

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЗ „Луганський національний університет імені  
Тараса Шевченка”**

**Кафедра української філології  
та загального мовознавства**

**Усна і письмова комунікація  
та академічна риторика  
навчальний посібник  
для студентів закладів вищої освіти**

**Старобільськ – 2021**

УДК 808.5(075)

Рецензенти:

**Ігнатська С. Є.** – кандидат філологічних наук, професор, завідувач кафедри філології та мовної комунікації НТУ „Дніпровська політехніка”.

**Гороф’янюк І. В.** – кандидат філологічних наук, доцент кафедри української мови Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського.

Усна і письмова комунікація та академічна риторика : навчальний посібник для студентів закладів вищої освіти / Н. С. Безгодова, М. О. Волошинова, І. О. Ніколаєнко. Старобільськ : Вид-во ДЗ „ЛНУ імені Тараса Шевченка”, 2021. 163 с.

Навчальний посібник містить матеріал про різноманітні аспекти усної й письмової комунікації та риторичної компетенції.

Для студентів закладів вищої освіти, викладачів, усіх, хто цікавиться питаннями академічної риторики, бажає підвищити рівень особистої фахової та мовленнєвої культури.

Рекомендовано до друку вченою радою ДЗ „Луганський національний університет імені Тараса Шевченка”  
(протокол № 7 від 26 березня 2021 р.)

© Безгодова Н. С., Волошинова М. О., Ніколаєнко І. О., 2021  
© ДЗ „ЛНУ імені Тараса Шевченка”, 2021

## ПЕРЕДМОВА

Навчальна дисципліна „Усна і письмова комунікація та академічна риторика” для студентів 1 курсу освітнього закладу „Луганський національний університет імені Тараса Шевченка” всіх спеціальностей складається з двох тематичних модулів: „Теорія і практика усної й письмової комунікація” та „Академічна риторика”.

**Мета курсу:** підготувати фахівців, які розуміють успішну комунікацію як запоруку успіху й платформу для реалізації продуктивних ділових взаємин; розвиток елітарної риторичної особистості з критичним способом мислення, удосконалення комунікативних умінь здобувачів ступеня бакалавр на засадах компетентнісного підходу, вироблення в них уміння екстраполювати основні закони та прийоми красномовства на сферу свого фаху, формування основ вербальної та невербальної майстерності академічного публічного мовлення.

**Завданнями курсу є:**

- забезпечити особистісне зростання здобувачів освіти, підвищити їхній рівень фахової та мовленнєвої культури;
- оволодіти знаннями про основні теоретичні концепції комунікативних процесів, характеристики перспективних моделей комунікації та комунікативних технологій;
- виробити вміння визначати доцільність застосування комунікативних технологій у різних соціальних ситуаціях, будувати прогностичні моделі міжнародної комунікації, аналізувати результати комунікативних кампаній;
- подати відомості про риторичний ідеал як історично й суспільно зумовлену систему загальних вимог до мовлення та мовленнєвої поведінки носія певної культури та виробити критичний підхід до власного риторичного образу;
- формувати вміння й навички конструювання текстів виступів різних жанрів;
- дати ґрунтовні й системні знання про особливості ораторського підстилю публіцистичного стилю; ознайомити з практичними прийомами організації ефективного публічного

мовлення й можливостями їхнього застосування в професійній діяльності;

- виробити вміння системно аналізувати весь комунікативний процес (рефлексія); виховувати потребу вдосконалювати власне монологічне та діалогічне мовлення;

- зміцнювати повагу до державної мови.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач освіти має **знати**:

- різноманітні теорії спілкування, засновані на внутрішньоособистісному, міжособистісному, міжкультурному, малогруповому, організаційному, риторичному, громадському та опосередкованому контекстах;

- сучасні погляди на концепцію комунікації й різні моделі комунікацій;

- головні ознаки, види й жанри академічного красномовства;

- основні категорії та поняття академічної риторики;

- специфічні риси видів і жанрів ораторського мистецтва;

- засоби вербального та невербального впливу на аудиторію.

У результаті опрацювання теоретичного матеріалу курсу здобувач має **вміти**:

- підтримувати ділову комунікацію з усіма суб'єктами інформаційного ринку, користувачами, партнерами, органами влади та управління, засобами масової інформації;

- застосовувати практичні навички усного й писемного ділового мовлення, необхідні для успішного навчання та професійної діяльності;

- аналізувати та узагальнювати інформацію, ідеї з багатьох джерел, щоб генерувати нові відомості; працювати і автономно, і в складі команди;

- здійснювати письмове та усне спілкування діловою українською мовою, виходячи із завдань комунікації та сформованої ситуації;

- використовувати різні концепції спілкування для аналізу й розуміння взаємодій, повідомлень, ідей, аргументів та поглядів;

- екстраполювати основні закони риторики на практику своєї професії;
- будувати тексти різних жанрів та видів ораторського мистецтва з фахової проблематики відповідно до мети, призначення й умов комунікації;
- правильно застосовувати риторичні методи аргументування;
- уміти ставити запитання та логічно й правильно відповідати на них;
- репрезентувати результати наукової роботи у вигляді повідомлень, презентацій.

## МОДУЛЬ 1

### ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА УСНОЇ Й ПИСЬМОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

#### ОПОРНІ КОНСПЕКТИ ЛЕКЦІЙ

##### ЛЕКЦІЯ 1

##### Тема: *Усна й письмова комунікації*

###### План

1. Мотиви, завдання та функції комунікації.
2. Стили комунікації.
3. Типологія комунікації за різними критеріями.
4. Основні елементи процесу комунікації.

**1. Комунікація** (лат. *communico* – спілкуюсь із кимось) – *смысловий та ідеально-змістовий аспект соціальної взаємодії; обмін інформацією в різноманітних процесах спілкування.*

У сучасній лінгвістиці комунікацію розглядають як спілкування, обмін думками, даними, ідеями тощо, тобто як специфічну форму взаємодії людей у процесі їхньої пізнавально-трудоваї діяльності.

В аспекті знакових систем комунікація постає як процес, у якому учасники оперують значеннями за допомогою символічних повідомлень, тобто як операція з інформацією. У широкому розумінні слова, вважає сучасний німецький лінгвіст Е. Гроссе, „комунікація є акцією спілкування за допомогою знаків (мовних і немовних), що слугує меті передавання інформації незалежно від способу й намірів”.

Основна мета комунікативного процесу – забезпечення розуміння інформації, що є предметом обміну, тобто повідомлень. Однак сам факт обміну інформацією ще не гарантує ефективності спілкування осіб, які брали участь у цьому обміні. Щоб краще розуміти процес обміну інформацією й умови його ефективності, варто мати уявлення

про стадії процесу, у якому беруть участь двоє або більша кількість людей.

Незалежно від засобів і каналів комунікації ми передаємо повідомлення для того, щоб (мотиви комунікації):

- попередити інших людей (дорожні знаки або крик);
- поінформувати інших людей (телетекст або пресреліз);
- пояснити що-небудь (підручник або план експерименту);
- розважити (анекдот або перегляд художнього фільму);
- описати що-небудь (документальний фільм чи усна розповідь);

- переконати кого-небудь (плакат: „Збережемо життя первоцвітам!” / „Ти ж людина – залишайся нею!”).

