

ЛІНГВОДИДАКТИКА

Юліан СЕМЕНЧУК

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ, СКЛАДАННЯ ТА НАПИСАННЯ РІЗНИХ ТИПІВ ДІЛОВИХ ДОКУМЕНТІВ

Одним із завдань курсу “Комуникації в бізнесі” є навчити студентів складати різні типи ділових документів іноземною мовою, сформувати та розвинути навички не тільки усного, а й написного ділового міжлемінгв. На проблемах “компонування ділових документів основіною жанрових різновидів” [5, 25], підготовки та створення “фахової документації” [7, 25], розвитку “аналітичного написового ділового спілкування” [4, 3] зосереджується значна увага у сучасний методичний наук. Цілком справедливо вважається, що формування та розвиток навичок написного ділового міжлемінгв є ахобідною умовою “підсвічування професійної спрямованості” [3, 133] при підготовці майбутніх фахівців зовнішньоекономічної діяльності.

Творча робота над підготовкою ділового документа починається з його планування, проходить через етап створення одного або кількох чи умовних варіантів, і лише після редагування та викорінення останнього варіанта з'являється завершений документ.

У процесі планування необхідно переглянути за все осмислов та визначити предмет написового нотаткового або предмет дослідження, тобто те, що буде висвітлюватися у тексті ділового документа. Це може бути відповідь на піст-зання обсягом у туди короткі або довгі, а також аналітична річка дото від обсягом у триста сторінок про результати діяльності компанії. Щоб визначити предмет повідомлення чи дослідження, слід виконати, як інформантів необхідна, і розробити план та методи її сприйняття. Для підготовки об’ємних ділових документів необхідно виробити стратегію пошуку та обробки потрібної інформації. Всія нотатка буде точнію, надійною, стосуванням суті висвітлюваної в діловому документі проблеми. Щоби зібрати інформацію, необхідно провести так зване “екоранки” і “терванки” [10, 131] дослідження. Вторинне дослідження – це новуки, аналіз і систематизація вже відомої і опублікованої у різних джерелах матеріалів, а первинні – це власні ідеї дослідника, спрощені внаслідок проведення експериментів, синтеза чи набутого досвіду. Зібрану інформацію, факти, статистичні дані потрібно об’єктивно і неумережено проаналізувати, систематизувати, інтерпретувати залежно від мети написання документа.

Щоби визначити предмет написового нотаткового або дослідження, створину й представити інформацію про нього, варто дати відповіді на такі запитання [9, 12]:

- Що мені відомо про предмет аналіза або дослідження?
- На чому спів сконцентрувати свою увагу: на загальному чи детальному його висвітленні?
- Що важливого і нового вносить відомості у предложені назви?
- Як заінтригувати читачів предметом написового проекту?
- Чи під силу мені висловити відповідь на питання предмета написання або дослідження?

Після визначення предмета написового повідомлення, автору необхідно уявити свого майбутнього читача, тобто вчити аудитору, для якої створюється діловий документ. Від цього залежить вибір тексту документа, стилю його написання, важливість у документі технічніх та речових. Наприклад, “Фінансовий звіт” для президента чи ради директорів компанії буде відрізнятися від такого ж документа, праця начного для преси.

Щоби проаналізувати аудитору, яка буде читати майбутній діловий документ, виують дати відповіді на такі запитання [9, 15]:

- Який вік, стать, освіта, соціально-економічний стан читачів майбутнього документа?

– Що читачі знати чи думати про предмет письмового мовідомлення або дослідження? Що є джерелом їх зенія? Яке буде їх ставлення до предикса письмового мовідомлення або дослідження?

– Чому читачі будуть цікавитися цим письмовим повідомленням? Що зовні вони очікують від нього? Чи треба їх переконати у своїй поєдні?

– Як зацікавити їх предметом письмового повідомлення або дослідження? Як привернути їхнє увагу та вигравдати їхні стодії засоби?

– Як допомогти читачам зрозуміти це письмове повідомлення? Які логічні переходи слід використовувати, які промежки виходити, щоб зовні зрозуміли написане?

Коли визначене предмет письмового мовідомлення, виключено та досліджено аудиторію, слід сформулювати і зрозуміти мету створення цільового документа. Для цього необхідно вирішити проблему “з урахуванням конкретних умов і за наявності фактичної інформації” [1, 112], прописувати її причини і передбачити можливі наслідки. Наприклад, метом створення та написення проста відміні на скаргу мовника є не лише відбачитися чи знайти винувата, а й підтримати добру репутацію своєї організації, переконати клієнта у вен认同ості постулатів, заявленій у неможливості її мовторення в майбутньому. Метою інформативного ділового документа може бути мовідомлення читача про різні писемні доказності як у викладах організації, так і за її межами. Аналітичний діловий документ аналізує певну проблему і виробляє рекомендації для уздалення адекватного рішення, тому мета його створення – томати і проаналізувати факти, зробити висновки і рекомендувати способи вирішення проблем, передбачити наслідки уздалення певного рішення.

