

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Західноукраїнський національний університет
Соціально-гуманітарний факультет
Кафедра інформаційної та соціокультурної діяльності

РЕШІТКО Сніжана Іванівна

**Корпоративний етичний кодекс у документно-
лінгвістичному та інформаційному аспектах / Corporate
code of ethics in documentary, linguistic and informational
aspects**

спеціальність: 029 – Інформаційна, бібліотечна та архівна справа
освітньо-професійна програма – Документознавство та інформаційна діяльність

Кваліфікаційна робота

Виконала студентка групи
ДІДм-21
С.І. Решітко

Науковий керівник:
проф. М. Копніцьки

Кваліфікаційну роботу допущено
до захисту:

« ____ » _____ 20__ р.

Завідувач кафедри

_____ І.Р. Недошитко

ТЕРНОПІЛЬ - 2022

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ДОКУМЕНТНИЙ АСПЕКТ КОРПОРАТИВНОГО ЕТИЧНОГО КОДЕКСУ

- 1.1. Роль та місце етичного кодексу у корпоративній культурі
- 1.2. законодавство України як правова основа кодексу
- 1.3. Етичний кодекс у розрізі суміжних документів

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. ДОКУМЕНТНО-ЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ ЕТИЧНОГО КОДЕКСУ

- 2.1. Модель офіційно-ділового стилю
- 2.2. Лексичні особливості
- 2.3. Фразеологічні особливості
- 2.4. Граматичні особливості
- 2.5. Текстові особливості

Висновки до розділу 2

РОЗДІЛ 3 ІНФОРМАЦІЙНИЙ АСПЕКТ КОРПОРАТИВНОГО ЕТИЧНОГО КОДЕКСУ

- 3.1. Типи інформації в етичному кодексі
- 3.2. Питання розробки етичного кодексу

Висновки до розділу 3

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ВСТУП

Наприкінці ХХ - на початку ХХІ століття Україна вступила в новий етап культурно-історичного розвитку – інформаційний. Обсяг знань збільшується в геометричній прогресії, тому виникає проблема їх зберігання та пошуку. При цьому цінність отримує не тільки сама інформація, а й евристичні компетенції. Однією з наук, що виникли у ХХ столітті і безпосередньо пов'язаних з інформаційним полем є документознавство. Його історія йде в глибину століть і пов'язана з появою перших способів кодування знання. З розвитком ділових відносин людини, писемності починає формуватися документування. Спочатку воно розвивалося виключно як прикладна область. І лише у ХХ столітті цей напрямок отримує теоретичне обґрунтування. Коло основних питань, що стали об'єктом розгляду, замикався формально та процесуальною стороною документа. Новий імпульс документознавства отримує при переході науки в антропоцентричну парадигму. Для дослідників актуальним стає питання функціонування документа у процесі комунікації, вивчення позицій адресанта та адресата. Змінюється контекст розгляду носія інформації: він осмислюється на культурологічному фоні. Документознавство набуває статусу синкретичного науки: лінгвісти, історики, психологи, культурологи, соціологи, інформаційні технології звертаються до документа не тільки як до джерелу знання, а й як до продукту ментальної діяльності. Особливу хвилю становлять проблеми, пов'язані з оптимізацією документообігу, формуванням електронного середовища.

Ділова комунікація України на межі століть значно змінюється. Це відбувається під впливом ринкових відносин. Створюється культура ділового спілкування. У зв'язку з цим виникають нові види документів, які набувають швидкого поширення через свою затребуваність. Сьогодні відбувається активне запозичення стандартів західної професійної культури. Зміна ідеологічної системи призвела до перерозподілу управлінських функцій у створенні. Так, моніторинг моральних відносин взяли етичні комісії та комітети. Однак слід відзначити, що цей процес ведеться непланомірно та стихійно.

У сучасному українському документообігу з'явився новий документ – етичний кодекс. Поступово він став невід'ємною частиною корпоративної культури професії чи організації. Формування цього кодексу відбувалося багато в чому стихійно. Варто зазначити, що цей процес ще досі триває.

Здійснення документознавчих досліджень у рамках антропоцентричної парадигми ставить перед вченими цілу низку проблем: мало оформлений понятійний апарат, прийоми вивчення матеріалу.

Описана ситуація визначає актуальність запропонованого дослідження, що полягає:

- у комплексних дослідженнях властивостей, класифікаційних критеріїв етичного кодексу як документа, джерела та носія інформації, класифікаційних критеріїв;

- у важливості уточнення понятійного апарату документознавства;

- у необхідності визначення ефективності методів, застосовуваних в інших науках, під час проведення документознавчих досліджень, а також апробації та верифікації власне документознавчих прийомів вивчення.

Об'єктом дослідження є етичний кодекс, предметом – його формальна (формуляр документа, використовувані мовні засоби) та інформаційна сторона (концепти, культурні установки, стереотипи та ін), а також особливості функціонування.

Мета – комплексне дослідження етичного кодексу документно-лінгвістичному та інформаційному аспектах. Поставлена мета досягається шляхом вирішення низки завдань:

- розглянути формуляр етичного кодексу, провести його зіставлення з іншими документами;

- вивчити мовні особливості цього документного тексту;

- дослідити інформаційний аспект кодексу,

- визначити етапи проектування документа.

Матеріалом дослідження стали близько 50 кодексів здебільшого українських професійних корпорацій та організацій. Джерелами були матеріали сайтів та архіви підприємств та установ.

Методологічною та теоретичною основою дисертаційного дослідження є фундаментальні праці у галузі філософії мови (Л. Вітгенштейн, А.Ф. Лосєв, Г.Л. Чайка); когнітивної лінгвістики (Н.Ф. Алефіренко, А.Г. Баранов, Н.М. Болдирєв, В.Б. Гольдберг, В.З. Дем'янков, Є.С. Кубрякова, І.А. Стернін, З.Д. Попова та ін); лінгвістики тексту (В.В. Виноградов, Л.Г. Бабенко, Н.С. Болотнова, І.Р. Гальперін та ін); дискурсивного аналізу (Н.Д. Арутюнова, В.Г. Борботько, Т. Ван Дейк, В.І. Карасік, М. Пешо, К. Фукс, П. Серіо та ін); лінгвістичної прагматики (Н.Д. Арутюнова, П. Грайс, Р. Лакофф, Дж. Ліч, Ю.М. Лотман, Дж. Остін, Є.В. Падучова, Дж. Серль, Р. Якобсон та ін); лінгвокультурології (Т.М. Рудакова, Є.В. Брисін, В.І. Карасік, Ю.М. Лотман, Ю.С. Степанов, Г.В. Токарев); функціональної стилістики (І.В. Арнольд, Л.Ю. Буянова, В.В. Виноградов, М.М. Кожина, М.В. Косова, Д. Кристал, С.П. Кушнерук, Є.А. Попова, В.В. Одинцов, Е.Г. Різель, Є.С. Троянська, Н.А. Тулікова, Ст Фляйшер); дослідження мовної особистості та мовної свідомості (Л.Ю. Буянова, В.І. Карасік, Г.П. Німець); теорії мовних жанрів (А.Г. Баранов, М.М. Бахтін, А. Вежбицька, В.В. Дементьєв, К.А. Долінін); семантики мовних одиниць (Л.Ю. Буянова, А.П. Василенко, М.В. Нікітін, Л.А. Новіков, В.М. Телія та ін), роботи з документознавства та документної лінгвістики (Ю.І. Палеха, М.В. Косова, Т.В. Кузнєцова, С.П. Кушнерук, М.В. Ларін та ін.).

Поставлені завдання було вирішено за допомогою наступних методів та прийомів: описи, зіставлення, порівняння, які застосовувалися щодо ознак і властивостей формальної та змістовної сторони етичних кодексів; компонентного, морфологічного, синтаксичного, стилістичного аналізу, що використовуються при описі лінгвістичних властивостей розглянутого документа; концептуального, фреймового та сценарного аналізу, що дозволили встановити його інформаційну специфіку; прийомів анкетування щодо особливостей проєктування.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що у роботі вперше реалізовано комплексний підхід до опису етичного кодексу, встановлено специфіку жанру етичного кодексу; узагальнено відомості про ступеня стандартизації його формуляра, вивчено властивості даного документа як

джерела інформації; виявлено його відмінні лінгво-комунікативні ознаки. Етичний кодекс розглянуто у функціональному аспекті, визначено його зв'язки з іншими документами. Новим є використання лінгвістичних та когнітивних методик у аналізі тексту кодексу.

Теоретична значущість роботи у тому, що у ході вивчення етичного кодексу розширено теорію ділового спілкування, уточнено поняття виду документа, розглянуто функціональні ознаки та властивості етичного кодексу, описаний його формуляр, мовні одиниці, що використовуються в кодексі, досліджено їх функціонально-семантичні особливості, визначено інформативну специфіку документа.

Практична значимість дослідження у тому, що його результати можуть бути використані при складанні професійних етичних кодексів, у викладанні курсів документознавства, документаційного забезпечення управління, стилістики, документної лінгвістики, професійної етики, теорії комунікації, ділового спілкування, лінгвокультурології, організаційного проектування. Матеріали роботи можуть представляти інтерес для психологів, соціологів, культурологів.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел з 91 найменувань. Обсяг дипломної роботи складається з 00 сторінки, з них основна частина роботи – 000 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ДОКУМЕНТНИЙ АСПЕКТ КОРПОРАТИВНОГО ЕТИЧНОГО КОДЕКСУ

1.1 Роль та місце етичного кодексу у корпоративній культурі

Етичний кодекс є сучасним атрибутом професійної етики, основи якої були закладені в античності (наприклад «Клятва Гіппократа») та розвинені в середньовічній Європі, у період формування цехової культури, диференціації суспільної праці. Професійну етику можна віднести до рольової, оскільки вона відбиває систему норм поведінки людей окремої професії. Даний вид моралі охоплює як міжособистісні стосунки (по лініях керівник «-» підлеглий, колега «-» колега, працівник «-» клієнт), так і відносини між організацією та державою, суспільством, іншими підприємствами.

У другій половині ХХ століття з'являється термін корпоративна культура, під яким слід розуміти систему цінностей та їх репрезентантів у тій чи іншій організації. Корпоративна культура може розвиватися свідомо чи стихійно. Наукове обґрунтування цього явища починається з робіт М. Вебера, який розглядав особливості зародження у процесі виробництва особливої, самоорганізується культури, що генерує етичні принципи. Корпоративна культура має знаковий та ментальний вимір. Знаковий простір представляють передусім системи документів, символіка організації, дрес-код, поведінкові практики (наприклад, службовий етикет, форми спільного дозвілля, ритуали), міфи організації та ін. Ментальне – уявлення, стереотипи, установки, концепти, цінності.

Поняття організаційної та корпоративної культури розглядаються як тотожні або гіпергіпонімічні [79]. На думку М.М. Могутнової, дані явища існують не окремо один від одного, а перетинаються. Ми вважаємо, що одним із матеріально виражених об'єктів цього перетину є етичний кодекс, оскільки він є продуктом документаційного управління організацією, а також відображає систему її цінностей.

У науці є спроби розмежування корпоративної та організаційної культури. Так, Н.М. Могутнова пропонує під організаційною культурою розуміти структуру організації, специфіку її документаційного управління: накази, статuti та ін. Корпоративна культура охоплює цінності тої чи іншої професійної спільноти. [69]. Така диференціація видається нам об'єктивною.

А. Аверін дає таке визначення корпоративної культури: «Корпоративна культура є складним соціокультурним явищем, заснованим на цінностях «спільної долі», професіоналізму, самовираження та саморозвитку, творчості, «співучасті» особистості діяльності сучасної корпорації та суспільства... Соціокультурної середовищем виникнення, розвитку та функціонування корпоративної культури виступає постіндустріальне суспільство, в рамках якого знання, інформація та «людський капітал» набули домінуючого значення у виробничій та господарській діяльності. Корпоративна культура забезпечує ефективність розвитку інтелектуальної та духовної енергії кожного учасника постіндустріального виробництва» [1]. Як бачимо з запропонованої дефініції, місія корпоративної культури виражена в інтеграції людей професійної сфери, їхній творчий розвиток. Корпоративна культура позиціонується як феномен постіндустріального суспільства.

Різноаспектне визначення корпоративної культури знаходимо у В.В. Разменова: «Корпоративна культура – це: 1) соціальна підсистема, що має складну структуру, що включає в себе раціональні та ірраціональні елементи, покликана виконувати функції, пов'язані з орієнтацією та інтеграцією людей та колективів; 2) соціокультурний феномен, який тісно взаємопов'язаний з особистістю та суспільством, але має свої межі та специфіку; 3) форма вираження професійної самосвідомості, корпоративного духу, заснована на загальноприйнятих моральних та етичних колективних нормах та цінностях; 4) фактор соціального перетворення та адаптації до зовнішніх умов, виявляється, зокрема, як самоорганізована сила, протистоїть стихійному початку. [76]. Важливим для нас у цьому визначенні є виділені дослідником ознаки та функції корпоративної культури, їх можна спроектувати на етичний кодекс як одну з форм матеріального вираження цієї культури. До найважливіших ми відносимо

функції орієнтації, інтеграції, диференціації, адаптації людей, вираження тієї чи іншої аксіології. Етичний кодекс містить орієнтири для працівників у професійних ситуаціях, він виділяє цю професійну групу, що сприяє згуртуванню людей усередині неї.

Огляд підходів до корпоративної культури знаходимо у роботі Є.В. Чернець. Автор показує, що це явище розглядається як «набір певних ціннісних уявлень, характеристик, символів (Сате, Блінов, Василевська, Журавльов, Віханський, Наумов, Рум'янцева, Добсон, Вільям, Уолтер, Шварц, Девіс, Мескон, Шейн, Мінцберг, Розенштіль, Пескейл, Етос, Голд, Дреннан); Модель, спосіб діяльності, поведінки та мислення (Харріс, Морган, Усманов, Джакус, Злобін); система норм, правил та ролей, які дозволяються членам спільності, що відповідають певним цінностям (Колос, Ріпка, Вейла, Кубр, Леметр, Козлов, Тесакова, Шефер); культура, яка пов'язана з вирішенням проблем організації, досягненням поставлених цілей та просуванням до успіху (Шекшня, Елдрідж, Кромбі, Соломанідіна)» [84].

Резюмуючи огляд різноманітних точок зору корпоративну культуру, Е.В. Чернець пропонує своє визначення даного явища: «система норм, правил та ролей». Наведені цитати яскраво відбивають той факт, що найбільш добре вивчені матеріальні аспекти корпоративної культури: символіка та поведінкові практики. У жодному з ухвал не відображено зв'язок етичного кодексу та корпоративного культури. Розгляд даних підходів значимо визначення змістовної специфіки етичного кодексу як документа, з'ясування його завдань.

До основних функцій корпоративної культури можна віднести наступні.

1. Функція адаптації, що допомагає людині пристосуватися до професійного середовища.

2. Функція інтеграції, яка виражається в об'єднанні людей у єдину команду.

3. Функція оптимізації, що виявляється в тому, що корпоративна культура допомагає колективу ефективно вирішувати професійні завдання.

4. Функція ідентифікації полягає в тому, що корпоративна культура відрізняє одну культуру від іншої.

5. Функція акумуляції, що полягає у накопиченні та збереженні корпоративною культурою цінностей організації.

6. Функція регуляції, суть якої полягає у виробленні норм поведінки для працівників.

Усі перелічені функції можуть бути приписані і до етичного кодексу як елемент корпоративної культури.

Культурні особливості етичних кодексів наголошує у своєму дослідженні Є. Соколовська: «Загалом західноєвропейські кодекси значно більше звертаються до проблем взаємовідносин зі службовцями, ніж американські. Ця тема зустрічається у всіх європейських і лише 55% кодексів США. Якщо в Америці до суспільних проблем та питань охорони навколишнього середовища звертаються 42% кодексів, то у Західній Європі – 65%. На цьому підставі можна зробити такий висновок: американська ділова етика більше повернена до клієнтів, а європейська – до службовців та суспільства загалом» [78].

Як вказує Є. Соколовська, «Перші корпоративні етичні кодекси виникли США на початку ХХ в. У них виражалось кредо тієї чи іншої компанії. Ініціаторами та авторами їх створення були здебільшого представники вищої управлінської ланки. Текст затверджувався радою директорів фірми. Кодекси в основному стосувалися менеджерів, а чи не всіх співробітників. Покарання передбачалися за такі порушення: пропозиція хабара та згода його отримати; присвоєння дорогих подарунків; прийняття рішень, які відповідають особистим інтересам; непоступливість у конфліктних ситуаціях; заподіяння шкоди репутацію компанії; ведення протизаконної політичної діяльності; невиправдане завищення чи заниження ціни; пряме або непряме використання конфіденційної інформації в корисливих цілях; фальсифікація даних про стан справ на фірмі; неетичне поведінка. В індустріальній та фінансовій сферах найбільш гостра проблемою було хабарництво, у страхових компаніях – конфлікт інтересів, а у сфері послуг найчастіше стикалися з питаннями подарунків та різного роду поступок» [78].

1.2 Законодавство України як правова основа етичного кодексу

Конституція України є основним законом країни. У статті 8 Конституції України говориться, що «Конституція України має найвищу юридичну силу. Закони та інші нормативно-правові акти приймаються на основі Конституції України і повинні відповідати їй. [63] Це означає, що зміст етичного кодексу не має суперечити статтям Конституції.

Розглянемо, які статті можуть спиратися укладачі етичного кодексу.

Стаття 3 проголошує людину, її права та свободи найвищою цінністю для країни, й покладає відповідальність за їх дотримання на державу. Ця стаття є основною при формулюванні цінностей організації, при розгляді рішень конфліктних ситуацій.

Статті 13 та 14 також можуть враховуватись при розробці цінностей етичного кодексу. Адже, ці статті констатують цінність природних ресурсів. Це є особливо важливим для етичної діяльності промислових організацій, які можуть завдавати шкоди довкіллю.

Особливу важливість для етичного кодексу становлять статті другий розділ Конституції України «Права, свободи та обов'язки людини та громадянина».

У статті 23 йдеться про те, що «Кожна людина має право на вільний розвиток своєї особистості, якщо при цьому не порушуються права і свободи інших людей, та має обов'язки перед суспільством...»

Зміст статей 28, 29, 30 також містить інформацію, щодо фундаментальних цінностей кодексу. Фіксується цінність гідності особистості, свободи, особистої недоторканності.

Для низки організацій (доприкладу медичні, педагогічні, правоохоронні) особливу важливість має стаття 28. У ньому зазначається, що людина не повинна піддаватися науковим дослідженням без добровільної згоди, катуванням, насильству. «Жодна людина без її вільної згоди не може бути піддана медичним, науковим чи іншим досліддам». [63]

При вирішенні складних етичних питань може бути використані статті 31, 32, у яких затверджується право людини на приватне життя. «Кожному гарантується таємниця листування, телефонних розмов, телеграфної та іншої кореспонденції.», «Кожному гарантується судовий захист права спростовувати недостовірну інформацію про себе і членів своєї сім'ї та права вимагати видалення будь-якої інформації...» [63]

Однією з ключових для етичного кодексу є стаття 43, оскільки нею проголошується право людини на працю. «Кожен має право на працю, що включає можливість заробляти собі на життя працею, яку він вільно обирає або на яку вільно погоджується». [63]

Важливими є зобов'язання роботодавця, пов'язані з дотриманням умов праці, рівним ставленням до співробітників, неможливістю примусу до праці. Роботодавець зобов'язаний надавати можливість реалізації права на відпочинок. У цій статті декларується право на трудові страйки, що виникають через конфліктних ситуацій. Вирішення таких конфліктних ситуацій може стати компетенцією етичних комітетів організацій.

Стаття 42 окреслює права громадян на підприємницьку діяльність. Також, ця стаття важлива для визначення відносин з конкурентами.

Стаття 46, містить інформацію про соціальні гарантії держави перед громадянами. Частину цих гарантій може взяти на себе підприємство. «Громадяни мають право на соціальний захист, що включає право на забезпечення їх у разі повної, часткової або тимчасової втрати працездатності, втрати годувальника, безробіття з незалежних від них обставин, а також у старості та в інших випадках, передбачених законом.» [63] У статті 49 йдеться про забезпечення охорони здоров'я громадянина, медичне страхування.

Стаття 54 фіксує права людини на участь у культурному житті країни, на творчість. Ця стаття особливо цікава для представників творчих професій, викладачів. Крім того, в статті визначається ставлення суб'єктів держави до пам'яток історії та культури.

Ще одним фундаментадним документом, яким слід послуговуватися, при укладанні корпоративного етичного кодексу є Закон України «Про правила

етичної поведінки» від 16.04. 2015 р. У цьому Законі визначено керівні норми поведінки осіб, уповноважених на виконання функцій держави або місцевого самоврядування, під час виконання службових повноважень та порядок притягнення їх до відповідальності за порушення таких норм.

Цілком обґрунтоване правове регулювання відносин щодо етичної поведінки таких суб'єктів, як:

- Президент України;
- Голова Верховної Ради України;
- народні депутати будь-якого рівня;
- державні службовці;
- професійні судді;
- військовослужбовці Збройних Сил України;
- посадові та службові особи прокуратури та ін.

Правила етичної поведінки, що встановлені статтями 5-17 Закону:

- законність;
- пріоритет інтересів та недопущення конфлікту інтересів;
- політична неупередженість;
- толерантність;
- утримання від виконання незаконних рішень і доручень;
- недопущення отримання неправомірної вигоди чи подарунка.

(пожертвування) та інші є правовою основою кодексів або стандартів поведінки зазначених суб'єктів. [9]

Варто зазначити, що при укладанні етичних кодексів можуть опиратися й на інші нормативні документи, закони України, інструкції та ін. Проте, вони не є фундаментальними, та залежать від сфери діяльності організації для якої укладається кодекс.

Таким чином, Конституція України закладає фундамент аксіологічної основи етичного кодексу, а також формулює пріоритети під час вирішення конфліктних ситуацій. До головних цінностей, відповідним інтенціям етичного кодексу, відносить такі: людина, свобода, толерантність, достовірність інформації, віросповідання, праця, здоров'я, сім'я, природа, чесна конкуренція,

заохочення творчості, охорона пам'яток культури та історії. Ще одним важливим документом є Закон України «Про правила етичної поведінки», який регулює етичні норми поведінки громадян, які діють від лиця держави.

1.3 Етичний кодекс у розрізі суміжних документів

Корпоративний етичний кодекс являє собою організаційний документ. У наукових джерелах зазначається, що організаційні документи закріплюють конкретні функції, права та обов'язки органів управління на тривалий час. Вони служать для організації, упорядкування та погодження будь-якої діяльності. Також, дають змогу створити узгоджену програму дій, згуртувати людей, підрозділи, установи для досягнення спільної мети, надавши їм діяльності планомірного та злагодженого характеру. Відповідно з розробкою організаційних документів починається не лише функціонування закладу, а й регламентована законодавством управлінська діяльність. [73]

Розглянемо етичний кодекс у ряді суміжних, організаційних документів, а саме статуту організації та посадової інструкції. Очевидно, що кожен із них має змістовну та формальну специфіку.

Особливості статуту розглянемо з прикладу «Типового статуту громадської організації»

Документ рубковано. Складається з розділів «Загальні положення», «Мета, цілі організації», «Члени організації, їх прова та обов'язки», «Органи управління організацією», «Кошти та майно організації, джерела надходження», «Порядок внесення змін та доповнень до статуту», «Порядок реорганізації та ліквідації організації». Кожен розділ має внутрішню рубрикацію.

Основною інтенцією документа є ідентифікація організації (її назва, місце знаходження) та визначення правового статусу (документів, на основі яких провадиться діяльність), засновників. Наприклад: «Громадська організація «Центр соціальної безпеки та регіональних ініціатив» (надалі Організація), є громадським об'єднанням, що створене за рішенням Установчих зборів від 03 березня 2015 року Протокол № 1. Організація здійснює свою діяльність

відповідно до Конституції України, Закону України «Про громадські об'єднання», чинного законодавства України, а також цього Статуту.» [80]

Констатуються принципи функціонування організації:

«Організація створена на невизначений термін й діє на основі добровільності, самоврядності, вільного вибору території діяльності, рівності перед законом, відсутності майнового інтересу його членів, прозорості, відкритості та публічності.» [80]

У статуті декларуються цілі, завдання, права та обов'язки організації. Вона може представляти та захищати свої права, законні інтереси своїх членів, а також інших громадян в органах державної влади, органах місцевого самоврядування та громадських об'єднаннях.

Особливу увагу приділено членам організації, їх віковому та правового статусу. Детально описуються умови вступу до організації, від подання особою письмової заяви до Ради Організації, до процедури виключення з Організації.

Вказуються загальні права та обов'язки членів організації.

«Члени Організації зобов'язані:

- дотримуватись вимог цього Статуту, внутрішніх положень та актів Організації, які приймаються та затверджуються статутними органами Організації в межах їх повноважень;

- виконувати рішення Загальних зборів Організації та рішення інших статутних органів, які приймаються в межах їх повноважень;

- виконувати взяті на себе у встановленому порядку зобов'язання, що стосуються участі в діяльності Організації...»

Описано загальний порядок керівництва організацією, управлінська структура: вищі та виконавчі органи. Наприклад, «Загальні збори членів Організації – вищий орган управління Організації». [80]

Фіксуються матеріальні аспекти діяльності організації.

Визначаються умови зміни змісту документа.

Таким чином, статут виконує констатуючі, декларуючі функції, що відображає фактуальну інформацію. Важливою інтенцією статуту є ідентифікація організації, фіксація загальних засад її діяльності та управління.

Права та обов'язки документовані в загальному вигляді. Головним об'єктом опису в тексті є організація в загалом та аспекти її діяльності. Сценарний виклад мають питання, пов'язані із загальним управлінням та ліквідацією організації.

[73]

У статуті можуть бути використані такі реквізити:

- гриф затвердження документа;
- емблема організації;
- код організації;
- найменування організації;
- найменування виду документа;
- дата документа;
- посилання на реєстраційний номер та дату документа;
- місце складання або видання документа;
- текст документа;
- відмітка про державну реєстрацію.

Статут є обов'язковим документом у документаційному управлінні організації, тому його складання та оформлення, як правило, приділяється пильна увага.

Етичний кодекс, на відміну статуту, немає жорсткої структури та типового змісту. Як ми змогли побачити вище, інформація, зафіксована у кодексі, може мати ситуативний чи декларативний характер. Кодекс не має фіксованого набору реквізитів, що знижує його правову вагу. Цей документ можна віднести до допоміжним, другорядним, що включає інформацію «для відомості». Перелічені характеристики пояснюються тим, що зазначений документ є у системі організаційної документації не всіх корпорацій. Етичні кодекси існують найчастіше номінально. Якщо статут більшою мірою орієнтований на організацію, то етичний кодекс – її членів. Основна інтенція – визначення професійної поведінки співробітників з погляду моралі.

У той же час етичний кодекс має ряд загальних ознак статутом. Він може бути структурований. У його змісті може бути представлені розділи Цілі організації, Місія організації. І статут, та етичний кодекс належать до

документів, створюваних в умовах колегіальності, оскільки вони обговорюються на нарадах, зборах та приймаються більшістю голосів. Обидва документи організовують діяльність підприємства. Однак статут спрямований на правове поле, кодекс – на соціальне, етичне та іміджеве.

Порівняємо етичний кодекс із посадовою інструкцією.

Ю. І. Палеха дає таке визначення посадовій інструкції: «це організаційно-правовий документ, у якому визначено основні завдання, обов'язки, права і відповідальність працівника при виконанні ним роботи на певній посаді. Це документ, що визначає організаційно-правове становище працівника у структурному підрозділі і забезпечує умови його ефективної праці». [73]

Наприклад розглянемо посадову інструкцію діловода.

Цей документ рубрикований. Складається з наступних розділів: «Загальні положення», «Завдання та обов'язки», «Права», «Відповідальність». У середині розділів також виділяються підрозділи. У «Загальних положеннях» визначено мету документа, умови призначення на посаду, компетенції спеціаліста. «Призначення на посаду діловода та звільнення з неї здійснюється наказом директора підприємства за поданням із дотриманням вимог Кодексу законів про працю України» [74]

Другий розділ «Функціональні обов'язки» укладає найбільше суттєву інформацію. У цій частині визначаються межі професійної діяльності документознавця. Наприклад:

«Діловод виконує такі посадові обов'язки:

- Приймає і реєструє кореспонденцію, направляє її в структурні підрозділи.
- Відповідно до резолюції керівників підприємства передає документи на виконання,
- оформляє реєстраційні картки або створює банк даних.
- Веде картотеку обліку проходження документальних матеріалів, здійснює контроль над їх виконанням, видає необхідні довідки по зареєстрованих документах.
- Відправляє виконану документацію по адресатам...» [74]

Далі зазначаються права, обов'язки, умови роботи. Як бачимо з змісту посадової інструкції, у ній не відображено питання етики професійної поведінки. Формуляр інструкції містить наступний набір офіційних реквізитів:

- гриф затвердження документа;
- найменування організації;
- найменування виду документа;
- дата документа;
- заголовок до тексту;
- текст документа;
- підпис;
- гриф погодження документа;
- візи погодження документа.

Для стилю посадових інструкцій характерна імперативність, конкретність, агентивність, сценарність, що репрезентується пасивною заставою дієслів-присудків (На посаду діловода призначається особа, яка відповідає таким вимогам: освіта - вища, неповна вища або середня спеціальна, стаж аналогічної роботи від півроку), вживанням дієслів у формі теперішнього часу (приймає та реєструє); словами з семантикою повинності (повинен, забезпечує зручний та швидкий пошук документів), використанням ключового іменника, який називає посаду, у формі однини у значенні множинного, перерахування. Основною інтенцією посадової інструкції є опис професійних компетенцій, визначення меж їх застосування.

Таким чином, посадова інструкція відображає професійну діяльність тільки однієї складової з кадрового розмаїття організації. Етичний кодекс може бути співвіднесений як з окремою посадою, так і бути єдиним для всієї організації. Другий варіант є, на наш погляд, більш правильним, оскільки у кодексі мають розглядатися правила етики професії, а не посади.

Не слід розрізняти етичні вимоги до поведінки бармена, офіціанта, чергового залу. У таких випадках ми відзначаємо вплив посадової інструкції на етичний кодекс. Складання етичного кодексу для окремо взятої посади може

бути пояснено специфікою професійної діяльності, особливими умовами, які можуть штовхнути людину на неетичний вчинок.

Отже, відмінність інтенцій етичного кодексу від завдань статуту та посадової інструкції визначає змістовну та формальну специфіку даних документів. Мета статуту – констатувати існування організації, визначити її статус, місію. Посадові інструкції покликані відобразити, що має робити людина, які права він має, яка міра його відповідальності. Етичний кодекс відображає правила моральної поведінки, які встановлюються в організації, застосовні для тієї чи іншої професії чи посади. Зміст документа, його правова значущість визначають особливості формуляра. Зазначимо, що другорядність етичної сторони діяльності в організації стає поясненням відсутності строгого формуляра та необов'язковістю цього документа в документаційній системі організації.

Висновки до розділу 1

Етичний кодекс є історично сформованим колективний, невизначено орієнтований жанр офіційно ділового стилю, що характеризується специфічною комунікативно-прагматичною установкою зафіксувати норми корпоративного поведінки, сформулювати єдині критерії його оцінки, професійно об'єднати людей.

Конституція України закладає фундамент аксіологічної бази етичного кодексу, а також формулює пріоритети при вирішенні конфліктних ситуацій. До основних цінностей, що відповідають інтенціям етичного кодексу, головний закон України відносить такі: людина, свобода, толерантність, достовірність інформації, віросповідання, праця, здоров'я, сім'я, природа, чесна конкуренція, благодійність, заохочення творчості, охорона пам'яток культури та історії.

Етичний кодекс, будучи одним із видів документаційного управління організацією, відбиває систему її цінностей. Корпоративна культура виконує функції адаптації, інтеграції, оптимізації, ідентифікації, акумуляції, регуляції, що знаходять своє вираження у етичному кодексі. Етичний кодекс усвідомлюється як форма соціальної відповідальності бізнесу, показник ступеня розвиненості

корпоративної культури. Він повідомляє правила поведінки членам професійної спільноти. Для щоб етичний кодекс міг реалізувати свою основну інтенцію, необхідно, щоб він був інформативним, істинним, релевантним навколишньої дійсності, ясним і зрозумілим.

Комунікативно-прагматичне встановлення етичного кодексу можна визначити як повідомлення членам організації, в якому характеризуються норми поведінки. Метою цього повідомлення є об'єднання людей, вказівку на вимоги до єдиної оцінки їхньої практики. Комунікативно-прагматичний розрахунок у тому, що це члени корпорації поводитимуться певним чином.

Етичний кодекс є первинним, виробленим, локальним, управлінським документом, що регулює моральну сферу функціонування організації.

Аналіз матеріалу показує, що укладачі етичних кодексів відступають від принципу достатності реквізитів у документі. В ньому можуть бути найменування організації (в окремих випадках воно включається в назву документа), дата, місце складання, гриф затвердження. Це пояснюється, по-перше, новизною документа, по-друге, відсутністю в сучасній Українській традиції, що регулює етичну поведінку організації.

Головна відмінність етичного кодексу від суміжних документів полягає в інтенціях, що визначають змістовні відмінності. Етичний кодекс відображає правила моральної поведінки, які встановлюються в організації, застосовні для тієї чи іншої професії чи посади. Зміст документа, його правова значимість визначають особливості формуляра.

РОЗДІЛ 2 ДОКУМЕНТНО-ЛІНГВІСТИЧНИЙ АСПЕКТ ЕТИЧНОГО КОДЕКСУ

2.1 Модель офіційно-ділового стилю

У сучасній науці існує безліч різноманітних визначень поняттю стилю. Наприклад: стиль роботи, сучасний стиль, стиль керівництва, архітектурний стиль, молодіжний стиль тощо. В перекладі від латинської слово стиль *Stilus* перекладається як паличка для письма.

У мовознавстві термін «стиль» використовують для дослідження мови та мовлення. З точки зору мови стиль – це сукупність мовних засобів. З точки зору мовлення – це набір функціонуючих мовних одиниць.

Кожен стиль має:

- сферу поширення та використання (коло мовців);
- функціональне призначення (регулювання відносин, повідомлення, вплив, спілкування тощо);
- характерні ознаки (форма і спосіб викладу);
- систему мовних засобів і стилістичних норм (лексика, фразеологія, граматичні форми, типи речень тощо). [72]

За основними функціями мови виділяють такі функціональні стилі: науковий, публіцистичний, художній, розмовний та офіційно-діловий. У полі зору нашого дослідження – офіційно-діловий стиль.

Для будь-якої інформації потрібна мова, на якій вона буде записана, передана і сприйнята. Цей складний процес можна здійснити за допомогою спеціальної термінології – основної складової будь-якого функціонального стилю.

У різних сферах життя – економічній, соціально-політичній і культурній – стиль ділового спілкування формувався під впливом потреби викладати факти з граничною точністю, стислістю, конкретністю, уникаючи двозначності.

«Офіційно-діловий стиль – це такий стиль, який обслуговує сферу офіційних ділових відносин переважно в письмовій формі. Ділові папери

бувають різноманітні за жанром і змістом, за обсягом і мовним вираженням. Більшість ділових паперів за своїм змістом зв'язані з діловою сферою спілкування, тож у мові і стилі документа індивідуально-особистий аспект не знаходить відображення.» [73]

Дамо загальну характеристику даному стилю. Офіційно-діловий стиль має переважно письмові форми. Конструктивним принципом стилю є регулятивність. Для нього характерні функціональні семантико-стилістичні категорії стандартизованості, документованості, категоричності викладу, розпорядження та ін. Комунікативним завданням стилю є повідомлення інформації, її фіксація з метою надання їй правової значущості. Важливим екстралінгвістичним фактором, що детермінує цей стиль, є область права, що наказує суспільству різні види норм, звідси дві основні функції текстів офіційно-ділового стилю: констатуюче-фіксуєча і наказово-регулятивна.

До основних стильових рис текстів офіційно-ділового стилю відносять такі:

- нейтральний тон викладу змісту;
- вживання слів тільки в їх прямому значенні;
- точність, яка не допускає інотлумачення, поєднується з лаконічністю та стислістю;
- регламентація тексту - тексти офіційно-ділового стилю поділяються на розділи, підпункти та ін.;
- документальність (кожен документ має свої реквізити. Це дозволяє економити стійкі традиційні форми);
- стандартизація виразів.

Мовні засоби офіційно-ділового стилю утворюють систему, в основі якої є специфічні одиниці трьох рівнів: лексичного, морфологічного та синтаксичного.

Слід розглянути загальні ознаки офіційно-ділового мовлення:

- у лексичному: використовуються стандартні вирази, спеціальна термінологія, стійкі словосполучення неемоційного характеру;
- у морфології: вживання дієслів недоконаного виду (у законах, статутах, кодексах), доконаного виду (у протоколах нарад, актах), короткі

прикметники, велика кількість прийменників і сполучників (згідно, відповідно із).

- у синтаксисі: ускладнені прості речення (відокремлені звороти, однорідні члени), а також складні речення. Це пов'язано з бажанням уникнути негативного ефекту, який може виникнути під час офіційного спілкування. [3]

Офіційно-діловий стиль є порівняно стабільним, закритим для впливу екстралінгвістичних факторів, що пояснюється стійкістю та консервативністю правових норм. При цьому стиль зазнає ряд змін, що пояснюється розвитком електронної комунікації та документообігу.

В даний час існує кілька підстилів офіційно ділового стилю:

- законодавчий;
- юридичний;
- адміністративно-канцелярський;
- дипломатичний.

Виділення підстилів повністю зумовлене екстралінгвістичними факторами, а саме неоднорідністю сфери управління та, зокрема, розподілом державної влади на сферу законодавства, правосуддя та менеджменту. Законодавчий підстиль використовується у сфері законотворчості, юридичний – юриспруденції (правоохоронної діяльності), адміністративно-канцелярський – у сфері управління, дипломатичний – у міжнародних відносинах. Кожен підстиль представлений своїми жанрами та стильовими рисами.

Число жанрів офіційно-ділового стилю досить широке. Крім екстралінгвістичної класифікації, можлива і власне мовна. У цьому випадку враховується форма та спосіб подачі матеріалу. Так, жанри можна поділити на усні та письмові; лінійні, трафаретні, анкетні, табличні. Жанр етичного кодексу слід зарахувати до письмовим, лінійним. Однією з тенденцій у жанрах є домінування нелінійних, що пов'язано, по-перше, з уніфікованістю ділового мовлення, по-друге, з типовими ситуаціями, що вимагають документування, а також прагненням максимально швидко створити документ, по-третє, з використанням комп'ютерної техніки. [72]

Таким чином, при розробці моделі стилю слід описати мовленнєву ситуацію, комунікативні завдання, конструктивний принцип, функціональні семантико-стилістичні категорії, стильові риси, Типові жанри. Розглянемо втілення функціональних семантико-стилістичних категорій стандартизованості, категоричності викладу, розпорядження, повинності, імперативності та ін. текстової поверхні етичного кодексу.

2.2 Лексичні особливості

Лексика є основним рівнем мови, що відобража стильову маркірованість. Етичні кодекси є неоднорідною системою, в якій можна виділити як декларативні, і ситуативні тексти. Різномасштабна інтенціональність стає причиною строкатого лексичного складу. Незважаючи на це можна виділити характерні лексичні зв'язки текстовий простір етичного кодексу.

Основним видом лексичних відносин є лексико-семантичні групи слів. Теорія лексико-семантичного поля була створена німецьким вченим І. Тріром, який вважав, що кожному понятійному полю відповідає своє семантичне, репрезентоване тією чи іншою групою слів. [15] Дослідники зазначають, що «семантичне поле - це «сукупність мовних одиниць, об'єднаних спільністю змісту та відображають понятійне, предметне або функціональна подібність явищ, що позначаються» [37]. Вчений виділяє такі ознаки поля, як:

- семантичні відносини між компонентами;
- системність;
- взаємна детермінованість одиниць, що входять у поле;
- автономність;
- континуальність, не дискретність.

Слова, що входять до семантичного поля, мають у своєму значенні одну або кілька тотожних сем. Статус цих елементів значення може бути різним: архісема (категоріально-лексична сема) або диференційна сема. Дані слова можуть мати різні грамемами, тому в семантичне поле можуть входити різні лексеми частин мови. Поле, як правило, структуроване лексико-семантичними

групами. Слова, включені до групи, мають тотожну категоріально-граматичної семи та архісеми. [37]

Найбільш значущими, повно репрезентованими групами етичних кодексів, є такі:

Суб'єкти ділового спілкування: персонал, колектив, співробітник, клієнт, керівник, держава, чиновник, службовець, партнер, інвестор та ін.

Норми: норма, закон, право та ін.

Соціальна оцінка: цивілізований, вільний, честь, гідність, репутація, ім'я, імідж та ін.

Етична оцінка: чесний, сумлінний, неперевірений, необ'єктивний, хибний та ін.

Види діяльності: протекція, хабар, корупція, ініціатива, інвестувати, конкурувати, обдурити, утиск, довіряти, бачити, зміцнювати, мінімізувати, оптимізація, тиск, обман, дотримання, захист, осуд, застереження, поважати, претензії, скарги, переговори, розбіжності, суперечки, протидіяти, лобіювання, дискримінація, шкода, конфлікт та ін.

Якісні характеристики поведінки: тактовність, гуманність, шляхетність, уважність, запобігливість, делікатність, ввічливість, коректність, щирість, справедливість, вимогливість, принциповість, обов'язковість, об'єктивність, неправомірність, законність, професіоналізм, незалежність, сумлінність, конфіденційність, інформування, доброзичливість, гласність, ефективність, нейтралітет, авторитет, компетентність та ін.

Способи діяльності: співпраця, контроль, легальний та ін.

Принципи діяльності: анонімність, свобода, самовіддача, прозорий, згода, конфіденційність, довіра, повага, визнання, солідарність, інноваційність, лідерство, продуктивність, ефективність, послідовність, раціонально, співробітництво, захищеність, безпека, амбіції, імідж:, мотивація, пріоритет та ін.

Матеріальні цінності: майно, засіб, пільги, компенсації та ін.

Аналізуючи лексичні особливості даного документа, ми хотіли б зазначити, що кожна складова Кодексу характеризується своїми лексичними

особливостями. Так, у вступі використовуються слова лексико-семантичних груп «Види діяльності», «Принципи діяльності», «Норми», «Соціальна оцінка». В основному використовується лексика семантичних груп «Суб'єкти ділового спілкування», «Соціальна оцінка», «Етична оцінка», «Види діяльності», «Якісні характеристики поведінки», «Способи діяльності», «Етичні принципи діяльності», «Зобо'язання», «Ключові цінності». Для заключної частини характерні слова семантичних груп «Суб'єкти ділового спілкування», «Види діяльності», «Відповідальність за дотримання положень кодексу».

Залежно від сфери застосування етичного кодексу специфіки професії в ньому можуть бути ширше представлені ті чи інші лексико-семантичні групи. Наприклад, у «Кодексі професійної етики працівника органу державної податкової служби України» робиться акцент на позитивній лексиці, що репрезентує якості якими має володіти людина, що працює в даній сфері: служіння народові, патріотизм, нейтральність та упередженість, справедливість. У «Кодексі етики та ділової поведінки АТ «УКРПОШТА»» виділено групу «Спецодяг та зовнішній вигляд». [61, 43]

Текстовий простір кодексу породжує специфічні синонімічні зв'язки. Наприклад: винагороди, подарунки, позички, послуги, відпочинок та ін. Дані види відносин можна охарактеризувати як квазісинонімічні. Так, як негативні, шкідливі для організаційної культури визнаються – тиск, чутки, шантаж, дискримінація.

Новизна жанру етичного кодексу найчастіше знаходить своє відображення у «стилістичних експериментах». Деякі роботодавці намагаються надати кодексу жартівливого характеру, зробити його доступнішим для розуміння, наблизити до життя.

Цим пояснюється факт стилістичного розмаїття, який, як правило, будується на невідповідності стильових компонентів, на неприпустимість вживання даного словозначення у тій чи іншій мовної ситуації, адже для етичного кодексу характерна офіційна мовна ситуація. Вживання розмовних слів у ній «прочитується» як порушення стильової норми. Так наприклад у кодексі корпоративної етики «Контінентал Фармерз Груп» використано безліч

ілюстрацій з використанням розмовної лексики: «Іване, брате, влаштуй мене до «контінентал!» та ін., які дисонують із текстом. На нашу думку, вони використовуються для того, щоб складна інформація стала зрозумілішою, щоб скоротити комунікативну дистанцію.

У ряді етичних кодексів зустрічаються комунікативні тактики, властиві мовної демагогії. Їх ми знаходимо у плеоназмах та тавтологіях. Наприклад, «...зобов'язання всіх професійних бухгалтерів бути відвертими та чесними в усіх професійних та ділових стосунках». [42] Значення слів відвертими та чесними дублюють одне одного. Чи «Дотримуватись букви і духу законодавства». [49] Слід дотримуватись законодавства, а не його духу.

Лексичну специфіку етичного кодексу становлять спеціальні слова, саме терміни. Під терміном ми, розуміємо «спеціальні слова, які називають наукові поняття і відбивають понятійну (т. до. є одиницями класифікації) і мовну (бо вони виникають не стихійно, а цілеспрямовано) системність» [82].

Термінам властиві такі ознаки:

- точність;
- однозначність;
- дефінованість;
- парадигматичність (сміслова автономність, необумовленість контекстом);
- відтворюваність;
- системність;
- нульова оціночність та емотивність;
- конвенційність (тобто загальноприйнятність вживання).

Оскільки в тексті кодексу використовуються ключові для документа терміни, укладачі надають певним словам дещо іншого значення, скорочують термін до одного чи двох ключових слів. Наприклад:

«Виробів медичного призначення і медичної техніки (далі – медична продукція).» [33];

«Конфлікт інтересів – будь-який вид стосунків, який не відповідає інтересам держави або може перешкоджати об'єктивному виконанню обов'язків працівника.» [61]

«Кодекс професійної етики працівника органу державної податкової служби України (далі – Кодекс) визначає правила (норми) етичної поведінки працівника органу державної податкової служби (далі – працівник).» [61]

«Контрагенти – фізичні особи, установи та організації, пов'язані з Компанією зобов'язаннями за загальним договором, та/або співпрацею в процесі їх виконання (клієнти, постачальники, підрядники, інвестори тощо)». [51]

«Ресурси для нас – це матеріальні активи (наприклад, грошові кошти, рухоме і нерухоме майно тощо) і нематеріальні активи Компанії (інтелектуальна власність, корпоративна репутація, оплачений співробітникам робочий час та інше).» [62]

Дають визначення складним та суміжним поняттям.

«Винагорода (подарунок) – матеріальні блага, послуги, пільги або інші переваги, у тому числі прийняття чи одержання предметів (послуг) шляхом їх придбання за ціною (тарифом), яка є істотно нижчою від їх фактичної (дійсної) вартості, а також вартість незаконно одержаних послуг, отриманих від громадян у зв'язку з виконанням своїх службових обов'язків.» [Кодекс професійної етики працівника органу державної податкової служби України]

«Реклама (Advertising) Надання громадськості інформації щодо послуг або кваліфікації професійних бухгалтерів-практиків для забезпечення професійного бізнесу». [Кодекс етики професійних бухгалтерів]

«Афілійовані особи – фізичні або юридичні особи, які можуть спричинити безпосередній або опосередкований вплив на прийняття співробітником Компанії службового рішення». [51]

Таким чином, жанр етичного кодексу формує особливий пласт лексики, для якого характерна тематична різноманітність та термінологічна неоднорідність.

2.3 Фразеологічні особливості

Важливою диференціальною рисою того чи іншого жанру офіційно-ділового стилю є стійкі вирази. У науці досі немає єдиної думки щодо обсягу фразеології. Одні вчені відносять до фразеологізму будь-яку стійку, відтворену одиницю. Ці ознаки лежать в основі фразеологічності, під якою слід розуміти «закріпленість мовним узусом лексико-граматичного складу поєднань слів, внаслідок чого вони не виробляються «заново» у мовленні за допомогою досить простих та явних правил узгодження сенсів, а відтворюються у ній у тому чи іншому діапазоні стійких лексико-граматичних зв'язків за можливості різного роду смислових перетворень хоча б одного з компонентів» [65]. Цей підхід часто характеризують як фразеологію без кордонів [В.В. Виноградов, Н.М. Шанський, В.Л. та ін.]

Інші вважають, що семантиці фразеологізму має бути властива така риса, як ідіоматичність, тобто невиводимість значення стійкого виразу із значень складових компонентів. Дослідники в такий спосіб описують ідіоматичне значення: «...Формування ідіоматичного значення як вивідного знання пояснює і природу ідіоматичності: слова компоненти переосмисленого поєднання відриваються від своєї області референції та перемикаються на нову референтну віднесеність не через рахунок значення поєднання слів, а відштовхуючись від цього значення, яке, включаючись шляхом вивідного знання на новий кадр, не має зі своїм джерелом нічого спільного, крім мотивації» [4].

Якщо з цих позицій подивитися на стійкі фрази офіційно ділового стилю, їх можна віднести до фразеології, розділяючи широкий підхід. Більшість з них не мають ознаки семантичної цілісності, образності. Як правило, це стійкі поєднання слів, які прийнято використовувати в тому чи іншому діловому жанрі писемності. У науці такі одиниці заведено називати кліше. Вони об'єктивують стереотипні уявлення [17]. А.П. Василенко визначає кліше як «зручний мовний засіб стандарту в суспільно-політичній публіцистиці, заготовлю з фіксованою схемою відтворення. Кліше співвідносяться з певною соціальною ситуацією, у процесі функціонування зазвичай лаконізують мову» [5].

Якщо подивитися на кліше з погляду прагматики, то їх можна віднести до особливого виду прекопунктів, які здійснюють інтертекстуальні зв'язки. Прекопункт - «слід у самому дискурсі попередніх дискурсів».

Поряд із кліше, у текстах етичних кодексів використовуються термінологічні поєднання. «Це неоднослівні одиниці у мові, смислова цілісність яких створюється прямою, безпосередньою віднесеністю всього словесного комплексу до одного предмета або поняття» [5].

Своєрідним парадоксом є відсутність ідіоматичності у стійких виразів за її наявності в того чи іншого жанру офіційно-ділового стилю. Дійсно, для того, щоб правильно написати, наприклад, заяву, потрібно знати кліше, які використовуються у цьому виді документа.

Фразеологію прийнято розглядати у трьох аспектах. Перший: синтагматичний. Тут передбачається вивчення валентності фразеологічного знака, його зв'язку з омонімічним вільним поєднанням слів (структурні схеми та моделі). Другий: семантичний. У цьому аспекті вивчаються особливості відображення дійсності фразеологічним значенням. Третій: прагматичний. В цьому напрямку описується іллокуція та перлокуція фразеологізму, особливості його вживання, походження.

Етичний кодекс є документом із вільною структурою. Це виявляється у тому, що цей жанр не передбачає жорсткої архітекτονіку та композицію. Інформація в ньому викладається у вільній формі. Звідси невеликий рівень фразеологізованості всього документа. Спробуємо охарактеризувати кліше та термінологічні поєднання, які стабільно використовувалися в етичних кодексах різних організацій, їх специфічні особливості.

Вісімдесят відсотків стійких одиниць, які використовуються в етичному кодексі, є субстантивними, побудованими за моделлю прикметник + іменник. Це свідчить про спільне номінативному устрої етичного кодексу, його основної інтенції - фіксувати правила корпоративної поведінки, репрезентувати систему цінностей організації.

Стійкі вирази, що використовуються в етичних кодексах, мають прямономінативне значення: вони безпосередньо позначають явища дійсності:

конструктивне спілкування, конструктивне спілкування, корпоративний стандарт, цільовий клієнт, ключовий співробітник, незаконні виплати та ін. У зв'язку з цим більшість стійких одиниць не має оцінної семантики. Проте жанр етичного кодексу передбачає оцінку людських практик. Цю функцію виконують нечисленні стійкі вирази з оцінною семантикою. Позитивна оцінка передається такими компонентами, як недостовірний, прозорий, нетривіальний, чесний, грамотний, законний, ефективний, раціональний, довгостроковий, взаємовигідний: недостовірна інформація, інформаційна прозорість, прозорі механізми фінансування, нетривіальне мислення, чесна конкуренція, грамотне управління, законна підприємницька діяльність, ефективне рішення, раціональне використання коштів, довгострокове співробітництво. Виразом негативної оцінки є слова: незаконний, сумнівний, небезпечний, аморальний: незаконні виплати, сумнівна репутація, соціально небезпечний, аморальні акції. Цікаво, що у контексті кодексу висловлювання можуть отримувати нову оцінку. Так, вираз «сімейно-родинні зв'язки» в іншому контексті має позитивне значення, у текстовому просторі кодексу – отримує пейоративну семантику. За нашими спостереженнями, кліше з позитивною оцінкою більше. Цей факт ми пояснюємо тим, що у кодексі як зведенні етичних норм фіксацію знаходять загалом позитивні явища, оскільки позитивне є нормою.

Звернімо увагу на основу позитивної оцінки: відповідність дійсності, ясність, правильність, несуперечність закону, користь, стабільність, незвичність. Підстав негативної оцінки значно менше: відповідність закону, моральним принципам, очевидність, безпека для життя людини.

З погляду денотативної специфіки фразеологічні одиниці можна подати у вигляді основних фразеосемантичних груп, які нами були виділені на основі архісеми значення.

Перелічимо ці групи.

1. Внутрішні якості: бійцівський дух, нетривіальне мислення та ін.
2. Особливості управління організацією: грамотне управління, бюрократичні процедури, відкритий діалог, корпоративний стандарт, атмосфера взаємної довіри, горизонтальна ротація кадрів, легалізація коштів, прозорі

механізми фінансування, ефективне рішення, делегувати повноваження, раціональне використання коштів, корпоративна політика та ін.

3. Принципи управління: принцип справедливої оплати праці, незаконні виплати та ін.

4. Особливості ділової комунікації: конструктивні професійні відносини, конструктивна критика, недостовірні інформація, інформаційна прозорість, конструктивне спілкування, надавати достовірну інформацію, ввести в оману, конфлікт інтересів, вдаватися до загроз, конфіденційна інформація, зворотний зв'язок, оприлюднювати та ін.

5. Принципи професійної поведінки: справа честі, дотримуватися закони, принцип партнерства, принцип взаємної поваги, принцип рівних можливостей, командна робота, особиста відповідальність, форми дискримінації та ін.

6. Суб'єкти ділового спілкування: кадровий резерв, ключові співробітники, цільовий клієнт, керівники структурних підрозділів, кадровий резерв, ділові партнери, афілійовані особи та ін.

7. Організація професійної діяльності: довгострокова перспектива, робочий час, умови праці та ін.

8. Законодавчі акти: трудовий договір, соціальні програми та ін.

9. Професійна діяльність: займатися незаконною підприємницькою діяльністю, розвивати соціальні ініціативи, отримання прибутку, виконувати зобов'язання, командна робота, працювати на загальний результат, посадові обов'язки, професійний розвиток, досягнення цілей, кар'єрне просування, обмеження прав, протиправні дії, завдати шкоди, відшкодувати шкода, дисциплінарне стягнення, керувати ризиками, службове розслідування та ін.

10. Структури управління: державна влада, органи місцевого самоврядування та ін.

11. Норми ділового спілкування: стандарти ділової поведінки, моральні правила, моральні норми, етичні принципи, внутрішній трудовий розпорядок, трудова дисципліна, діловий етикет та ін.

12. Ставлення до моральних норм: дорожити репутацією, слідувати закону та ін.

13. Цінності організації: корпоративний дух, корпоративні ідеали, корпоративна культура та ін.

Крім того, зустрічаються кліше, які складно об'єднати в ту чи іншу групу.

Найбільш репрезентованими є фразеосемантичні групи: «Особливості управління організацією», «Особливості ділової комунікації», «Принципи професійної поведінки», «Професійна діяльність». Очевидно, що процес формування кліше пов'язані з ціннісним маркуванням явища. Щоб знайти властивість відтворюваності, вільне поєднання слів має з високою регулярністю вживатися у мові. Ця характеристика обумовлена важливістю тієї чи іншої явища дійсності. Звідси можна зробити висновок, що найбільш важливими виявляються особливості та принципи управління організацією, специфіка ділової комунікації, принципи професійної поведінки, суб'єкти ділового спілкування, професійна діяльність; норми ділового спілкування.

В етичному кодексі використовуються кліше та термінологічні поєднання, які виникли у цьому жанрі, а й запозичені з інших сфер. Вкажемо їх.

- Спорт: бійцівський дух;
- Менеджмент: грамотне керування, бюрократичні процедури;
- Комерція: цільовий клієнт, незаконні виплати;
- Політика: довгострокова перспектива, соціальна ініціатива;
- Етика: моральні правила, етичні засади.

Таким чином, фразеологія етичного кодексу наголошує сформованість жанру, стереотипність інтенцій, що виражаються, експлікує цінності корпоративної культури. Стійкі фрази, використовуються в етичному кодексі, демонструють, що семантичне простір кодексу формується на стику різних ціннісних систем: спорту, управління, комерції, політики.

2.4 Граматичні особливості

Граматичні особливості документів офіційно-ділового стилю мають менш специфічний характер, ніж лексичні та фразеологічні. Вони відображають загальні стильові особливості ділової промови. Проте, повний опис лінгвістичної

специфіки Корпоративного етичного кодексу не може не включати вивчення його граматики.

До морфологічних рис етичного кодексу ми відносимо наступні.

Регулярність вживання абстрактних іменників: повага, неупередженість, захист, чесність, об'єктивність, довіра, відповідальність. Переважно це іменники середнього роду, що посилює абстрактність тексту.

Вживання однини іменників в значенні множини: «Працівник Укрпошти повинен негайно, письмово або електронною поштою повідомляти...» [43], «Співробітник Банку не розголошує інформацію з обмеженим доступом...» [56]. Ця риса сприяє збільшенню абстрактності сенсу тексту, формування узагальненості.

З метою позначення спільності, корпоративності використовуються займенника І особи множини: «*Ми* будемо свою діяльність на розумінні того, що всі *наші* зусилля повинні відповідати інтересам суспільства. *Ми* несемо відповідальність за якість роботи й дотримання корпоративних норм, за виконання своїх зобов'язань, за ощадливе використання ресурсів і чистоту навколишнього середовища. *Ми* відповідальні за тих, хто робить ДТЕК успішним, – за *наших* Співробітників.» [44]

Вживання коротких прикметників та дієприкметників: розроблено, враховані, повинен. Ці форми надають тексту номінативного характеру.

В корпоративних етичних кодексах регулярно вживаються прикметники з оцінним значенням: об'єктивний, коректний, доброзичливий, сумлінний, бездоганний, цинічний, зухвалий, недбалий та ін. Частотне вживання прислівників з якісною семантикою: кваліфіковано, сумлінно, а також прислівників ступеня: неухильно, всіляко та ін. Дані особливості продиктовані інтенцією етичного кодексу давати оцінку вчинкам людини у професійній сфері.

Використання теперішнього часу з відтінком повинності: «Професійний бухгалтер-практик оцінює значущість загроз та, якщо необхідно, застосовує застережні заходи для їх усунення або зменшення до прийняттого рівня...» [42] «Працівник виконує свою роботу вчасно, швидко і якісно, бере на себе

відповідальність за результат, завжди тримає своє слово і відповідає за свої слова і вчинки...» [48]

Специфічною рисою етичного кодексу є семантика дієслів. Можна виділити такі семантичні групи дієслів:

- творення:

«ми *сприяємо* розвитку стратегії...», «ми *сприяємо* свідповідальній участі осіб у житті Компанії, і *запрошуємо* їх до активної діяльності...» [21], «*Інформувати* про підозру в порушеннях або про фактичні порушення...», [57] «*створює та розвиває* системи професійного навчання...» [43]

- дотримання чогось:

«Професійна журналістська спільнота України зобов'язується дотримуватися норм цього Кодексу...», [22] «Визнавати і поважати наміри, відповідальність клієнтів щодо прийнятого рішення...» [18], «Наш обов'язок – надання робочого місця, що відповідає нормам охорони праці...», [50] «Захищати клієнтів від шкоди, включно з захистом їхньої інформації і особистих даних...» [57]

Як було сказано вище, для офіційно-ділового стилю характерна семантика повинності та імперативності. За нашими спостереженнями, в етичних кодексах дані семантичні категорії можуть мати різну ступінь інтенсивності вираження, що встановлюється шляхом аналізу лексичного, лексико-граматичного, прагматичного значення словоформи.

Середній ступінь знаходить своє втілення короткими прикметниками, дієсловами з модальністю: має бути, потрібно, слід уникати демонстрації релігійної та політичної символіки, об'єктивність вимагає та інших.

М'якший ступінь зобов'язання виражена лексико-граматичним способом: поєднанням дієслова, причастя зі пом'якшеною, некатегоричною семантикою та інфінітиву: «Ми намагаємося підтримувати та постійно покращувати ефективну систему внутрішнього контролю...» [54], «VEON прагне створити робоче середовище взаємної поваги, довіри, співпраці...», «Рекомендується, щоби професійний бухгалтер-практик періодично проводив огляд рішень про прийняття клієнта стосовно завдань для постійного клієнта...» [42]

Високий ступінь імперативності виражений інфінітивом або дієсловом / дієприкметником з категоричним значенням: «Усі співробітники зобов'язані поводитися відкрито, чесно...», «тому у жодному разі не можна...», «ЕЙСА категорично проти будь-яких спроб підкупу та хабарництва з метою отримання додаткових конкурентних переваг або благ..», «Заборона дискримінації за будь-якою ознакою..». [21, 50, 43]

Номінативності та абстрактності надає вживання похідних прийменників: у зв'язку з, відповідно до, щодо та ін.

До синтаксичних особливостей етичного кодексу слід віднести використання ряду однорідних членів, перерахування. «Кодекс визначає основні цінності й принципи, правила етики та ділової поведінки всіх Співробітників відповідно до Місії, Бачення і Корпоративних цінностей ДТЕК..», «Взаємини між співробітниками, незалежно від займаної посади або сфери діяльності, між співробітниками та Компанією, а також між Компанією та контрагентами будуються на підставі:

- Чесності;
- Порядності;
- Поваги;
- Сумлінності;
- Законності.» [62]

Таким чином, граматичні особливості текстів етичних кодексів демонструють наявність усіх основних стильових характеристик офіційно-ділового стилю. Вони спрямовані на репрезентацію таких функціональних семантико-стилістичних категорій, як імперативність, повинність, точність, узагальненість, абстрактність.

2.5 Текстові особливості

Корпоративний етичний кодекс — офіційний документ компанії, який постулює корпоративні принципи, правила етичної поведінки керівників і персоналу щодо відповідальності перед співробітниками, акціонерами,

споживачами, навколишнім середовищем та іншими соціальними питаннями. [85]

Основною складовою будь-якого документа є текст. Який би документ ми не аналізували з точки зору викладу переданої в ньому інформації, можна відзначити, що будь-яка інформація подається у вигляді тексту, нехай і різного типу.

Текст – мовний твір, що визначається завершеністю, змістовою та смисловою цілісністю, зв'язністю, має структурну організацію складових частин, об'єднаних різними видами лексичного, граматичного, логічного, стилістичного зв'язку, має певну цілеспрямованість. [70]

Розглянемо ознаки текстів корпоративного етичного кодексу.

1. Відмежованість. Ця ознака виявляється в тому, що документний текст має початок та закінчення. Завдяки цій межі етичний кодекс можна виділити в альбомі організації серед інших організаційних документів - статуту, правил внутрішнього розпорядку, посадових інструкцій, штатного розкладу.

2. Завершеність. Етичний кодекс висловлює закінчену інформацію, пов'язану з особливостями поведінки співробітника в організації та її межами.

3. Зв'язність, яка у тому, що це мовні одиниці, починаючи словом і закінчуючи пропозицією, граматично і за змістом пов'язані.

Засоби зв'язку пропозицій в етичному кодексі продемонструємо на прикладі:

- Лексична наступність, що виражається у використанні слів, іменують складові процесу ділової комунікації: взаємовідносини з клієнтами, взаємовідносини між співробітниками та ін.

- Повторення слова. «Всі Співробітники Банку повинні дотримуватись *вимог* цього *Кодексу*. Всі керівники Банку та працівники Банку, які виконують управлінські функції, повинні здійснювати управління відповідно до правил та *вимог*, встановлених *Кодексом* та забезпечити їх дотримання іншими працівниками Банку...» [56]

- Використання синонімів. «ПриватБанк має на меті заохочувати, *підтримувати* та *сприяти* чесній та етичній поведінці..» [57]

- Вживання вказівних займенників: «цей Кодекс поведінки розроблено..», «метою цього Кодексу є..» «цей Кодекс є зведенням правил поведінки (етики)».

- Вживання дієслів переважно у формі теперішнього часу. «Ми цінуємо командну роботу в межах структурних підрозділів та країн та між ними, а також допомагаємо нашому персоналу повною мірою реалізувати свій потенціал..» [54]

4. Цілісність. Цілісність тексту передбачає внутрішню організованість, змістову єдність, цілісне оформлення початку й кінця твору, переходів між частинами тексту, які забезпечують певні мовні одиниці. Цілісність тексту виявляється також у певній логіко-смісловій структурі, компонентами якої є тема, проблематика, ідея тексту.

5. Інформативність. Як і будь-який текст, етичний кодекс може висловлювати інформацію різного типу: фактуальну, концептуальну, підтекстову. Фактуальна інформація відображає денотативний аспект тексту. Вона вказує на сценарії поведінки людини, яка включений у певний професійний простір. Концептуальна інформація пов'язана з сигніфікативним аспектом тексту, що відображає основну його ідею. Підтекстова, являє собою прихований, неявний зміст тексту, реалізований завдяки наявності асоціативних і конотативних значень мовних одиниць. [77]

6. Регулятивність. Основною інтенцією етичного кодексу є регулювання правил поведінки співробітника організації, у зв'язку з цим цей вид документа можна віднести до документів з домінуючою регулятивною функцією. Регулятивність стає специфічною рисою всього тексту етичного кодексу: «Метою Етичного кодексу вченого України (надалі Кодекс) є формулювання загальних етичних принципів, яких кожен з науковців і викладачів має дотримуватися у своїй роботі...»

7. Для тексту етичного кодексу характерна структурно-сміслова та об'ємно-прагматична організованість, яка породжує алгоритмізованість та відносну уніфікованість тексту. Названі ознаки відображаються у необхідному наборі реквізитів, послідовності викладу матеріалу. [2]

8. Діалогічність, що виражається у можливих інтертекстуальних зв'язках етичного кодексу з іншими текстами. Наприклад: «Кодекс поведінки працівників комунальних підприємств, установ та організацій, підпорядкованих Тернопільській міській раді» посилається на такі документи, як Конституція України, Кодекс законів про працю України, Закон України «Про запобігання корупції», Статут територіальної громади міста Тернополя та ін.

Отже, корпоративний етичний кодекс, як документ характеризується як універсальними, так і специфічними характеристиками. Етичному кодексу властиві всі основні ознаки документного тексту: відмежованість, завершеність, зв'язність, цілісність, інформативність, регулятивність, діалогічність.

Висновки до розділу 2

Для етичного кодексу характерний неоднорідний лексичний склад, що обумовлено різноаспектною інтенціональністю. У текстах функціонують слова наступних лексико-семантичних груп: «Норми», «Соціальна оцінка», «Етична оцінка», «Види діяльності», «Якісні характеристики поведінки», «Способи діяльності», «Принципи діяльності», «Матеріальні цінності». Залежно від сфери застосування етичного кодексу, специфіки професії в ньому можуть бути ширше представлені ті чи інші лексико-семантичні групи. Кожна композиційно-тематична складова кодексу характеризується своїми лексичними особливостями.

Текстовий простір кодексу породжує специфічні лексико-семантичні відносини. Для лексики етичного кодексу характерна загальна оцінна тональність. З погляду оціночності можна виділити три групи слів: з неоднорідною оціночністю, з домінуванням позитивної оцінки, з домінуванням негативної оцінки.

Своєрідністю термінологічного складу етичних кодексів є синкретизм різних термінологічних систем: етики, кадрового діловодства, теорії управління, конфліктології, психології, економіки, права, соціології, теорії комунікації. У етичному кодексі використовується прийом дефінування понять. Семантизації

піддаються в повному обсязі терміни, лише ті, які можуть бути зрозумілі двояко, або нові, що не набули поширення концепції. Приклади дефінування понять можна знайти тільки добре розроблені кодекси.

Стійкі висловлювання, які у етичних кодексах, мають прямонімінативне значення: вони безпосередньо позначають явища реальності. Більшість стійких одиниць, що використовуються в етичному кодексі, є субстантивними, що свідчить про загальний номінативний лад етичного кодексу, його основний інтенції - фіксувати правила корпоративної поведінки, репрезентувати систему цінностей організації.

В етичних кодексах подано такі фразеосемантичні групи: «Внутрішні якості», «Особливості управління організацією», «Принципи управління», «Особливості ділової комунікації», «Принципи професійної поведінки», «Суб'єкти ділового спілкування», «Організація професійної діяльності», «Законодавчі акти», «Професійна діяльність», «Структури управління», «Норми ділового спілкування», «Ставлення до моральних норм», «Цінності організації».

6. В етичному кодексі використовуються не тільки кліше та термінологічні поєднання, що виникли у цьому жанрі, але і запозичені зі сфери спорту, менеджменту, комерції, політики, етики.

Грамматичні особливості текстів етичних кодексів демонструють наявність всіх основних стильових характеристик офіційно-ділового стилю. Вони спрямовані на репрезентацію таких функціональних семантико-стилістичних категорій, як обов'язок, точність, узагальненість, абстрактність.

Етичний кодекс є видом документного тексту та характеризується як універсальними, так і специфічними рисами. Йому властиві всі основні ознаки документного тексту: відмежованість, завершеність, зв'язність, цілісність, інформативність, регулятивність, членність, діалогічність.

РОЗДІЛЗ

ІНФОРМАЦІЙНИЙ АСПЕКТ ЕТИЧНОГО КОДЕКСУ

3.1. Типи інформації в етичному кодексі

Основною кваліфікаційною ознакою документа є інформаційна складова. Відповідно до стандарту – ДСТУ 2732:2004 «документ» це матеріальний об'єкт із інформацією, закріпленою винайденим людиною способом для її передачі в часі та просторі [14]. З цього випливає, що інформація є обов'язковою складовою документа.

Закон України «Про інформацію» (1992) визначає інформацію, як документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та довкіллі.

Інформацію розглядають у контексті її змісту, структурно-організаційної динаміки (процесів створення, передавання, сприйняття, використання, зберігання тощо). [36]

Розглянемо структурно-організаційну динаміку інформації етичного кодексу.

У даному випадку класифікаційною ознакою стає сфера функціонування інформації. Зосередимо увагу на аспектах адміністративного дискурсу, адже це основне поле функціонування корпоративного етичного кодексу. Відповідно, кодекс може бути включений до різних ресурсів: центральних органів влади, регіональних органів державної влади та органів місцевого самоврядування, різноманітних виробничих структур. Для вивчення інформаційної складової етичного кодексу джерело інформації не має великого інтересу, на відміну від її зміст.

Розглянемо змістовну складову етичного кодексу. У даному випадку класифікаційною ознакою стає текст кодексу, адже саме текст відображає зміст документа.

До основних видів інформації, що містяться в тексті, відносять:

- змістово-фактуальну;

- змістово-концептуальну;
- змістово-підтекстову.

Охарактеризуємо кожен тип.

Фактуальну інформацію можна порівняти зі змістовною основою тексту. Змістовно-фактуальна інформація відображає повідомлення про факти, події, процеси, що відбуваються, відбувалися, які можуть вподальшому відбуватися в навколишньому світі, дійсному або уявному. [77]

Фактуальна інформація відображається в денотативному значенні тексту, тобто є містить у відповідь питання, про що цей текст, свідчить про його істинність. Тим самим ця інформація є сумою послідовно розгортаються наративних (оповідальних) програм. Фактуальна інформація складає інформаційний каркас етичного кодексу. Це зумовлено, по-перше, ситуацією спілкування. Цей документ покликаний повідомляти щось нове, фіксувати правила поведінки.

Розглянемо особливості фактуальної інформації, відображеної в даному виді документа, на прикладі етичного кодексу лікаря-ортодонта. Інформація у цьому кодексі відображається у таких смислових розділах:

- Загальні положення;
- Лікар і пацієнт;
- Лікар і колеги;
- Прикінцеві положення;

Кожен із розділів має свої окремі підрозділи. Наприклад, розділ «Лікар і пацієнт» має такі пункти:

- Вибір пацієнтом лікаря;
- Інформування пацієнта;
- Згода на медичне втручання та відмова від нього;
- Відмова лікаря від лікування пацієнта;
- Лікарська таємниця;
- Подяка пацієнта;

Фактуальна інформація зазвичай експлікована іменниками, дієсловами та прислівниками у номінативному значенні, які вербалізують інформацію в аспектах хто / що, що відбувається, де / коли / як?

Концептуальна інформація є ідейним зміст тексту. «Змістовно-концептуальна інформація повідомляє читачеві індивідуально-авторське розуміння відносини між явищами, описаними засобами СФІ (змістовно фактуальної інформації - Г.С.), розуміння їх причинно-наслідкових зв'язків, їх значимості у соціальній, економічній, політичній, культурного життя народу, включаючи відносини між окремими індивідуумами, їх складної психологічної та естетико пізнавальної взаємодії» [10]

Головною відмінністю концептуальної інформації від фактуальної є те, що перша суб'єктивна, а друга об'єктивна. Розглянутий тип інформації пов'язані з розумінням тексту, його інтерпретацією у свідомості кожного читача. Тим самим витяг концептуальної інформації безпосередньо залежить від рівня прагматичної компетенції. Незважаючи на суб'єктивний характер концептуальної інформації можна говорити про універсальності концептуальних структур, отриманих у ході сприйняття тексту. Етичний кодекс репрезентує певну ієрархію концептів, яка буде розглянута нижче.

У процесі розуміння тексту важливу роль відіграє пресупозиція, тобто, фонові знання, що дають змогу адекватно сприйняти текст [81]. Вони пов'язують свідомість його укладача з ментальною сферою читача, добудовують необ'єктивовану в тексті інформацію.

Н.С. Валгіна зазначає: «Нормальний виклад у текст зазвичай розрахований на оптимальне поєднання вербального і невербального подання інформації. Відхилення від цієї норми веде або до гіпервербалізації, або гіповербалізації, тобто. Змінюється ступінь згорнутості – розгорнутості тексту. Цей ступінь може плануватись автором залежно від цільової установки тексту. Причому ступінь згорнутості - розгорнутості може змінюватися по всій довжині тексту: одні фрагменти даються більш розгорнуто, інші – менше». [6]. Інформацію, що міститься в тексті, читач оцінює через призму новизни, актуальності йому та корисності. Не слід забувати, що документний текст характеризується

об'єктивністю та однозначністю. Звідси можна зробити висновок, що концептуальна інформація документного тексту характеризується тим чи іншим ступенем стабільності та однозначності тлумачення.

Змістовно-підтекстова інформація (ЗПІ) – імпліцитний зміст тексту – являє собою «приховану інформацію», «потік додаткових смислів», що реалізується переважно за допомогою вторинної номінації і є факультативною по відношенню до змістовно-фактологічної та змістовно-концептуальної інформації. Підтекстова інформація розкриває прихований зміст, який отримується з опису фактів, явищ, подій (ЗФІ) завдяки здатності мовних одиниць породжувати асоціативні та конотативні значення, а також завдяки здатності речень у надфразних одиницях додавати певні значення. Наприклад: «ЕЙСА та всі Представники завжди намагаються сприяти постійному вдосконаленню охорони навколишнього середовища. ЕЙСА застосовує політику нульової толерантності до будь-якого порушення місцевих або національних екологічних норм, положень чи законів стосовно охорони навколишнього середовища», – вказує на пріоритет бізнесу перед екологічними факторами. [45]

Таким чином, в етичному кодексі домінує фактуальна інформація, що детерміновано інтенціями кодексу повідомляти будь-що, фіксувати правила поведінки. Даний вид інформації може бути представлений у вигляді смислових блоків, кожен з яких складається з пропозицій. Концептуальна інформація, що відображається етичним кодексом, характеризується стабільністю та однозначністю тлумачення. Змістовно-підтекстова – прихований, неявний зміст тексту, реалізований завдяки наявності асоціативних і конотативних значень мовних одиниць, не є поширеною, але присутня.

3.2 Питання розробки етичного кодексу

Комплексне вивчення етичного кодексу дозволяє підійти нам до вирішення питання щодо його розробки. При вирішенні цього завдання можуть бути використані «аутсайдерська», «інсайдерська» та «комбінована» моделі.

Аутсайдерська модель передбачає значний вплив вищого керівництва, а також залучення до проектування кодексу професійних консультантів. [12]

Реалізація даної моделі передбачає виконання проекту на високому рівні, проте неминучі пропозиції стандартних рішень. Можливо, що не буде враховано специфіку організації. Проект може бути негативно сприйнятий співробітниками підприємства, виникне свого роду конфлікт між розробниками і тими, хто реалізуватиме цю модель.

Інсайдерська модель характеризується активною участю співробітників організації, які можуть впливати на прийняття та реалізацію певних змін на всіх стадіях розробки. Недоліком цієї моделі може стати відсутність спеціальних знань, досвіду у складанні проектів, невміння передбачати складні ситуації. У той же час дана модель передбачає отримання нестандартного документа, повністю пристосованого до умов організації.

Комбінована модель розрахована на участь та взаємодію в оргпроектувальному процесі трьох сторін: співробітників організації, яким відводиться істотна роль у виявленні, діагностиці та вирішенні наявних проблем; професійних консультантів, які здійснюють методичну підтримку та консультування з проблемами, які потребують спеціальної підготовки; вище керівництво, яку забезпечує оцінку проектних ідей з погляду їх відповідності загальної стратегії розвитку та впровадження необхідних змін. Ця модель є найбільш вдалою, оскільки вона попереджає можливі недоліки двох попередніх.

Вибір тієї чи іншої моделі обумовлений розмірами організації, особливостями її фінансування, інтересами керівництва, ступенем важливості проекту для підприємства.

Шипіцина Ю.В. досліджуючи структурно-змістовні властивості текстів корпоративних кодексів, прийшла до висновку, що, на відміну від інших нормативних документів, корпоративні етичні кодекси не мають чітко визначеної форми та відрізняються за обсягом і змістом. Обсяг текстів етичних кодексів коливається від кількох абзаців до кількох десятків сторінок. Етичні кодекси можуть приймати різні форми та мати форму:

- корпоративне кредо, тобто загальні етичні положення щодо методу ведення бізнесу;
- кодекс поведінки, тобто правила етичної поведінки. [85]

Корпоративне кредо – це офіційні заяви компанії (часто від імені президента компанії) про її філософію, місію, цінності та стратегічні цілі, а також зобов'язання перед клієнтами. Обсяг цього типу кодексу досить обмежений і складається з однієї-трьох сторінок. Його зміст не торкається адміністративних питань, правил етичної поведінки, а містить лише загальні положення, які дають підстави для його розширеного тлумачення. Наприклад, кодекс етики бібліотекаря, кодекси компаній Pittsburg Plate Glass Company, Johnson & Johnson, Compaq, Mary Kay.

Кодекс поведінки встановлює норми етичної поведінки щодо розподілу обов'язків, подання системи звітності, розслідування порушень, дисциплінарних заходів, правил закупівель, захисту інформації, зобов'язань компанії перед своїми співробітниками, захисту навколишнього середовища тощо. [85]

Сьогодні більшість великих організацій надають перевагу саме цьому типу, часто задля покращення власного іміджу, оскільки вони детальні за змістом та повніші за обсягом тексту, та поєднують в собі як основні принципи функціонування компанії, так і правила етичної поведінки.

Тож, розглянемо основні аспекти розробки етичного кодексу.

Узагальнена структура тексту такого кодексу, зазвичай складається із трьох частин: вступної, основної (експозиційної) та заключної.

Вступна частина, як правило містить:

- заголовок;
- вступне слово президента (керівника) компанії;
- Загальні положення корпоративної ідеології.
- Характеристика місії організації. Для вирішення цього завдання можна спиратися на статут організації. При описі місії організації важливо перерахувати її основні цінності, серед яких можуть бути наступні: «Закон», «Честь», «Повага», «Справедливість», «Чесність», «Ефективність»,

«Відповідальність», «Ініціатива», «Професіоналізм», «Незалежність», «Добросовісність», «Конфіденційність», та ін.

- Визначення мети та завдань кодексу.
- Визначення правової бази документа.

В основній частині змісту кодексу варто відобразити такі аспекти:

- відносини з державою;
- відносини із суспільством;
- ставлення до природи;
- відносини керівник – підлеглий;
- відносини між колегами;
- відносини з клієнтом;
- відносини з партнером;

У прикінцевих (заклучних) положеннях, необхідно відобразити додаткові положення та різноманітну інформацію, наприклад:

- відповідальність за порушення етичного кодексу;
- контактну інформацію. Номери телефонів та адресу служби організації, яка слідкує за дотриманням працівниками етичного кодексу.
- особливості прийняття етичного кодексу та можливість його доопрацювання.

Після складання кодексу рекомендується розробити перелік ключових термінів (до нього мають бути включені ті поняття, які не мають однозначного тлумачення). Терміни слід супроводжувати дефініціями, що надасть кодексу більшої ґрунтовності. Кожен із аспектів тексту доцільно пронумерувати. Якщо зміст кодексу об'ємно, викладену інформацію рекомендується виділити в окремі глави, які також у свою чергу доцільно поділити на пункти. [66]

Після створення тексту кодексу необхідно провести його експертизу, в якій повинні взяти участь керівництво підприємства, юрист, спеціаліст з етики, спеціаліст кадрової служби, коректор.

Потім слід обговорити кодекс на зборах трудового колективу, внести необхідні корективи. У змісті кодексу необхідно відобразити можливість

подальших змін, які можуть виникнути за умов розвитку корпоративної культури.

Таким чином, робота над корпоративним етичним кодексом здійснюється в кілька етапів. Вона може проводитися аутсайдерським, інсайдерським, комбінованим способом. Залучення фахівців можливе як на етапі роботи над текстом кодексу, і під час його експертизи. Слід прагнути максимальної конкретності змісту, що досягається фіксацією основних аспектів кодексу, описом конкретних сценаріїв та еталонів ділової комунікації, дефінування термінів. Кодекси мають відображати реальну ситуацію та специфіку організації, в якій він приймається.

Висновки до розділу 3

Фактуальна інформація складає інформаційний каркас етичного кодексу, оскільки цей документ покликаний повідомляти щось нове, фіксувати правила поведінки. Вона може бути представлена у вигляді смислових блоків, кожен з яких складається з позицій. Концептуальна інформація документного тексту характеризується стабільністю та однозначністю тлумачення.

Текстовий простір етичного кодексу репрезентує кадр «Професійна комунікація». Обов'язкову репрезентацію знаходять слоти: «Керівник: зовнішній вигляд, дії», «Підлеглий: зовнішній вигляд, дії», «Клієнт», «Партнер», «Порушення професійної етики: мовні, дисциплінарні». Об'єктивація слотів залежить від ступеня опрацьованості кодексу, від характеру професійної діяльності організації.

У змісті етичного кодексу домінують сценарії, відбивають типові ситуації, що пов'язано з ситуативністю кодексу. Особливо чітко сценарії опрацьовані в документах, що відрізняються конкретним змістом. У кодексах представлені сценарії наступних видів: як організація поводить себе по відношенню до суспільства, як організація поводить себе стосовно природи, як керівник повинен поводитися з підлеглим, як підлеглий повинен поводитися з керівником, як співробітник повинен поводитися з партнером, як співробітник повинен

поводитися з колегою, як співробітник повинен поводитися з клієнтом, як організація поводить у разі порушення співробітником кодексу. Підтекстова виражає прихований зміст тексту, відображається завдяки наявності асоціативних і конотативних значень мовних одиниць.

ВИСНОВКИ

У даній роботі було зроблено спробу комплексного дослідження етичного кодексу, яке включало в себе документознавчий, лінгвістичний, інформаційний (когнітивний) підходи. У ході вивчення було встановлено, що етичний кодекс є особливим, історично сформованим, колективним жанром офіційно-ділового стилю, для якого характерна специфічна комунікативно-прагматична установка фіксації норм корпоративної поведінки та єдиних критеріїв її оцінки.

Етичний кодекс є первинним, виробленим, локальним, управлінським документом, що регулює моральну сферу функціонування організації.

Головна відмінність етичного кодексу від суміжних документів полягає в інтенціях, що визначають його змістовну специфіку. Етичний кодекс відображає правила моральної поведінки, які встановлюються в організації, застосовні для тієї чи іншої професії чи посади. Зміст документа, його правова значимість визначають особливості формуляра.

Основна мета кодексу – інтеграція людей усередині одного професійної спільноти, участь у процесі документального управління організацією. Етичний кодекс відбиває основні інтенції корпоративної культури, до яких належать адаптація, інтеграція, оптимізація, ідентифікація, акумуляція, регулювання. У зв'язку з цим цей документ усвідомлюється як форма соціальної відповідальності бізнесу, показник ступеня розвитку корпоративної культури. Для того щоб етичний кодекс міг реалізувати свою основну інтенцію, необхідно, щоб він був інформативним, істинним, релевантним навколишньої дійсності, яким і зрозумілим.

Аксіологічна основа етичного кодексу закладена в Конституції України. До головних цінностей, відповідних інтенцій етичного кодексу, основний закон України відносить такі, як «Людина», «Свобода», «Толерантність», «Достовірність інформації», «Віросповідання», «Праця», «Здоров'я», «Сім'я», «Природа», «Чесна конкуренція», «Благодійність», «Заохочення творчості», «Охорона пам'яток культури та історії». Список цих цінностей деталізується та поповнюється, що визначається специфікою організації. Етичний кодекс є

імперативним жанром ділової комунікації, оскільки повідомляє правила поведінки членам професійної спільноти.

Аналіз текстів кодексів дозволив зробити висновок, що укладачі етичних кодексів відступають від принципу достатності реквізитів документ. Це пояснюється, по-перше, його новизною, по-друге, відсутністю в сучасній Україні традиції, що регулює етичну поведінку організації.

Для етичного кодексу характерний неоднорідний лексичний склад, що обумовлено різноаспектною інтенціональністю. У текстах функціонують слова таких лексико-семантичних груп, як «Норми», «Соціальна оцінка», «Етична оцінка», «Види діяльності», «Якісні характеристики поведінки», «Способи діяльності», «Принципи діяльності», «Матеріальні цінності». Залежно від сфери застосування етичного кодексу, специфіки професії у ньому ширше представлені ті чи інші лексико-семантичні групи. Кожна композиційно-тематична складова кодексу характеризується своїми лексичними особливостями.

Грамматичні особливості текстів етичних кодексів демонструють наявність всіх основних стильових характеристик офіційно ділового стилю. Вони спрямовані на репрезентацію таких функціональних семантико-стилістичних категорій, як імперативність, обов'язок, точність, узагальненість, абстрактність.

Етичний кодекс є видом документного тексту і характеризується як універсальними, і специфічними рисами. Йому властиві всі основні ознаки документного тексту: відмежованість, завершеність, зв'язність, цілісність, інформативність, регулятивність, діалогічність. Фактуальна інформація складає інформаційний каркас етичного кодексу, оскільки цей документ покликаний повідомляти щось нове, фіксувати правила поведінки. Даний вид інформації був представлений у вигляді смислових блоків, кожен із яких складається з предложений. Концептуальна інформація документного тексту характеризується стабільністю та однозначністю тлумачення.

Текст етичного кодексу репрезентує професійну комунікацію. Обов'язкову об'єктивацію знаходять такі пункти: «Керівник: зовнішній вигляд, дії», «Підлеглий: зовнішній вигляд, дії», «Клієнт», «Партнер», «Порушення професійної етики: мовні, дисциплінарні». Об'єктивація слотів залежить від

ступеня відпрацьованості кодексу, від характеру професійної діяльності організації. У змісті етичного кодексу домінують сценарії, відбивають типові ситуації професійної діяльності. У кодекси представлені сценарії наступних видів: як організація веде себе по відношенню до суспільства, як організація веде себе по відношенню до природи, як керівник повинен поводитися з підлеглим, як підлеглий повинен поводитися з керівником, як співробітник повинен поводитися з партнером, як співробітник повинен поводитися з колегою, як співробітник повинен поводитися з клієнтом, як організація поводить у разі порушення працівником кодексу.

Інформаційний простір етичного кодексу неоднорідний: воно включає як наукові, і звичайні знання. Концептуальне ядро етичного кодексу становлять культурні настанови, оскільки відображають правила поведінки людини, яка виконує професійну роль. Вони містять інформацію про особливості реагування на певні події. Включені до змісту етичного кодексу уявлення пов'язані з ідеєю про те, що співробітник має бути чесним з самим собою, клієнтами, колегами, особисті інтереси мають бути вторинні стосовно інтересів справи. Стереотипи репрезентують переважно професійні якості. Повсякденні поняття, що зустрічаються в етичному кодексі, пов'язані з професійною діяльністю. Особливість наукових понять у тому, що вони не відображають великих наукових класифікацій, вступають у відносини з поняттями різних предметних галузей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аверин А.В. Корпоративна культура сучасного суспільства: дис. ... Канд. Филос. Наук. 2006. 185 с.
2. Бардакова Олена. ОСНОВНІ КАТЕГОРІЇ ТЕКСТУ. URL: <http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/12740/1/Bardakova.pdf>
3. Борковська Інна. Лінгвістичні та екстралінгвістичні риси офіційно-ділового стилю. *Наукові записки. Випуск 105 (2). Серія: Філологічні науки (мовознавство): У 2 ч. Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка. 2012.592 с., 417.*
4. Бодик О. П., Рудакова Т. М. Сучасна українська літературна мова. Лексикологія. Фразеологія. Лексикографія. Навч. Посіб. К.: Центр учбової літератури. 2011. 416 с.
5. Василенко О.П. Аспекти семантики фразеологізмів. Дис. ... Філол. Наук. Орел. 2011. С. 360.
6. Валгина Н.С. Теория текста. М.: Логос. 2003. С. 280.
7. Виноградов В.В. Підсумки обговорення питань стилістики. Питання мовознавства, 1955. № 1. С. 60-87.
8. Види інформаційних ресурсів та їх класифікація. Доступ до інформаційних ресурсів. <https://hi-news.pp.ua/tehnka-tehnologyi/9248-vidi-nformacynih-resursiv-ta-yih-klasifikacya-dostup-do-nformacynih-resursiv.html>
9. Вороніна М. А. Правова природа етичних кодексів професійних співтовариств. *Право та інноваційне суспільство*, 2014. 2: 77-85.
10. Гальперін І.Р. Текст як об'єкт лінгвістичного дослідження. М.: Наука. 1981. 138 с
11. Глобальний кодекс етики RPPG
12. Гудзь О. Є. Модернізація інформаційного забезпечення корпоративного управління на основі сучасних цифрових технологій. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018. 3.25: 4-12.

13. Grushko Svitlana. Документна лінгвістика науково-технічного спрямування у сучасному прикладному мовознавстві. *Соціум. Документ. Комунікація*. 2016. (1). С. 195-201.

14. ДСТУ 2732:2004 Діловодство й архівна справа. Терміни та визначення понять.

15. Дашкова К. В. Поняття «лексико-семантичне поле» і його структура. *Наукові записки Міжнародного гуманітарного університету*. 2020. С. 56-60.

16. Дзігора М.С. СПЕЦИФІКА ОФІЦІЙНО-ДІЛОВОГО СТИЛЮ В УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ. URL: http://elar.naiu.kiev.ua/bitstream/123456789/9230/1/%D0%A3%D0%9A%D0%A0%D0%90%D0%87%D0%9D%D0%A1%D0%AC%D0%9A%D0%90%20%D0%9C%D0%9E%D0%92%D0%90_p229-231.pdf

17. Дмитриева О.Л. К проблеме формирования пакета «Штампы и клише». 1990. С. 104-110.

18. Етичний кодекс спеціалістів із соціальної роботи України

19. Етичний Кодекс Європейська Асоціація Транзакційного Аналізу ЄАТА

20. Етичний кодекс ГО «Стоп корупції»

21. Етичний кодекс Приватного акціонерного товариства «По виробництву інсулінів «Індар»

22. Етичний кодекс журналіста

23. Етичний кодекс лікаря-ортодонта

24. Етичний кодекс Західноукраїнського національного університету

25. Етичний кодекс ученого України

26. Етичний кодекс психолога

27. Етичний кодекс посадових осіб Державної служби гірничого нагляду та промислової безпеки України

28. Етичний кодекс Українського форуму благодійників

29. Етичний кодекс університетської спільноти Київського національного університету імені Тараса Шевченка

30. Етичний кодекс Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка
31. Етичний кодекс та професійна поведінка фізичного терапевта в Україні
32. Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича
33. Етичний кодекс фармацевтичних працівників України
34. Желязкова В. В. Семантика: теорія і практика: навч.-метод. Посіб. Для студ. В. В. Желязкова. Миколаїв: Іліон. 2018. 180 с.
35. Закон України «Про правила етичної поведінки» від 16.04. 2015 р.
36. Інформація. [Енциклопедія сучасної України](https://esu.com.ua/search_articles.php?Id=12485) URL: https://esu.com.ua/search_articles.php?Id=12485
37. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика. М.: URSS,2007. С. 352.
38. Кодекс ділової поведінки Coca-Cola HBC
39. Кодекс ділової поведінки abbott
40. Кодекс етики бібліотекаря
41. Кодекс етики державного підприємства «Адміністрація морських портів України»
42. Кодекс етики професійних бухгалтерів
43. Кодекс етики та ділової поведінки акціонерного товариства «Укрпошта»
44. Кодекс етики та ділової поведінки ДТЕК
45. Кодекс Етики та Професійної Поведінки ТОВ «ЕЙСА Лімітед»
46. Кодекс етики Pittsburg Plate Glass Company
47. Корпоративний кодекс пп втк «Лукас»
48. Кодекс корпоративної етики АТ «ЗФЗ» запорізький завод феросплавів
49. Кодекс корпоративної етики компанії sumitomo electric
50. Кодекс корпоративної етики компанії Нова пошта
51. Кодекс корпоративної етики компанія ТОВ «БМС СЕРВІС»
52. Кодекс корпоративної етики рwc

53. Кодекс корпоративної етики ПАТ «УКРТРАНСГАЗ»
54. Кодекс поведінки групи «Райффайзен Банк Інтернаціональ»
55. Кодекс поведінки групи veon
56. Кодекс поведінки (етики) АТ «Ощадбанк»
57. Кодекс поведінки (етики) АТ КБ “приватбанк”
58. Кодекс поведінки прат «ВФ УКРАЇНА»
59. Кодекс поведінки працівників комунальних підприємств, установ та організацій, підпорядкованих Тернопільській міській раді
60. Кодекс професійної етики нотаріусів України
61. Кодекс професійної етики працівника органу державної податкової служби України
62. «Континентал фармерз груп» кодекс корпоративної етики
63. Конституція України URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/>
64. Кочан І. М. Лінгвістичний аналіз тексту. К.: Знання. 2008. С. 423: 2.
65. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства. К.: ВЦ «Академія». 2006.
66. Кубко В. П. Процес створення корпоративних кодексів. *Праці Одеського політехнічного університету*. 2008 (1). С. 314-317.
67. Кубко В. П.; Ткаченко К. Ю. Особливості розробки корпоративного кодексу вищого навчального закладу. *Гілея: науковий вісник*, 2017 (116). С. 255-259.
68. Медведь А. Функціонування і засоби вираження мовних кліше, штампів та стереотипів. *Наукові записки. Випуск 95. Серія: Філологічні науки (мовознавство): У 2 ч. Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка*. 2011. С. 239.
69. Могутова Н.Н. Корпоративная культура: понятия, подходы. *Социологические исследования*. 2005. № 4. С. 130- 136.
70. Науковий текст як форма реалізації мовнопрофесійної діяльності. URL: <https://studopedia.org/10-127527.html>
71. Олександренко К.В., Павлик О.Б. особливості функціонування текстів офіційноділового стилю мовлення та їх переклад іноземною мовою. 2015.
72. Офіційно-діловий стиль. URL: https://studopedia/27_10953_ofitsiyno-diloviy-stil.html

73. Палеха Ю.І. Загальне діловодство. URL: https://pidru4niki.com/1821100160525/dokumentoznavstvo/peredmov_a_zagalne_dilo_vodstvo
74. Посадова інструкція документознавця. URL: <https://profpressa.com/instructions/dokumentoznavets>
75. ПРАВИЛА етичної поведінки поліцейських
76. Разменов В.В. Проблемы методологии управления корпоративной культурой в условиях формирующегося постиндустриального общества. *Вестник Томского государственного университета*. 2008. № 312. С. 51-54.
77. Самочорнова О. А. Інформаційна насиченість та інформативність тексту. *ВІСНИК Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2010. № 52. С. 225-228.
78. Соколовская Е. Этические кодексы как форма институтов социальной ответственности бизнеса. *Вестник института экономики РАН*. 2008. № 2. С. 81-91.
79. Ставропольцева Е.А. Особенности адаптации молодых специалистов к корпоративной культуре предприятия. *Известия академии управления: стратегии, теория, инновации*. 2001. № 1. С. 14-18.
80. Статут Громадської організації «ЦЕНТР СОЦІАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ТА РЕГІОНАЛЬНИХ ІНІЦІАТИВ». URL: <http://scc.org.ua/content/statut-gromadskoyi-organizaciyi-centr-socialnoyi-bezpeki-ta-regionalnih-iniciativ>
81. Токарев Г.В. Введение в семиотику: учебное пособие. М.: Флинта. Наука. 2013. С. 160.
82. Токарев Г.В. Документная лингвистика. Т: Изд-во АРТ-ПРИНТ. 2010. 128 с.
83. Чайка, г. Л. Культура ділового спілкування менеджера: навч. Посіб. К.: Знання, 2005. С. 442.
84. Чернец Е.В. Подходы к изучению профессиональной и корпоративной культуры. *Вестник Челябинского государственного 160 университета*. 2009. № 27 (165). Филология. Искусствоведение. Вып. 34. С. 160-163.

85. Шипіцина Ю. В. Етичний аспект ділової комунікації та статус етичного кодексу серед інших нормативних документів. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки*. 2009. 20: с. 736-739.

86. Code of Ethics Ferrero Company

87. Code of Ethics Johnson Matthey's

88. Effective, but not all the time: Experimental evidence on the effectiveness of a code of ethics' design. URL: [Peter Kotzian,Thomas Stöber,Barbara E. Weißenberger,Florian Hoos](#)

89. Lakoff G. Linguistic gestalts / G. Lakoff // Papers from the Thirteenth Regional Meeting, Chicago Linguistic Society, April 14-16. – Chicago, Illinois: Chicago Linguistic Society, University of Chicago, 1977. – P. 236–287

90. Langlois C.C., Schlegelmilch B.B. Do Corporate Codes of Ethics Reflect National Character? Evidence from Europe and the United States. *Journal of International Business Studies*. Vol. 21. No. 4 (4 th Qtr.). 1990. P. 519&539.

91. Trier Jost. Der deutsche Wortschatz im Sinnbezirk des Verstandes: Dhte eines sprachlichen Feldes I. Von den Anfängen bis zum Beginn des 13. Jhdts. Heidelberg: Winter, 1931, 347 p.