Базовою причиною, через яку люди потребують комунікації, слугують соціальні потреби людини або групи людей. Ми вступаємо в комунікативний процес з метою задоволення тих або тих своїх нагальних потреб. Отже, цілі / мотиви комунікації обслуговують основні потреби людини:

- виживання;
- співпраця з іншими людьми;
- особисті потреби;
- підтримання стосунків з іншими людьми;
- переконання інших діяти або думати яким-небудь чином;
- прояв влади над іншими людьми (сюди належить і пропаганда);
- об'єднання товариств і організацій у єдине ціле;
- отримання й повідомлення інформації;
- усвідомлення світу й нашого досвіду в ньому (у що ми віримо, що думаємо про себе, про стосунки з іншими людьми та ін.);
- прояв творчої природи й уяви.

Процес комунікації, як це відзначають учені вже протягом тисячоліть, починаючи з часів Аристотеля і до наших днів, може набувати різних форм свого прояву залежно від зовнішніх і внутрішніх умов навколишнього середовища, числа учасників,

справжніх і декларованих цілей сторін, що взаємодіють, засобів і стратегій виконання та ін. Безліч чинників впливають на визначення *функцій комунікації*. У реальному комунікативному процесі, навіть в одному окремо взятому комунікативному акті, можуть поєднуватися кілька функцій, одна або дві з яких будуть основними, визначальними. З погляду професійно-компетентнісного підходу в інтегративному соціально-комунікативному аспекті можна говорити про функції комунікації загалом (про їхню роль у житті й діяльності людини та суспільства). У такому ж ракурсі можна говорити про функції окремих комунікативних актів і комунікативних подій.

На всьому шляху наукового пізнання комунікаційного процесу до теперішнього часу в спеціальній і навчальній літературі накопичено велику кількість моделей комунікації, кожна з яких по-своєму відображає структуру, змістовну частину й динаміку процесу комунікації. Більшість з них було розроблено та описано вченими у ХХ ст., але перша з відомих моделей була запропонована ще Аристотелем. У своїх творах „Поетика” і „Риторика” він доказово обґрунтував усю універсальність класичної моделі комунікації: „оратор – промова – слухач”, тому що вона повною мірою відображає комунікативний акт і в усній, і в письмовій формах. Проте вже в новітній історії першої половини минулого століття з розвитком засобів масових комунікацій, таких як радіо, кіно, телебачення, комп’ютерна техніка та Інтернет, класична модель зазнала змін. ХХІ ст. з його бурхливими об’єктивними соціальними законами змін і метаморфоз, політичної глобалізації та економічної інтеграції тим більше вимагає поглибленого тлумачення процесу комунікації.

У функційній моделі комунікації або мовленнєвого акту Романа Якобсона беруть участь *адресант* і *адресат*, від першого до другого направляєтся повідомлення, яке написано за допомогою коду, контекст моделі Якобсона пов’язаний зі змістом повідомлення, з інформацією, що передається в ньому, поняття „контакту” пов’язане з регулятивним аспектом комунікації.



Використовуючи модель Р. Якобсона, можна виділити шість функцій:

1) *експресивну* (емотивну) – вираження свого „я”, ставлення мовця до того, про що він говорить;

2) *апелятивну* (конативну) – вплив на співрозмовника, відображає орієнтацію на адресата;

3) *комунікативну* (референтну, денотативну) – орієнтовану на контекст і відсилання на смисловий об'єкт, про який ідеться в повідомленні;

4) *поетичну* (за Ж. Дюбуа, Ф. Еделін та ін. – *риторичну*) – спрямовану в першу чергу на повідомлення, на його форму; перетворює побутову мову на вірєць словесного мистецтва;

5) *металінгвістичну* (метамовну) – пов'язану з кодом переданої інформації та її правильним тлумаченням і розумінням співрозмовником;

6) *фатичну* – орієнтовану на контакт і його постійне підтримання, а не на передачу або новизну переданої інформації.

Кожна із запропонованих функцій пов'язана з тим або тим учасником комунікаційного процесу.

Ряд дослідників (О. Леонтьєв, Н. Мечковська) додають також *магічну* функцію (забобони, заклинання, обряди), *етнічну* (об'єднує народ), *біологічну* (для комунікації тварин).

М. Василик виділяє *пізнавальну*, *методологічну*, *прогностичну* й *практичну* (інструментальну) функції.

Інші вчені мінімізують кількість функцій, називаючи лише основні. Так, відомий психолог і лінгвіст К. Бюлер (1879 – 1963) визначив лише три функції мови, які проявляються в будь-якому акті мовлення:

1) *експресивну* (*виражальну*);

2) *апелятивну* (*функцію звертання*) – співвідноситься з тим, хто слухає;

3) *репрезентативну* (функцію повідомлення) – співвідноситься з предметом мовлення.

Тобто відправник повідомлення виражає себе, апелює до адресата й репрезентує предмет комунікації.

Традиційно науковці виділяють дві або три функції мови й комунікації як головні, які, утім, перетинаються одна з одною. Уважається, що мова в першу чергу виконує **пізнавальну (когнітивну)**, або **інформаційну**, функцію: вираження ідей, понять, думок і повідомлення їх іншим комунікаторам. Друга функція, яка зазвичай виділялася в процесі спілкування, – **оцінна**: вираження особистих оцінок і відносин; третя – **афективна**: передача емоцій і почуттів. Роджер Белл, відомий американський автор наукових праць із соціолінгвістики, співвідносить з цими функціями мови три сфери гуманітарних наук: 1) лінгвістику і філософію (когнітивна функція); 2) соціологію і соціальну психологію (оцінна функція); 3) психологію і літературознавство (афективна функція).

**2.** Кожній людині властивий свій стиль спілкування, який накладає цілком упізнаваний, характерний відбиток на її поведінку і спілкування в будь-яких ситуаціях. *Стиль спілкування*, як уважають учені, залежить і від індивідуальних особливостей та особистісних рис людей (запальність, витриманість, довірливість, закритість та ін.), і від історії життя, ставлення до людей, загальноприйнятих у конкретній культурі норм спілкування тощо. Важливість стилю спілкування в комунікації полягає в тому, що з його допомогою відбувається розуміння різних ситуацій, формується ставлення до партнерів з комунікації, обираються способи вирішення проблем.

Ефективна міжкультурна комунікація вимагає знання й умінь використовувати всі її компоненти. Серед цих компонентів важливе місце належить стилю вербальної комунікації. У цьому аспекті стиль спілкування – це своєрідне мета-повідомлення, яке вказує, як індивідам слід розуміти та інтерпретувати вербальне повідомлення – контекст комунікації. Він становить індивідуальну стабільну форму комунікативної поведінки людини, яка виявляється в будь-яких умовах взаємодії, у будь-якій ситуації.