Щоби зрозуміти мету дослідження, видали дани відміні на такі запитання [9, 19]:

– Які вислови до цього письмового проекту? Чи зрозуміле завдання з його висловами? Який кінцевий результат цього дослідження?

– Що необхідно знати у процесі роботи над проектом? Чи зрозумілій предмет письмового повідомлення або дослідження? Чи розглянуті всі можливі категорії читачів, які писали б сконструювати цю письмовою роботою?

– Які гіпотези можна використовувати для визначення робочої мети дослідження? Які зміни можуть ефективніше сформувати хід думок?

– Яка мета цього письмового проекту? Чи займається вона, яким стало більше відомих про предмет письмового мовідомлення або дослідження й аудитору? Якщо так, то яким чином?

– Які основні положення письмового повідомлення? Як можна сформулювати головну концепцію дослідження?

Таким чином, предмет письмового повідомлення, аудиторія і мета – це центральні елементи процесу планування про підготовці до складання ділових документів. Тому для ефективного виконання письмового завдання зі складання ділових документів необхідно зрозуміти, як процесу планування елементи взаємопов'язані, і приступати складанню скажених засобів з якими мовиться.

Найсажажніша річ при плануванні – це знати, коли зупинятися. Після того, як завершено процес планування, потім переходять до складання чорнового варіанта ділового документа.

У процесі складання чорнового варіанта виробляється певна стратегія ортмовані і розвитку написання самого тексту документа, яким ідеї і думки знаходить своє письмове вираження. Чорновий варіант ділового документа перетворюється у результат планування, а тисож зібрану та отриману інформацію в довірчий письмовий продукт. На етапі складання чорнового варіанта вимісниться відмінні вибору предмета письмового мовідомлення, аудиторії та мети, експертні висновки зі способом вираження готової ідеї дослідження, систематизації та отримані інформації.

Створюючи чорновий варіант, автор проходить через певні етапи [9, 60], першим із яких є *занурювання складена схема* або *проект* документа. В цьому проекті слід визначити попередні організаційні різноманітності матерії, тобто ствоулов основу чорнового варіанта документа, не дотримуючись строгого формату написання.

Слід тисож відబути проект *анотації*, або притушення того, що передбачається довести в результаті створення даного письмового проекту, зважити, чи достатньо є зібраних

матеріалів, аргументів на користь притушення. Це допоможе зрозуміти, який ефект итіє на отримані в результаті написання поєднання.

Наступним етапом підготовки чорнового варіанта є складання проекту-відкриття, що дозволяє відкрити цюсі нове про предмет, будуючи і мету мовового поєднання. На цьому етапі нотатки перетворюються у речени, які потім групуються в абзаці. Часини написаного проекту розширяються і скорочуються, а гіпотеза-притушення перетворюється на енточне і потім твердження. В результаті складання проекту-відкриття з'являється текст, який итіє на перероблене і шліфувати в наступних чорнових варіантах.

Останнім етапом є складання описового проекту, метою чого є оцінка чорновий варіант твору та приладс його кінцевів. В описовому проекті коротко аналізується зміст можного або аль, його складові напітання, визначається, як розглянуті та вдосконалити кожен аль з тексту ділового документа. Необхідно продумати, як можна факти чи порівняти статистичні дані, які приклади використати.

Отже, складання чорнового варіанта означає риюмування зібраних матеріалів, компонування і логічне поєднання речень та абзаці, тобто створення підібного, завершеного тексту. Складання чорнового варіанта отримує підготовку графічних матеріалів, ілюстрацій, схем, таблиць итіво. Наочні засоби, які служать так званий "візуальнік" [6, 396] тексту, допоможуть скоротити довгі вербальні ідеї, краще сприяти і зрозуміти суть викладеного матеріалу.

Щоб розібрати нове бачення написаного, щоб побачити текст ділового документа під іншим кутом гору, щоб краще сформулювати думки й аргументувати твердження, проводиться редагування та викрення тексту.

