу. Право і лінгвістика: матер. міжнар. наук.-практ. конф. Ч. 1. Сімферополь, 2003. С. 219-225.
43. Перебийніс В. І. Математична лінгвістика : навч. посібн. для студентів відділень структурно-математичної, прикладної та комп'ютерної лінгвістики. Київ : Вид. центр КНЛУ, 2014. 125 с
44. Перейма Л.Я. Збірник переказів з української мови. 5-11 класи. Тернопіль : Навчальна книга, Богдан, 2018. 352 с.
45. Процик М. Антонімічні відношення в українській видавничій термінології. Вісник Нац. ун.-ту «Львівська політехніка». № 559. Сер.: Проблеми української термінології. 2006. С. 293-295.
46. Радецька В.Я. Мова науки криміналістики: автореф. на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук: спец. 12.00.09 «Кримінальний процес та криміналістика; судова експертиза». Київ, 2002. 20 с.
47. Російсько-український розмовник для іноземних студентів. Укладачі О. С. Черемська, І. М. Шелепкова. Харків : Вид. ХНЕУ, 2012. 64 с.
48. Російсько-українсько-турецький розмовник [Текст] : для іноземних студ. усіх напрямків підготовки денної форми навчання / укл.: О. С.Черемська, Л. П. Петрова Озель, І. М. Шелепкова. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. 107 с. URL : repository.hneu.edu.ua/bitstream.
49. Світліковська О. А. Вербальні й невербальні засоби актуалізації соціокультурних цінностей британців та американців (на матеріалі англомовних масмедійних текстів) : дис.... канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя, 2021. 303 с.
50. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія О. Селіванова. Полтава : Довкілля-К, 2006. 716 с.
51. Семотюк О. Л. Сучасні технології лінгвістичних досліджень : навч. посіб. Львів : Вид-во «Львів. Політехніки», 2011. 152 с.
52. Серажим К. С. Текстознавство : підручн. К. : Вид. полігр. центр Київський університет, 2008. 257 с.
53. Сергєєва Г. Сучасні тенденції розвитку терміносистеми української правничої мови. Українська термінологія і сучасність: зб. наук. праць. Вип. IV. К. : КНЕУ, 2001. С. 265-267.
54. Симоненко Л. Актуальні проблеми сучасного українського термінознавства. Українська термінологія і сучасність: зб. наук. пр. Вип. VIII. К. : КНЕУ, 2009. С. 9-15.

55. Сімонок В.П. Мовні універсалії і процес запозичування слів. Харків. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. Вісн. № 538. Сер.: філол. Вип. 34. Харків: ХНУ, 2002. С. 156-161.
56. Сірко А. В. Економічна теорія. Політекономія. К. : ЦУЛ, 2014. 416 с.
57. Стандарт вищої освіти за спеціальністю 081 «Право». URL : <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishchaosvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/051-pravo-bakalavr.pdf>.
58. Тексти та завдання з наукового стилю мови з навчальної дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» для іноземних студентів усіх 9 напрямів підготовки всіх форм навчання. Уклад. О. С. Черемська, І. М. Шелепкина. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 56 с.
59. Трач Н.С. Українська правнича термінологія у ХХ ст.: автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.01 «Українська мова». Чернів. нац. ун-т ім. Юрія Федьковича. Чернівці, 2009. 20 с.
60. Українська термінологія і сучасність: зб. наук. праць. Вип. IV. К.: КНЕУ, 2001. 368 с.
61. Яшенкова О.В. Основи теорії мовної комунікації : навчальний посібник. К.: Видавничий центр «Академія», 2010. 312 с
62. Brinker K. Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden / Klaus Brinker. Berlin, 1985. 160 s.
63. Chernyavsky V. R. The distance learning technologies in the process of foreign language teaching. Научная деятельность как путь формирования профессиональных компетентностей будущего специалиста: материалы науч.-практ. конф. (6-7 грудня 2018 г., г. Суми). Суми, 2018. С. 66-67.
64. Coates J. Women, Men and Language: A Sociolinguistic Account of Gender Differences in Language. 3 edition. Harlow, 2004. 264 p.
65. Dictionary of Economic Terms / ed. by E. R. Raupp, D. V. Raupp. North Hampton: Blue Impala Press, 2018. 354 p.
66. Dik S.C., Simon C., Ed. by Kees Hengeveld.. The theory of functional grammar [Ausg. in Schriftenreihe]. Berlin : New York : Mouton de Gruyter, 1997. 514 p.
67. Hashimzade N., Myles G., Black J. Dictionary of Economics. 5th ed. Oxford: Oxford University Press, 2017. 464 p.
68. Frehner C. Email – SMS – MMS: the linguistic creativity of asynchronous discourse in the new media age. Bern: Peter Lang AG, International Academic Publishers, 2008. 294 p.
69. Krömer H. Handbuch Medienproduktion Produktion von Film, Fernsehen, Hörfunk, Print, Internet, Mobilfunk und Musik. Wiesbaden : GWV Fachverlage GmbH, 2005. 597 s.
70. Leonova N.V. Small genre forms of informational style. International Academy of Science and Higher Education. Vol. 82. London : Published by IASHE, 2016. P. 24-26.
71. Thuswaldner G. Die Verteidigung der Sprache. Muttersprache, Wiesbadebn. H. 1, 2001. S. 11–23.
72. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5029-17#Text>
73. URL : http://scool23.ucoz.ru/6_klas/mova/kontrol_robota/diktanti.htm
74. URL : <https://www.niu.edu/writingtutorial/grammar/adjective-or-adverb.shtml>.

Для нотаток:

Навчальне видання

**Леонова Наталія Валеріївна
Мірошніченко Любов Василівна**

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 081 –
«ПРАВО» І 262 – «ПРАВООХОРОННА ДІЯЛЬНІСТЬ»
(БАКАЛАВРСЬКИЙ РІВЕНЬ)**

Редактори, оригінал-макет – *Є. В. Коваленко-Марченкова, А. В. Самотуга*

Підп. до друку 25.04.2023. Формат 60x84/16. Друк – трафаретний, цифровий.
Гарнітура – Times. Ум.-друк. арк. 2,45. Обл.-вид. арк. 2,63.

Надруковано у Дніпропетровському державному університеті внутрішніх справ
49005, м. Дніпро, просп. Гагаріна, 26, rvv_vonr@dduvs.in.ua