Вербальна комунікація передбачає майстерне володіння всіма мовленнєвими жанрами: *від* репліки або коментаря *до*

інформаційного повідомлення, лекції, доповіді, публічної промови.

Стилі комунікації також істотно варіюються в різних культурах. Зазвичай виділяють чотири групи стилю вербальної комунікації:

- прямиий і непрямиий;
- майстерний, точний і стислий;
- особистісний і ситуаційний;
- інструментальний і афективний.

**Прямиий і непрямиий стилі комунікації.** Завдяки цим стилям виявляється ступінь вираження людиною своїх внутрішніх спонукань і намірів у процесі спілкування, тобто з'ясовується ступінь відкритості людини. *Прямиий* стиль пов'язаний з вираженням справжніх намірів людини. *Непрямиий* стиль дозволяє приховувати бажання, потреби й цілі людини в спілкуванні.

**Майстерний, точний і стислий стилі комунікації.** Ці стилі показують ступінь використання експресивних засобів мови, пауз, мовчання. *Майстерний* стиль передбачає використання багатого, експресивного мовлення у спілкуванні. Так, в арабських культурах, відмовляючись від частування, мало сказати просто „ні”, відмова супроводжується клятвами й запевненнями, абсолютно недоречними з погляду європейця або американця. Адже вони звикли до використання точного стилю, який передбачає вживання лаконічних, стриманих висловлювань. *Точний* стиль полягає у використанні необхідного й достатнього мінімуму висловлювань для передачі інформації (максимум, але й не менше, ніж необхідно). *Стислий* стиль, крім лаконічності й стриманості, включає ухильність, використання пауз і виразного мовчання.

**Особистісний і ситуаційний стилі комунікації.** *Особистісний* стиль комунікації наголошує в спілкуванні на особистості індивіда, а *ситуаційний* – на його ролі. В особистісному стилі вербальними засобами посилюється Я-ідентичність, у ситуаційному – рольова ідентичність. Можна сказати, що особистісний стиль використовує мову, що відображає соціальну рівність, і характерний для

індивідуалістичних культур (Данія, Нідерланди і Швеція), ситуаційний стиль відбиває ієрархічність суспільних відносин і характерний для колективістських культур (наприклад, Китаю).

*Інструментальний і афективний стилі комунікації.* Ці стилі різняться своєю орієнтацією на того чи того учасника вербальної комунікації. *Інструментальний* стиль спілкування головним чином орієнтований на мовця й на мету комунікації, *афективний* – на слухача й на процес комунікації. Інструментальний стиль спирається на точні знання, щоб досягти мети спілкування. Афективний стиль використовує аналогії, щоб досягти визначеності й отримати схвалення партнера. Інструментальний стиль дозволяє людині утвердити себе, підтримати власне обличчя, а також зберегти почуття автономії й незалежності від співрозмовника. Афективний стиль, навпаки, орієнтований на сам процес спілкування, на пристосування до почуттів і потреб співрозмовника, досягнення групової гармонії. Це призводить до того, що при афективному стилі людина змушена бути обережною у своєму мовленні, не вживати ризикованих висловлювань. Для цього мовець уникає прямих тверджень чи заперечень. Якщо обидва співрозмовники в спілкуванні дотримуються цього стилю, то постійно виникає проблема інтерпретації сказаного, його перевірки, яка знов-таки проводиться непрямым чином. У такій ситуації важливо не те, що говорить, а те, що робиться.

При афективному стилі особливої ваги набуває контекст спілкування. Характерним зразком афективного стилю комунікації може слугувати японський стиль спілкування. Головною своєю метою він ставить процес розуміння співрозмовниками один одного. Від співрозмовників очікується, що вони проявлять інтуїтивну чуйність до значень між слів. Самі ж слова, вербальні вислови слугують лише натяками на реальний зміст, ніхто не чекає, що вони будуть сприйняті як точні факти, що відображають реальність. Цей стиль характерний для колективістських культур.

3. Існує кілька типологій спілкування за різними критеріями:

а) за участю чи неучастю мови (мовного коду): *вербальне* (словесне, від лат. *verbum* – слово) або *невербальне* (жести, постава, тип одягу, зачіска тощо, а також інтонація, тембр голосу тощо) *спілкування*;

б) за формою реалізації засобів мовного коду: *усне спілкування* (сприяє швидкому реагуванню сторін, що спілкуються, передає всі нюанси розмови); *письмове* (більш формалізоване, може бути розірване в часі й просторі (наприклад, листування)); *друковане* (характеризується уніфікаційними особливостями);

в) за темою спілкування: *політичне, наукове, побутове, релігійне, філософське, навчально-педагогічне, виховне* та ін.;

г) за метою спілкування: *ділове спілкування* (переслідує конкретну предметну або інформаційну мету); *розважальне* (проведення часу в спілкуванні);

д) за мірою офіційності: *офіційне спілкування* (відбувається у формальних комунікативних ситуаціях: начальник – підлеглий, колега – колега, покупець – продавець та ін.); *неофіційне* (відбувається в неформальних комунікативних ситуаціях, без необхідності обов'язкового підтримання статусних норм комунікації; це спілкування друзів, приятелів, закоханих та ін.);

е) за мірою контрольованості: *формальне спілкування* (відбувається в офіційних ситуаціях, які контролюються й регламентуються); *неформальне* (відбувається в невимушених ситуаціях – бесіда друзів);

ж) за кількістю співрозмовників: *внутрішнє* (комунікант спілкується сам із собою); *міжособистісне* (діалог); *комунікація в межах малої мовної групи* (3 – 5 осіб); *публічне* (20 – 30 і більше). Його різновиди: активний промовець і пасивна аудиторія; учасники пов'язані спільним виконанням обов'язків – ієрархічна комунікація; *масова комунікація* (1000 і більше учасників). Пов'язана зі спілкуванням за допомогою газет, журналів, телебачення, радіо, Інтернету тощо; *міжнародна й міжкультурна комунікації* (відбувається між представниками

різних етносів, родів, рас тощо. Однією з її форм є телевізійні мости, учасниками яких можуть бути мільйони глядачів і слухачів);

з) за соціальними чинниками: *особистісно зорієнтоване* (установлення особистісних стосунків – духовних, товариських) і *соціально зорієнтоване* (установлення статусних, рольових, ієрархічних тощо стосунків: начальник – підлеглий);

и) за формою спілкування: *закрите спілкування* (спілкування, за якого зміст розмови перебуває ніби на задньому плані, а на передньому – сам процес спілкування, його форма і правила (світське спілкування, розмови на загальні теми)); *відкрите* (порушують будь-які теми, висловлюють власні погляди (ділова розмова, розмова друзів, закоханих)); *змішане* (містить елементи обох типів спілкування: викладач – студент, лікар – пацієнт тощо);

к) за свободою вибору партнера: *ініціативне спілкування* (співбесідники мають змогу обирати партнерів з комунікації, уникати спілкування з неприємними людьми); *вимушене* (людина вступає в нього незалежно від своїх бажань (розмова з начальником));

л) за тривалістю: *постійне* (у колективах, сім'ях); *періодичне* (у випадку кількаразових зустрічей); *короткотривале* (спілкування в транспорті, у черзі); *довготривале* (з друзями тощо).

**4.** У процесі обміну інформацією можна виділити чотири базових елементи процесу комунікації:

- 1) відправник (джерело, комунікатор);
- 2) повідомлення;
- 3) канал;
- 4) одержувач.

**Відправник** (джерело, комунікатор) – особа, яка генерує ідеї або збирає інформацію й передає її. Мета – певним повідомленням вплинути на адресата. У якості джерела повідомлення можуть бути окремі індивіди, групи людей, суспільні інститути (державні установи, політичні партії, громадські організації, фірми тощо).

Відправник намагається заздалегідь визначити, якого роду враження повинне скластися в одержувача від переданого повідомлення, тобто як інформація буде сприйнята й інтерпретована одержувачем. При цьому немає гарантії, що одержувач зрозуміє відправника саме так, як хотів би останній.

Важливими чинниками, що впливають на процес комунікації, силу впливу інформаційного акту на аудиторію та його інтерпретацію, є тема повідомлення, час повідомлення, а також спосіб подання (кодування) повідомлення.

**Повідомлення** – власне інформація, що становить цілісну систему взаємопов'язаних одиниць закодованих сигналів, що відрізняються новизною або несхожістю на попередній досвід пізнання про ті чи ті явища буття, закодована за допомогою символів. Повідомлення може бути зашифроване й передане за допомогою *вербальних* і (або) *невербальних* знаків, символів, що містять ті чи ті смисли.

Повідомлення – це вже осмислена й відповідним чином закодована інформація. Повідомлення може бути передано:

- при особистій бесіді, у ході міжособистісної комунікації;
- під час безпосереднього виступу перед масовою аудиторією, не виключаючи використання технічних засобів оповіщення;
- опосередковано, за допомогою різних технічних засобів оповіщення маси людей і розмножувальної техніки, преси, радіо, телебачення, комп'ютерної техніки та електронної пошти тощо.

Зазвичай повідомлення – це усні висловлювання або текстові масиви у вигляді письмової мови. Але в невербальній комунікації повідомленням може бути зображення (дорожній знак, малюнок, схема, фотографія, фреска і т.п.), фізичний предмет (квітка у вікні – сигнал-повідомлення про провал явочної квартири; сувенір у подарунок як знак вдячності та ін.) або навіть інформація-сигнал, що передається і приймається на неусвідомленому рівні, але впливає на настрій і навіть самопочуття людини.

**Канал** – засіб передачі інформації. Це поняття з'явилося в комунікології завдяки дослідженням, проведеним у рамках

математичної теорії зв'язку (комунікації) і технічних засобів зв'язку.

Канал – спосіб або засіб, за допомогою якого повідомлення передається від джерела інформації до одержувача. Канали поділяються на:

- а) технічні (ЗМІ; електронні засоби комунікації);
- б) міжособистісні (безпосередній обмін інформаційними повідомленнями між джерелом і отримувачем).

За відомостями журналу „PR Reporter” канали комунікації з погляду ефективності впливу розташовуються в такій ієрархічній послідовності:

- 1) розмова „обличчям до обличчя”;
- 2) дискусія в межах невеликої групи осіб;
- 3) виступ перед великою аудиторією;
- 4) телефонна розмова;
- 5) лист, особисте письмове повідомлення;
- 6) текст, надрукований на машинці (комп'ютері);
- 7) повідомлення перед великою аудиторією;
- 8) матеріал (стаття), відправлений прямою поштовою розсилкою;
- 9) стаття у вигляді інформаційного листа компанії;
- 10) новини в друкованих ЗМІ;
- 11) реклама в ЗМІ;
- 12) зовнішня реклама. Щити.

**Одержувач** – це особа, якій призначена інформація та яка її інтерпретує. Після отримання повідомлення одержувач декодує його. Декодування – це переклад символів відправника. Якщо символи, обрані відправником, мають однакове значення для одержувача, то останній буде знати, що саме мав на увазі відправник, коли формувалася його ідея. Якщо реакції на ідею не потрібні, то процес обміну інформації на цьому має завершитися.

Проте через низку причин одержувач може вкладати дещо інший сенс у повідомлення, ніж мав на меті відправник. Обмін інформацією слід уважати ефективним, якщо одержувач продемонстрував розуміння ідеї, інтерпретувачи її так, як очікував від нього відправник.



## ЛЕКЦІЯ 2

### Тема: *Комунікація як мовленнєва діяльність*

#### План

1. Спілкування і комунікація.
2. Сутність мови, мовлення, мовленнєвої діяльності.
3. Типи і види мовлення як діяльності.
4. Гендерні аспекти комунікації.

1. Спілкування належить до основних форм людського буття, оскільки слугує життєво важливій меті встановлення взаємозв'язків і співпраці. Відсутність спілкування може спотворити людську особистість. І навпаки, люди, які легко вступають у мовленнєвий контакт, уміють невимушено спілкуватися, привертають увагу інших, досягають успіхів у професійному й особистому житті.

Спілкування, комунікація – найважливіша функція мови. Суть її полягає в тому, що мову використовують для інформаційного зв'язку між членами суспільства. Ця функція є надзвичайно важливою і для суспільства, і для самої мови: мова, якою не спілкуються, стає мертвою; народ, який утрачає свою мову, зникає. Ще І. Кант свого часу зазначав: „Людина має схильність спілкуватися із собі подібними, тому що в такому стані почуває себе людиною”. Є й інший бік цього процесу. „Найбільша розкіш на світі – це розкіш людського спілкування,” – висловлювався на цю тему А. де Сент-Екзюпері.

Часто в побутовому мовленні, а іноді й у науковій літературі спілкування ототожнюють з комунікацією. Проте поняття „спілкування” є більш загальним, а „комунікація” – конкретним, тобто *комунікація* – це один з виявів *спілкування*. Думку більшості дослідників поділяє, зокрема, і Світлана Шевчук, яка зауважує: „Комунікація – це цілеспрямований інформаційний обмін в різноманітних процесах спілкування” (Шевчук, с. 150). Схематично це можна представити так (див. схему 1):

Схема 1



**Спілкування мовленнєве** – процес установалення й підтримки цілеспрямованого, прямого або опосередкованого контакту між людьми за допомогою мови. Але існують й інші засоби кодування мовної інформації:

- письмо;
- азбука Морзе;
- морська прапорцева сигналізація;
- азбука Брайля (рельєфно-крапковий шрифт для читання сліпих) тощо.

Спілкування – це особливий тип людської діяльності поряд з діяльністю *когнітивною* (мисленнєвою). Зв'язки мислення й мовлення втілюються передусім у процесах породження і сприйняття мовлення.

**2. Проблема мови й мовлення виникла в мовознавчій науці досить давно. Розрізнення цих понять сягає далекої давнини.**

Мова як система існує у свідомості людини, а функціює в мовленні, у висловленнях, мовленнєвих актах. Теоретично обґрунтував це положення *Ф. де Соссюр* – найвизначніший теоретик у галузі загального мовознавства, діяльність якого зумовила розвиток світової лінгвістичної науки у XX ст. Учений запропонував розрізнати в мовленнєвій діяльності мову й мовлення. Під *мовою* він розумів систему знаків, що зберігається в мозку людини (у її уяві); під *мовленням* – індивідуальне говоріння. Мова й мовлення взаємозалежні та

передбачають одне одного, мова необхідна для того, щоб мовлення було зрозумілим і ефективним, а мовлення, своєю чергою, необхідне для того, щоб усталилася мова; історично факт мовлення передую мові.

У процесі спілкування ми одночасно маємо справу і з мовою, і з процесом її використання – мовленням. Отже, тільки через мовлення мова реалізує своє призначення бути засобом комунікації. Мовлення – це своєрідний матеріальний продукт (вияв) мови, конкретне втілення її одиниць, їх сполучень, реалізація правил їх використання під час процесу передачі та сприйняття інформації.

*Мова* – це засіб спілкування, а *мовлення* – власне процес спілкування й результат цього процесу.

*Мову* можна вважати об'єктом психічним, пов'язаним із роботою мозку, а *мовлення* – явище фізичне й фізіологічне.

Одиниці *мови* організовані ієрархічно, а для одиниць *мовлення* характерна лінійна організація (послідовність слів, поєднаних у висловлення).

Мова не є залежною від ситуації та умов спілкування, тоді як мовлення зумовлене і контекстуально, і ситуаційно.

Отже, мова – це механізм, що породжує мовленнєвий продукт – текст (усний або письмовий). Мовлення матеріальне і складається з артикульованих знаків, що сприймаються органами чуття (слухом, зором).

Мовлення – індивідуальне й відображає досвід конкретного *індивідуума*. Як слушно зауважує О. Біляєв, мовлення – це реалізація мовної системи індивідом. Як індивідуальне явище мовлення завжди залежить від віку мовця, освіти, професії, мовленнєвого доквілля, часто різниться особливим добором слів, побудовою речень, манерою розповіді тощо. Отже, мовлення завжди має такі суб'єктивні характеристики, як темп, гучність, тривалість, емоційність, логічність, образність.

Мова ж явище соціальне, це надбання суспільства, у якому відображено „картину світу” *певного народу*.

**Українська мова** є національною мовою українського народу. Вона належить до найбагатших і найрозвиненіших мов світу. Про це свідчать такі її властивості, як багатство запасу

слів, розвинена синоніміка, досконалість фонетичної й граматичної системи. Ще в 1834 році російський академік І. Срезневський зазначав, що українська мова є однією з найбагатших слов'янських мов, що вона навряд чи поступиться, наприклад, перед богемською щодо багатства слів і виразів, перед польською щодо мальовничості, перед сербською щодо приємності, що це мова, яка може дорівнятися до мов культурних; щодо гнучкості багатства синтаксичного – це мова поетична, мелодійна, мальовнича. Українська мова має давню історію. Наукою доведено, що її основні елементи були започатковані ще в часи, співвідносні з виникненням латини, а сучасно окреслених рис вона набула в VI – VII ст. Відповідно до ст. 10 Конституції України українська мова є державною мовою в Україні, *„державна забезпечує всебічний розвиток і функціонування української мови в усіх сферах суспільного життя на всій території України”*.

**Державна мова** – це *„закріплена традицією або законодавством мова, уживання якої обов'язкове в органах державного управління та діловодства, громадських органах та організаціях, на підприємствах, у закладах освіти, науки, культури, у сферах зв'язку та інформатики”* (Українська мова. Енциклопедія, с. 126). Закон України „Про забезпечення функціонування української мови як державної” (2019 р.) передбачає вільне володіння мовою у професійному спілкуванні, у численних ситуаціях обміну інформацією між членами суспільства й державними установами, громадськими організаціями; застосування державної мови в нормативних актах, діловодстві та документообігу.

**Національна мова** – це тип національного мислення, тип національної культури, філософії та психології, що може реалізовуватися в різноманітних варіантах мовної, мовленнєвої та національно-культурної діяльності. На відміну від літературної, національна мова не може оперувати поняттями єдиної уніфікованої норми.

**Літературна мова** – унормована, стандартна, правильна з погляду усталених, кодифікованих норм форма національної мови, що обслуговує культурно-освітні потреби суспільства,

виконує консолідувальну функцію через використання у сфері державного управління, засобах масової інформації, науці, художній культурі та літературі). Літературна мова протиставляється діалектам, жаргонам, просторіччю; існує в усній та писемній формах.

**Національна українська мова** – це сукупність усіх слів, граматичних форм, особливостей вимови людей, які говорять українською мовою. Українська мова в її сучасному стані містить літературну мову, територіальні діалекти, просторіччя, професійні діалекти й соціальні жаргони. Що означає сучасна? Щодо української мови цей термін уживається у двох значеннях. У ширшому розумінні – це мова від доби І. Котляревського до наших днів (у цьому самому значенні використовуємо термін „нова українська мова”). У вузькому розумінні – це мова, якою послуговуються три останні покоління мовців, тобто мова II пол. XX – поч. XXI ст.

**Літературна мова** є вищою (зразковою), наддіалектною формою існування національної мови. До найважливіших ознак літературної мови належать: 1) нормативність; 2) багатий лексичний фонд; 3) розгалужена система стилів; 4) багатофункційність (використання в усіх сферах комунікації); 5) наявність усної й писемної форм. Основною її ознакою є наявність норм, тобто історично усталених і соціально закріплених правил, обов’язкових для всіх носіїв літературної мови незалежно від соціальної, професійної, територіальної належності. Отже, **українська літературна мова** – це відшліфована, унормована форма української національної мови, її складова частина.

*Мовленнєва діяльність* – єдність спілкування й узагальнення; активна цілеспрямована діяльність людини, що має специфічну організацію та регулюється певною системою мотивів.

На початку 70-х років XX ст., з появою в психології поняття „діяльність спілкування” (комунікативна діяльність), поняття „мовленнєва діяльність” отримало вузьку інтерпретацію. У зв’язку з цим мовленнєву діяльність іноді розглядають як

діяльність, мотив якої пов'язаний із продукуванням самого мовлення (а не з її використанням поза комунікативним актом).

**3.** Найважливішою функцією мовлення як діяльності в процесі комунікації є формування та вираження думки. З огляду на тісний зв'язок мовлення й мислення, про який ми згадували вище, науковці виокремлюють два типи мовлення – внутрішнє й зовнішнє.

*Внутрішнє мовлення* – мовне оформлення думки без її висловлювання (усного або писемного). Мовні значення використовують поза процесом реальної комунікації. Внутрішнє мовлення недостатньо вивчене, оскільки не підлягає безпосередньому спостереженню. Науковці вважають, що воно відбувається з великою швидкістю, а ступінь мовної оформленості залежить від умов.

*Виокремлюють такі види внутрішнього мовлення:*

**а)** внутрішнє промовляння, тобто „мовлення про себе”, що зберігає структуру зовнішнього мовлення, проте позбавлене звукового або графічного оформлення. Таке мовлення може бути зумовлене труднощами розв'язання завдань або прийняття рішень, комунікативним шумом тощо;

**б)** власне внутрішнє мовлення як засіб мислення. При цьому людина користується спеціальними одиницями (предметними кодами, кодами образів тощо). Таке мовлення має специфічну структуру;

**в)** внутрішнє програмування, тобто формування й закріплення у специфічних одиницях програми мовленнєвого висловлювання, цілого тексту або його частин (планування, задум). Цей вид внутрішнього мовлення співвідноситься насамперед зі спілкуванням, оскільки є початковим етапом породження майбутнього висловлювання.

Внутрішнє мовлення вважають проміжною ланкою між мисленням і зовнішнім мовленням.

*Зовнішнє мовлення* – звукове або графічне оформлення висловлювання, тобто вербалізація думки. Цей тип мовлення залучає особистість до системи соціальної взаємодії. Зовнішнє мовлення передбачає різні механізми кодування й декодування

інформації. У зв'язку з цим виокремлюють чотири види зовнішнього мовлення, які зазвичай групують попарно й називають видами мовленнєвої діяльності:

- *говоріння та аудіювання* (усне мовлення);
- *писання й читання* (писемне мовлення).

**Говоріння.** Цей вид мовленнєвої діяльності забезпечує надсилання мовленнєвих акустичних сигналів, що несуть інформацію. Відбувається перехід з коду внутрішнього мовлення до коду фонетичного. У процесі швидкого мовлення озвучування думки завжди дещо відстає від мисленнєвого конструювання. Таке випередження думки російський лінгвіст і психолог М. Жинкін (1893 – 1979) називав випереджальним синтезом мовлення. Його обсяг вважають ключем до мовленнєвого розвитку людини: чим більше випередження, тим вільніше й правильніше говорить людина. Для вільного усного мовлення потрібна також гнучкість артикуляційних механізмів, миттєвий вибір слів, вільне володіння синтаксичними механізмами, інтонаціями, голосом.

**Аудіювання** (слухання). Це прийняття мовленнєвих акустичних сигналів та їх розуміння. Слухач своєю вушною раковиною приймає думку, висловлену іншою людиною, і переходить з акустичного коду до коду внутрішнього мовлення. Мисленнєвий код кожної людини індивідуальний, оскільки її пам'ять зберігає фонд образів, схем, уявлень, понять та фонемних еталонів слів, пов'язаних з образами, поняттями тощо.

**Писання.** Воно має на меті шифрування мовленнєвих сигналів за допомогою графічних знаків. Цей процес передбачає:

- підготовку та формування висловлювання на мисленнєвому рівні з випередженням його синтезу;
- перехід з мисленнєвого коду до графічного;
- техніку запису (написання потрібних графічних знаків за правилами каліграфії, дотримання вимог графічних правил та орфографічної норми).

**Читання.** Сутність його полягає в розшифруванні графічних знаків і розумінні їхніх значень. Процес читання відбувається в такій послідовності:

- сприйняття графічних знаків (техніка читання);
- перехід із графічного коду (написаного або друкованого тексту) до акустичного (читання вголос) і мисленнєвого (читання мовчки, про себе);
- розуміння прочитаного через мисленнєвий код, через знаки-еталони, що зберігаються в пам'яті.

Механізми кодування інформації діють під час говоріння й писання, декодування – під час слухання й читання. У процесі говоріння й слухання людина оперує акустичними сигналами, а під час писання й читання – графічними знаками.

Ефективне передавання інформації в писемній та усній формах залежить від рівня володіння навичками писання й говоріння, а адекватне сприйняття інформації – від рівня володіння навичками читання і слухання.

**4.** Характер мовленнєвого спілкування, його стратегія, стиль, тональність великою мірою залежать від *гендерних* (соціостатевих) і комунікативних статусів учасників спілкування. *Гендер* (від англ. *gender* – рід, стать) – 1. Відмінність між чоловіками й жінками за анатомічними ознаками. 2. Соціальний розподіл, який часто базується на статевих відмінностях, але не обов'язково збігається з ними (Новий український тлумачний словник, 2008, с. 109).

Гендерна диференціація як природний процес, у якому біологічні відмінності між чоловіком і жінкою наділяються соціологічним значенням, відображаються в ситуативній комунікативній поведінці суб'єктів соціуму, зокрема в етикетній комунікативній діяльності. Застосування екстралінгвістичного підходу до мовних засобів, що функціують в етикетному мовленні, передбачає врахування суспільних гендерних зв'язків між учасниками комунікації й дає змогу переосмислити мовний знак як засіб самовираження індивідуума – носія національних і загальнолюдських цінностей.



Чоловічий стиль спілкування зорієнтований на систему домінування: чоловікам притаманна завищена самооцінка, самовпевненість, зосередженість на завданні, схильність до стереотипів у спілкуванні. Такий стиль називають авторитарним. Жінки репрезентують демократичний стиль спілкування: колегіальне прийняття рішень, захоплення активності учасників комунікативного процесу, що сприяє зростанню ініціативності співрозмовників, кількості нестандартних творчих рішень.

Для чоловіків характерним є виокремлення свого „Я”, а для жінок – актуалізація „Ми” в налагодженні ділових стосунків.

Типовою рисою жіночої вербальної комунікації є прагнення створити доброзичливу атмосферу спілкування, уникати засобів, що можуть образити співрозмовника, демонструвати загальну позитивну налаштованість. Щодо чоловічої вербальної поведінки, то вона демонструє загальний негативний настрій комуніканта, зосередження на власних проблемах, небажання враховувати бажання співрозмовників. Однією з проблем дослідження особливостей вияву людського чинника в мові є встановлення лексико-стилістичних засобів і способів їх транслювання залежно від статі комунікантів.

Для зображення вербальної поведінки жінок типовим є підсилення ступеня вияву певної ознаки шляхом таких інтенсифікаторів: *дуже, надто, сильно, страх (як), здорово, не на жарт, Ой! Ох!* тощо. Жінки схильні перебільшувати вияв ознаки, а чоловіки – уживати вульгаризми, грубі й лайливі слова для висловлення сильно негативних емоцій. Жінки частіше вживають слова зі значенням невпевненості (*мабуть, певно, очевидно*), а чоловіки демонструють свою незаперечну переконаність (*я глибоко впевнений, ясна річ, що й казати, зрозуміло*). Бажання чоловіків показати у спілкуванні з жінками високий рівень ерудиції спонукає їх до вживання професійної лексики.

Під час розмови жінки зазвичай відверто дивляться в очі співрозмовника, чоловіки ж частіше уникають прямого погляду. Жінки здебільшого починають і підтримують розмову, а

чоловіки контролюють і керують її перебігом. Жінки частіше, ніж чоловіки, просять вибачення, докладно щось пояснюють.

В етикетних ситуаціях знайомства чи прощання домінує чоловіче мовлення, що виявляється в компліментах і цілуванні руки.

Комунікативна поведінка жінок часто експресивна, надто емоційна, не завжди послідовна. Вона асоціюється із словосполученням „жіноча логіка” – особлива логіка в діях, вчинках, мовленнєвій поведінці. З нею пов’язані стереотипні уявлення українців про мовленнєву поведінку жінок, яка зводиться до висловів: „бабине голосіння”, „язиката Хвеська”, „сорока на хвості принесла” тощо. Жінки значно краще аналізують емоції, настрої людини за мімікою й виразом обличчя, ніж чоловіки. Краще сприйняття жінками „мови тіла” „запрограмоване” їхньою природою: жінкам треба спілкуватися з малютами, які ще не вміють говорити, тому вони краще розшифровують соматичний код.

### ЛЕКЦІЯ 3

#### Тема: *Культура усної і письмової комунікації*

##### План

1. Мовна норма. Види мовних норм.
2. Комунікативні якості мовлення.
3. Акустичні параметри мовлення.
4. Культура слухання.

**Усна комунікація** – найпоширеніший метод обміну інформацією між людьми. Передбачає наявність трьох учасників: передавач – мовне повідомлення – отримувач. Усна комунікація зазвичай використовує одночасно й у нерозривній єдності природні невербальні та вербальні канали; її емоційно-естетична дія може бути посилена за рахунок використання таких художніх каналів, як музика, танець, поезія, риторика. До усної комунікації належать і подорожі з пізнавальною метою – експедиції, туризм.

Перевагами усної комунікації є: 1) швидкість обміну інформацією; 2) хороший зворотний зв'язок завдяки безпосередньому контакту (можливість поставити запитання, уточнити повідомлення, виявити згоду чи незгоду тощо); 3) простота здійснення комунікації.

Недоліки: 1) використання для повідомлення неадекватних слів; 2) можливість пропустити в повідомленні суттєві деталі; 3) велика ймовірність забування почутої слухачем інформації; 4) викривлення повідомлення під час його подальшої передачі.

**Письмова комунікація** охоплює образотворчу, нотну, картографічну, передачу інформації умовними математичними, фізичними, хімічними знаками.

Особливість письмової комунікації, на відміну від усної, полягає у просторово-часовому неузгодженні комунікативних дій суб'єкта і об'єкта, тобто буквений код дозволяє розширити комунікацію у просторі й часі. Унаслідок такого неузгодження письмова комунікація завжди має відстрочену реалізацію, оскільки комунікативний акт не може бути повністю реалізованим до того часу, поки в ньому не будуть задіяні всі три основні ланки ланцюжка „відправник – повідомлення – реципієнт”. У комунікативному акті, що базується на письмовому повідомленні, перемикання фінальної ланки, тобто поява одержувача, може, по-перше, здійснюватися в довільні терміни, детерміновані першими двома ланками тільки в значенні передування-проходження, і, по-друге, це підключення може здійснювати нескінченна кількість одержувачів, воно може породжувати нескінченну кількість різночасних комунікативних актів, ідентичних у їхній початковій і серединній частині відправник – повідомлення і нескінченно змінних у їхній фінальній частині (одержувач).

**1. Норми** охоплюють усі рівні мови. **Лексичні норми** визначають можливості використання слів відповідно до значення та його відтінків, а також правила сполучуваності слів у реченні. **Граматичні норми** (морфологічні, синтаксичні) установлюють літературні форми слів і правила побудови синтаксичних конструкцій – словосполучень і речень. **Фразеологічні норми** врегульовують особливості творення й

використання в текстах різних стилів сталих мовних зворотів, які характеризуються стійкістю лексичного складу. **Стилістичні норми** визначають доцільність використання мовних одиниць різних рівнів у конкретній ситуації мовлення, у тому чи тому функціональному стилі. **Орфоепічні норми** регулюють правильність вимови голосних та приголосних звуків. **Акцентуаційні норми** – правильного наголошування. **Орфографічні норми** визначають правила написання слів. **Пунктуаційні норми** фіксують систему правил уживання розділових знаків – коми, тире, лапок, двокрапки тощо. **Графічні** визначають норми позначення звукової мови на письмі за допомогою літер та нелітерних знаків (апострофа, дефіса, розділових знаків). Отже, **літературна норма** – це вироблені в писемно-літературній практиці правила використання мовних одиниць та кодифікація цих правил у словниках і граматиках.

Мовні норми можуть відрізнятися сферою застосування, наприклад, орфографічні та пунктуаційні норми стосуються лише писемної мови, а орфоепічні – реалізуються тільки в усній. Пишучи, ми не виголошуємо слова, а розмовляючи, не ставимо розділових знаків і не припускаємо помилок у написанні слів. Усе, що не відповідає нормі, належить до ненормативної мови. Саме унормованістю літературна мова протистоїть іншим формам національної мови – діалектам, жаргонам, просторіччю. Норми складаються поступово. З часом вони можуть змінюватися. Таким прикладом зміни норми є утвердження конструкції *в Україні* на місці колишньої *на Україні*. Така зміна пояснюється зміною сутності поняття *Україна* (назва самостійної держави).

Іноді в мові співіснує кілька норм. СУЛМ має значну кількість варіантів на різних рівнях, наприклад, на орфоепічному (*помілка* – *помілка*, *завжди* – *завжди*, *роки* – *роки*), морфологічному (*подарунок сину* – *подарунок синові*, *п'ятьма* – *п'ятьома*, *у тому будинку* – *у тім будинку*), синтаксичному (*прибути з села Мирне* – *прибути з села Мирного*).

Нормативні варіанти вимови, написання, форм слів, конструкцій тощо потрібно відрізнати від порушень норм, що кваліфікується як мовні помилки (напр. *український* замість *український*).

2. Вираження думки у грамотній логічній словесній формі становить низку комунікативних якостей мовлення, зокрема, *правильність, виразність, ясність, точність, стислість, доцільність*. Ці компоненти створюють гармонію думки і слова.

*Правильність* – це володіння нормами літературної мови (орфоепічними, орфографічними, граматичними, лексичними). Згадаймо слова відомого українського мовознавця Олександра Пономарева: „Українська мова ввійшла в коло найрозвиненіших мов світу, має викристалізовані норми на всіх рівнях. Ці норми треба засвоїти й дотримуватися їх, а не творити нові там, де немає на це жодної потреби”.

Специфіка правильного мовлення полягає в тому, що такого роду мовлення покликане, перш за все, впливати на свідомість людини.

*Виразність* – це комунікативна якість, завдяки якій здійснюється вплив на емоції та почуття аудиторії.

До засобів виразності відносять засоби художньої образності (порівняння, епітети, метафори тощо); фонетичні засоби (інтонація, тембр голосу, темп мовлення, дикція); приказки, прислів'я, цитати, афоризми, крилаті слова та вирази, а також територіальні, соціальні діалекти, просторіччя, якщо, звичайно, суб'єкт уживає їх усвідомлено й доцільно, оживлюючи, а не спотворюючи мовлення; синтаксичні фігури (звертання, риторичне запитання, інверсія, градація, повтор, період).

*Ясність* – це комунікативна якість, яка забезпечує адекватне розуміння сказаного (без деформацій), не вимагаючи від співрозмовника особливих зусиль при сприйнятті змісту форми. „Головне достоїнство мови – в ясності” (Ф. Стендаль).

Причини, що зумовлюють неясність мовлення: порушення мовцем норм літературної мови; перенасиченість мовлення

термінами, іншомовними словами; індивідуальне слововживання.

Основний шлях розвитку ясності мовлення – сам процес спілкування. Практика показує, що чим частіше суб'єкт вступає в процес комунікації, причому з різними типами аудиторій, тим більше уваги він починає приділяти роботі над своїм мовленням, зокрема, над ясністю. Адже від цього багато в чому залежить досягнення поставленої ним мети й задоволення від спілкування.

*Точність* – це комунікативна якість мовлення, що виявляється у використанні слів відповідно до їх значення. Це виробляє звичку називати речі своїми іменами. „Влучність і доцільність сказаного слова мають часто вирішальне значення для того поняття, яке ним виражене” (Ф. Вейсс).

Точність мовлення зумовлена низкою причин і екстралінгвістичного, і лінгвістичного характеру (знання суб'єктом предмета мовлення, його ідейні установки – вигідно чи невигідно називати речі своїми іменами, багатство чи бідність активного словникового запасу мовця). Адже від точності слів багато в чому залежить точність дій людей.

Точність мовлення розвивається в роботі зі словниками, навчальною, науковою літературою, шляхом аналізу власного й чужого мовлення тощо.

*Стислість* – це комунікативна якість мовлення, яка виявляється у відборі мовних засобів для вираження головної думки, тези, тобто стислість формує вміння говорити суттєво. „Істинна стислість полягає в тому, щоб говорити лише те, що достойне бути сказаним...” (А. Шопенгауер).

*Доцільність* – це особлива організація мовних засобів, що зумовлює відповідність мовлення меті й обставинам спілкування. Основний спосіб розвитку доцільності мовлення – виступ з однією й тією самою темою в різних типах аудиторій. Ця якість, як жодна інша, відточує, шліфує мовне чуття суб'єкта, допомагає ефективно управляти поведінкою аудиторії (знімати роздратування, викликати почуття симпатії, створювати стан розкутості тощо).

Варто пам'ятати, що кожна з перелічених комунікативних якостей мовлення виражає той чи той бік мисленнєвого процесу: створення концепції передбачає орієнтацію на правильність, точність, стислість мовлення; побудова програми реалізації концепції – на правильність, точність, стислість, доцільність мовлення; тактичне обґрунтування стратегії – на правильність, виразність, ясність, доцільність, точність, стислість мовлення.

**3.** Як фізичне явище звук мовлення утворюється внаслідок коливання голосових зв'язок та взаємодії надгортанних органів і порожнин під впливом струменя видихуваного повітря. Звуки людського мовлення, як і будь-які інші звуки, мають такі акустичні параметри: *гучність, темп, висота, тембр, дикція* (за О. Яшенковою).

*Гучність мовлення – акустичний параметр мовлення, пов'язаний з інтенсивністю звучання.* Вона дає змогу донести мовлення до всієї аудиторії. Неодмінна умова гучності – уміння мовця правильно дихати (ідеться про глибоке, часте й контрольоване дихання). Гучність пов'язана з виразністю. Виразність у межах слова називають *наголосом*. Завдяки наголосу розрізняють поняття, наголошують на важливості певного слова у фразі. Найважливіші смислові частини висловлювання вимовляють переважно гучніше за незначні.

*Темп* (лат. *tempus* – час) мовлення – *акустичний параметр мовлення, який формують швидкістю мовлення, тривалістю звучання окремих слів, інтервалом і тривалістю пауз.* Швидкість мовлення залежить від особливостей самого мовця та характеру змісту мовлення. Більшість ораторів вимовляють до 150 слів за хвилину. Зазвичай, чим важливіший зміст, тим стриманіше мовлення. Мовлення може прискорюватися за позитивних емоцій та уповільнюватися за негативних. Виняток – швидке мовлення в надзвичайних ситуаціях, наприклад, у разі пожежі.

Темп значною мірою залежить від раціональності пауз – зупинок у мовленні. Пауза виконує логіко-граматичні та інтонаційно-конструювальні функції. На письмі паузи позначають різними розділовими знаками, кожен з яких передає

різну тривалість „мовчання” (кома, тире, крапка, три крапки тощо).

*Висота голосу* – акустичний параметр мовлення, що визначається частотою коливання голосових зв'язок. Зміну висоти тону називають *мелодикою*. Залежно від висоти голосу виокремлюють *низхідну мелодику* (зниження висоти голосу; використовують у твердженнях, спонуканнях) і *висхідну мелодику* (підвищення висоти голосу; використовують при запитаннях). У живому мовленні використовують і проміжні типи мелодичних змін – висхідно-низхідні та низхідно-висхідні; можливі фрагменти мовлення з рівним тоном.

*Тембр* (фр. *timbre* – дзвін) – забарвлення голосу, що визначається кількістю додаткових тонів (обертонів), які накладаються на основний тон. Звук є складним утворенням, єдністю спектрів різних звукових коливань. Кожен звук складається з основного тону, який у різних людей є різним, а в різних звуках, що вимовляються однією людиною, – приблизно однаковим. Нашарування на основний тон (обертони) виникають унаслідок коливання частин голосових зв'язок (половина, чверть та ін.) і завжди є слабшими за основний тон.

Тембр залежить від індивідуальних особливостей голосового апарату людини. Він змінюється з віком а також відповідно до фізичного та емоційного стану людини. Тембр голосу надає мовленню емоційності та виразності.

*Дикція* (лат. *dictio* – вимовляння, висловлення) – акустичний параметр мовлення, що охоплює правильність і чіткість артикуляції, манеру вимовляння.

Щоб добре говорити, треба не тільки володіти своїм голосом, але й мати добре відпрацьовану дикцію – правильну, виразну артикуляцію, яка забезпечує роботу мовних органів. Забезпечити якість і чистоту мовлення, допомогти подолати скутість органів мовлення допоможуть вправи з артикуляції, а знання орфоепічних норм є еталоном дикції.

**4.** Слухання є однією з основних ланок процесу спілкування. Від його ефективності залежить ефективність спілкування. Воно ефективне тоді, коли відбувається



неперервне оцінюванням сказаного співрозмовником і вами. Необхідно вміти також „слухати” самого себе.

*Слухання – це психологічний компонент вербальної комунікації, метод декодування і сприймання інформації.* Уміння слухати має першочергове значення в людському спілкуванні. Слухаючи, реципієнт розкриває смисл інформації, отриманої від комунікатора. Він розуміє смисл повідомлення під час декодування.

Елементами слухання є *сприйняття слухом, уважність, розуміння, запам'ятовування.*

*Сприйняття слухом.* Це перший етап слухання, фізіологічний процес відбору звукових подразників.

*Уважність.* