

компетентності, вміння знаходити оптимальні засоби впливу, виховання мовленнєвої особистості як комунікативного лідера, здатного застосовувати ефективні риторичні технології, які можна наповнювати будь-яким предметним змістом (технічним, економічним та ін.).

3. Досвід викладання ділової риторики для слухачів ННППК і студентів академії підтверджує перспективність цієї навчальної дисципліни. Набуття риторичних умінь дозволяє випускнику вищого навчального закладу добирати і використовувати ефективні технології підготовки до конкретних форм ділової комунікації; здійснювати раціональну мовленнєву і невербальну поведінку в різних ситуаціях ділового спілкування; застосовувати риторичні засоби, які

забезпечують дієвість публічного виступу, ділової бесіди, наради, переговорів тощо.

4. Результативність викладання ділової риторики досягається комплексом дидактичних і методичних заходів: відбором навчальної інформації відповідно до професійних потреб майбутнього фахівця; побудовою навчального матеріалу за принципами цілісності та концентричності, що передбачає нарощення, поглиблення знань і вмінь студентів, для яких типовими є більш технічне, ніж гуманітарне мислення, та несформованість риторичної культури; чергуванням семінарських та практичних занять в активній формі; застосуванням методичних розробок, що містять як теоретичні, так і практичні матеріали з ділової риторики і доведені до практичних правил їх застосування в майбутній діяльності за спеціальністю.

УДК 656.2 (477): 94

О.В. Кравченко
O. V. Kravchenko

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ ІСТОРІЇ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ІМІДЖУ УКРЗАЛІЗНИЦІ

PROMOTION HISTORY RAILWAY AS A FACTOR IMPROVING IMAGE UKRZALIZNYTSYA

Імідж транспортної залізничної компанії – це її бажаний образ, що планується і просувається в цільовій аудиторії. У формуванні іміджу важливу роль відіграють у першу чергу якість і надійність пасажирських і вантажних перевезень. Однак сьогодні залізниця усвідомлюється не лише як засіб перевезення, а й об'єкт, що має історичний та естетичний зміст, тісно пов'язаний з історією і культурою країни.

Робота зі створення позитивного іміджу Укрзалізниці повинна бути спрямована на такі цільові групи: працівники залізниць, для яких поважне ставлення до минулого галузі, її історії та

традицій є складником формування корпоративної культури; молодь і діти як об'єкт цілеспрямованої профорієнтаційної політики; інвестори; споживачі транспортних послуг, до яких потенційно належить все населення України.

Вітчизняний і закордонний досвід свідчить, що популяризація історичної спадщини залізниць може здійснюватися за такими напрямками:

- проведення архівно-дослідницької роботи для знаходження нової інформації з історії залізничного транспорту;
- пошук, збереження та відновлення історично цінних зразків техніки, у першу чергу локомотивів і вагонів;

- відвідування виставок натурних зразків техніки;
- організація екскурсій і ретро-поїздок залізницями;
- збереження та реставрація унікальних транспортних споруд і створення залізничних заповідників у музейно-просвітницьких цілях;
- видавнича (публікація найбільш цінних в інформативному відношенні видань з даної тематики) і рекламно-пропагандистська діяльність;

- широке поширення продукції з тематики популяризації історії залізничного транспорту (інформація з історії залізниць, станцій, вокзалів та ін., розміщена у відповідних приміщеннях, пасажирських вагонах тощо), публікація матеріалів у ЗМІ та ресурсах Інтернету;
- створення і демонстрація відеофільмів з даної тематики;
- публічні лекції і конференції з історії залізничного транспорту тощо.

УДК 1(091).(44)

В.М. Петрушов
V.M. Petrushov

МЕТОД ТЕКСТОВОГО АНАЛІЗУ РОЛАНА БАРТА

METHOD OF TEXT ANALYSIS BY ROLAN BART

Ролан Барт (1915-1980 рр.) – французький філософ і літературний критик. У формуванні своєї філософської позиції пройшов два етапи: ранній (структуралістський) і пізній (постструктуралістський). У перший період своєї творчості розробляє основні принципи своєї конотативної семіотики, де звертає увагу на тексти і твори лише з погляду їх структури. Пізніше він відмовляється від структурної моделі мови і звертається до практики тексту, прагне протиставити два предмети аналізу – Твір і Текст, які потребують якісно різних методик дослідження, наслідком чого стає створення нової модернізованої матриці структуралізму – методу текстового аналізу.

Сутність методу текстового аналізу полягає в заміні поняття структура поняттям структурація, тобто у відмові від тлумачення твору як певного цілого, яке характеризується стійкою незмінною структурою, й акцентуванні на рухливості та мінливості тексту як процесу структурації. Текстовий аналіз проводить

рухому змінну впродовж історії структурацію тексту, проникає у смисловий обсяг твору, у процес позначення, дає можливість побачити, як текст вибухає та розсіюється в міжтекстовому просторі. За допомогою текстового аналізу дослідник прагне віднайти лише ті форми та коди, через які відбувається виникнення смислів тексту, тобто простежити шляхи смислоутворення. Коди – це зібрання правил чи обмежень, які забезпечують комунікативне функціонування будь-якої знакової системи. Під кодом розуміються асоціативні поля, надтекстова організація значень, які нав'язують уявлення про певну структуру. Коди – це певні типи вже баченого, вже читаного, вже робленого; код є конкретна форма цього «вже», яке конститує будь-яке письмо. Текст принципово відрізняється від літературного твору, він не є естетичним продуктом, а виражає практику позначення. Позначення – це не структура, а структурація. Наступне важливе поняття – це інтертекст. Будь-який текст є інтертекстом, інші тексти присутні в ньому на різних рівнях у формах, які можна