

## ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ, СКЛАДАННЯ ТА НАПИСАННЯ РІЗНИХ ТИПІВ ДІЛОВИХ ДОКУМЕНТІВ

Одним із завдань курсу “Комунікації в Бізнесі” є навчити студентів складати різні типи ділових документів іноземною мовою, сформулювати та розвинути навички не тільки усного, а й нав'язного ділового мчілення. На проблемах “комплонування ділових документів основних жанрових різновидів” [5, 25], підготовки та створення “факсової документації” [7, 25], розвитку “англословного переговорного ділового спілкування” [4, 3] зосереджується значна увага у сучасній методичній науці. Цілковито справедливо вважається, що формування та розвиток навичок нав'язного ділового мчілення є ажобкідною умовою “підсилення професійної спрямованості” [3, 133] при підготовці майбутніх фахівців зовнішньоекономічної діяльності.

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

У процесі планування необхідно перш за все озвучити та визначити предмет нав'язного повідомлення або предмет дослідження, тобто те, що буде висвітлюватися у тексті ділового документа. Це може бути відповідь на лист-запитання обсягом у три-чотири абзаци або аналітична річна доповідь обсягом у триста сторінок про результати діяльності компанії. Щоб визначити предмет повідомлення чи дослідження, слід визначити, яка інформація необхідна, і розробити план та методи її сприйняття. Для підготовки об'ємних ділових документів необхідно виробити стратегію пошуку та обробки потрібної інформації. Вона повинна бути точною, надійною, стосуватися суті висвітлюваної в діловому документі проблеми. Щоб зібрати інформацію, необхідно провести так зване “вкорачання” і “терачання” [10, 131] дослідження. Вторинне дослідження – це новизна, аналіз і систематизація вже відомого і опублікованого у різних джерелах матеріалу, а первинне – це власні ідеї дослідника, сприйняті внаслідок проведення експериментів, споглядання чи набутого досвіду. Збирання інформації, фактів, статистичних даних потрібно об'єктивно і неумереджено проаналізувати, систематизувати, інтерпретувати залежно від мети написання документа.

Щоб визначити предмет нав'язного повідомлення або дослідження, створеного й представленої інформації про нього, варто дати відповіді на такі запитання [9, 12]:

- Що мені відомо про предмет анкета або дослідження?
- На чому слід сконцентрувати свою увагу: на загальному чи детальному його висвітленні?
- Що важливого і нового можна повідомити у предоді нав'язного?
- Як зацікавити читачів предметом нав'язного проекту?
- Чи під силу мені висвітлювати визначений предмет нав'язного або дослідження?

Після визначення предмета нав'язного повідомлення, автору необхідно уявити свого майбутнього читача, тобто визначити аудиторію, для якої створюється діловий документ. Від цього залежить вибір типу документа, стилю його написання, наявність у документі технічних термінів. Наприклад, “Фінансовий звіт” для президента чи ради директорів компанії буде відрізнятися від такого ж документа, призначеного для преси.

Щоб проаналізувати аудиторію, яка буде читати майбутній діловий документ, варто дати відповіді на такі запитання [9, 15]:

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

– Що читачі знають чи думають про предмет письмового повідомлення або дослідження? Що є джерелом їх знань? Яке буде їх ставлення до предмета письмового повідомлення або дослідження?

– Чому читачі будуть цікавитися цим письмовим повідомленням? Що мового вони очікують дізнатися? Чи треба їх переконати у своїй правоті?

– Як зацікавимо їх предметом письмового повідомлення або дослідження? Як привернути його увагу та виправдати їхні сподівання?

– Як допомогти читачам зрозуміти це письмове повідомлення? Які логічні переходи слід використувати, які провади наводити, щоб вони зрозуміли написане?

Коли визначено предмет письмового повідомлення, визначено та досліджено аудиторію, слід сформулювати і зрозуміти мету створення ділового документа. Для цього необхідно висвітлити проблему “з урахуванням конкретних умов і за наявності фактичної інформації” [1, 112], прописувати її причини і передбачити можливі наслідки. Наприклад, метою створення та написання листа-відмови на скаргу мовця є не лише висвітлення чи знайти виправдання, а й підтримати добру репутацію своєї організації, переконати клієнта у вартимості помилки, запевнити у неможливості її повторення в майбутньому. Метою інформативного ділового документа може бути повідомлення читача про різні писення діяльності як у нинішніх оданій організації, так і за її межами. Аналітичний діловий документ аналізує певну проблему і впроваджує рекомендації для ухвалення адекватного рішення, тому мета його створення – тожати і проаналізувати факти, зробити висновки і рекомендувати способи вирішення проблеми, передбачити наслідки ухвалення певного рішення.

Щоб зрозуміти мету дослідження, зауми дати відмови на такі запитання [9, 19]:

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

– Що необхідно знати у процесі роботи над проектом? Чи зрозумілий предмет письмового повідомлення або дослідження? Чи розглянуті всі можливі категорії читачів, які писли б скористатись цією письмовою роботою?

– Які гіпотези можна використувувати для визначення робочої мети дослідження? Які з мов можуть найбільш ефективно використовувати ід думок?

– Яка мета цього письмового проекту? Чи зайнялася вона, коли стало більше відомо про предмет письмового повідомлення або дослідження й аудиторію? Якщо так, то який чинком?

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

Таким чином, предмет письмового повідомлення, аудиторія і мета – це центральні елементи процесу планування про підготовку до складання ділових документів. Тому для ефективного виконання письмового завдання зі складання ділових документів необхідно зрозуміти, як процес планування елементів взаємпліють, і писатися координувати скажком взаємове’який мов нням.

Нігосажписишта річ при плануванні – це знати, коли зупинитися. Після того, як завершено процес планування, мотом апредкотом до сктивання чорнового варіанта ділового документа.

У процесі складання чорнового варіанта виробляється певна стратегія організації і розв’язку написання самого тексту документа, коли ідеї і думки знаходять своє письмове вираження. Чорновий варіант ділового документа перетворює результату планування, а тжосж зібрану та опрацьовану інформацію в довершеної письмовий продукт. На етапі сктивання чорнового варіанта висвітлюється знання вибору предмета письмового повідомлення, аудиторії та мети, експлрантування зі способом вираження головної ідеї дослідження, систематизації та оцінки інформації.

Створюючи чорновий варіант, автор проходить через певні ектив [9, 60], першим із ктив є *намаждрудич складена скелаз або проект* документа. В цьому проекті слід визначити попередньо організувати різноміжнєтних матеріалів, тобто створює основу чорнового варіанта документа, не дотримуючи строгого формату написання.

Слід тжосж впроблема проект *зімовили*, або припущення того, що передбачається довести в результаті створення даного письмового проекту, зважити, чи достатньо є зібраних

матеріалів, аргументів на користь припущення. Це допомогло зрозуміти, чий ефект краще отримати в результаті написання повідомлення.

Наступним етапом підготовки чорнового варіанта є складання *проекту-відкриття*, що дозволяє відкрити щось нове про предмет, аудиторію і мету мовного повідомлення. На цьому етапі нотатки перетворюються у речення, які потім групуються в абзаци. Числоти наспидкуруч написаного проекту розширюються і скорочуються, а гіпотеза-припущення перетворюється на висновок і потім твердження. В результаті складання проекту-відкриття з'явився текст, який краще написати на переробковий і шліфувати в наступних чорнових варіантах.

Останнім етапом є складання *описового проекту*, метою якого є оцінити чорновий варіант твору та прилад його кінцалпки. В описовому проекті коротко аналізується зміст кожного абзаци, його сюжетове навантаження, визначається, як розвинути та вдосконалити кожен абзаци тексту ділового документа. Необхідно продумати, як копати факти чи порівняти статистичні дані, які приклади навести.

Отже, складання чорнового варіанта означає рюмулювання зібраного матеріалу, компоновання і логічне новдання речень та абзаци, тобто створення підсого, завершеного тексту. Складання чорнового варіанта отребачає підготовку графічних матеріалів, ілюстрацій, схем, таблиць ктлво. Наочні засоби, які служать так званій “візуалізоо” [8, 396] тексту, допоможуть скоротити довгі вербтові ілпки, краще сприйняти і зрозуміти суть внаваденого матеріалу.

Щоб розкрити нове бачення написаного, щоб побачити текст ділового документа під новим кутом зору, щоб краще сформулювати думки й аргументувати твердження, проводиться редагування та випірення тексту.

Якщо в приладі написання відбувається втілення ідеї, то під час редагування і випірення тексту перевіряється її ефективність. Слід пролукати кожен деталь представленого матеріалу, – від абстрактних припущень до конкретних оцінок, провести “ретьальний аналіз, відбір та перероблення внаваденого для досягання логічної та стипістичної завершеноості” [6, 95], а не лише виправити ктлвні граматичні та інші помилки. На цьому етапі потрібно визначити, наскільки глибоко вивірено предмет мовного повідомлення або дослідження, чи досягнуто мети написання документа, чи логічні переходи між різними його частинками.

Редагування і випірення тексту – це переважно інтуїтивний прилад, коли несподівана думка надикає переставнов абзаци, замінити слова, по-новому зв'язати частини речення. Крім того, це – рекурсивний процес: автор, як художник, поспійно відступає назад, щоб побачити весь твір, а потім покращує якусь деталь і спогтерігається, як внавадена деталь змінює всю колапсполо твору. Редагування і випірення тексту ділового документа – це логічний процес, оскільки спершу відбувається виправлення форми і стилю, а потім – дрібних непотимсій (таким як синтаксис чи вибір слів). Загалом, це – творчий процес, який вимагає багато часу і зусиль, але дозволяє зробити кінцевий мовний продукт значно кращим.

Для випірки остаточного варіанта ділового документа бажано залучити сторонніх чиначів, які критично оцінять створений текст, побачать його вади і недоліки та запропонують свої ідеї, щоб зробити мовний продукт дієвким, сильним, гострим. Такий інтерактивний прилад роботи ктлве отримати фундаментальні якісні зміни в тексті написаного. Діловий документ – це фактологічний, об'єктивний, позбавлений емоційного забарвлення текст, тому даятно ще раз зверити ктлве результату проведенного дослідження, цитати, статистичні матеріали ктлво. Вауд критично оцінити написана, починаючи від заголовка і закінчуючи спогком використання джерел. Даятно ктлва разі прочеати виправлений, відредагований, випірений матеріал – можливо, його ще ктлве на вдостотимно.

Отже, ретьальне дотримання всіх етапів – планування, стивання чорнового варіанта, редагування та випірення тексту – у процесі підготовки та написання ділових документів допоможе усажано виконати “завдання на продукування мовеспо мовленавного повідомлення” [2, 19]. Всі етапи можна проходити в лійній мовізованості, проте не внаважено, що в буд-краще момент написання їм доведеться сулицати, щоби зробити текст ділового документа чітким, змістовним, логічним і послідовним.

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

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Іванова І. Метод конкретних ситуацій ("Кейс-стаді") у формуванні професійних мислитель // Вісник КНТЕУ. – 2001. – №1. – С.112-124.
2. Крижачкова Г.Ф. Інтерактивне навчання іноземною писемною мовленням студентів можливе спеціальностей // Іноземні мови. – 2002. – №3. – С.17-20.
3. Петрова О.В. Деякі напрями професіоналізації навчання іноземних мов на етапі гімназичного освіти // Вивчення іноземної мови державними службовцями як засіб інтеграції України в Європейське співтовариство: Матеріали науково-практичної конференції. 25 квітня 2002 р. – Харків, 2002. – С.132-133.
4. Скуратівська Г.С. Англійське писемне ділове спілкування між студентів економічних спеціальностей. – Івано-Франківськ: Академія ДПСУ України, 2000. – 60 с.
5. Скуратівська Г.С. Методичні рекомендації між навчання писемного англійського професійного мовлення студентів фінансово-економічних спеціальностей // Іноземні мови. – 2002. – №3. – С.25-26.
6. Усєвова С.Г., Успенів В.О. Система вправ з розвитку акцентів творчого писемного // Актуальні проблеми викладання іноземних мов у нашій школі: Збірник наукових праць. – Вип.1. – Донецьк: Вип-во Донецького університету, 1999. – С.94-100.
7. Успенів О.М. Система вправ між навчання створення фахової документної англійською мовою студентів факультетів зовнішньоторговельної діяльності // Іноземні мови. – 2002. – №3. – С.25-30.
8. Bovee, Courtland L., and John V. Thill. Business Communication Today. – New York: McGraw-Hill, Inc., 1992. – 659 p.
9. Trimmer, Joseph F., and James M. McCrimmon. Writing with a Purpose. 9<sup>th</sup> Edition. – Boston: Houghton Mifflin Company, 1988. – 524 p.
10. Vuk, Gretchen N., and Jeannette Wortman Gilsdorf. Business Communication. Burr Ridge, IL: Business One Irwin, 1994. – 613 p.