Якщо в приладс написання відбувається втілення ідеї, то під час редагування і викрення тексту перевіряється її ефективність. Слід проложити кожну деталь представленого матеріалу, – від абстрактних притущень до конкретних одинок, провести "ретельаній аналіз, відбір та перероблення викладеного для дослідження логічної та статистичної завершеності" [6, 95], а не інші випадкові чи звичайні граматичні та інші моменти. На цьому етапі потрібно відзначити, наскільки глибоко викітено предмет мовового поєднання аль дослідження, чи досягнуто мети написання документа, чи логічні переходи між різними його частинами.

Редагування і викрення тексту – це переважно інтуїтивний приладс, який несподівана думка надихає перестановки абзаці, замінити слова, по-новому з'явити частини речени. Куму того, це – рекурсивний процес: автор, як художник, постійно відступає назад, щоб побачити весь твір, а потім покращує якесь деталь і сногтерігається, як відсвінна деталь змінює всю колишню помо твору. Редагування і викрення тексту ділового документа – це логічний процес, оскільки спершу відбувається виправлення форми і слово, а потім – дрібніші непотрісні (такі як синтаксис чи вибір слів). Загалом, це – творчий процес, який вимагає багато часу і зусил, але дозволяє зробити кінцевий мововий продукт з начини кропотом.

Для вичитки остаточного варіанта ділового документа бажано залишити сторонніх чиєвів, які критично оцінюють створений текст, побачати його вали і недоліки та запропонувати свої ідеї, щоб зробити мовний продукт дієжурок, суперників, гостів. Такий інтерактивний приладс роботи итіє отримані фундаментальні якісні зміни в тексті написаного. Діловий документ – це фактологічний, об'єктивний, побалансний емоційного забарвлення текст, тому ділиться ще раз звірти ітіє результатів проведеного дослідження, цитати, статистичні матеріали итіво. Ваум критично оцінити написані, помінявши від заготовка і закінчуючи сногком використання джерел. Ділиться кілька разів прочитасти виправлеалі, відредактований, викреній матеріал – можливо, його ще ітіє на вдосконалення.

Отже, ретельне дотримання всіх етапів – планування, складання чорнового варіанта, редагування та викрення тексту – у процесі підготовки та написання ділових документів допоможе усажано виконати "закінчи на продукування мовесного мовлення мовового поєднання" [2, 19]. Всі етапи можна пройти в лінійній послідовності, проте не вказуючи, що в будь-який момент написання її доведеться суміщати, щоби зробити текст ділового документа чітким, змістови, посічним і послідовним.

ЛІНГВОДИАКТИКА

Таким чином, розуміючи суть процесів планування, створення та написання ділових документів, можна правильно використовувати різноманітні документи ділової комунікації, що у свою чергу допоможе досягти успіху в бізнесі чи іншій сфері діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Іванова І. Метод конкретних ситуацій ("Кейк-стаді") у формуванні професійних навичок менеджерів // Вісник КНТЕУ. – 2001. – №1. – С.112-124.
2. Кривкоєва Г.Ф. Інтерактивне навчання іншомовних писемного мовлення студентів міжнародних спеціальностей // Іноземною. – 2002. – №3. – С.17-20.
3. Петрова О.В. Дієві настройки професіоналізації навчання іноземних мов на етапі гідемонічного освіти // Вивчення іноземної мови державними службовцями як засіб інтеграції України в Європейське Співтовариство: Матеріали науково-практичної конференції. 25 липня 2002 р. – Харків, 2002. – С.132-133.
4. Скуратівська Г.С. Англійське письмове спілкування між студентів економічних спеціальностей. – луцько: Академія ДПС України, 2000. – 60 с.
5. Скуратівська Г.С. Методичні розробки міжнародного письмового професійного мов між студентів фінансово-економічних спеціальностей // Іноземною. – 2002. – №2. – С.25-26.
6. Усиковська С.Г., Успенська В.О. Система вправ з розширення азора творчого письма // Автогалані проблематики вивчення іноземних мов у школі: Збірник наукових праць. – Вип. 1. – Донецьк: Бібл-во ДонНДУ, 1999. – С.94-100.
7. Устюженко О.М. Система вправ міжнародного створення фахової документальної експресії мовою студентів фахультетів зоноспеціальності // Іноземною. – 2002. – №3. – С.25-30.
8. Bovee, Courtland L., and John V. Thill. Business Communication Today. – New York: McGraw-Hill, Inc., 1992. – 659 p.
9. Trimmer, Joseph F., and Jacobs M. McCrimmon. Writing with a Purpose. 9th Edition. – Вонгти: Houghton Mifflin Company, 1988. – 524 p.
10. Vick, Gretchen N., and Jeannette Wortman Gildorf. Business Communication. Burr Ridge, IL: Business One Irwin, 1994. – 613 p.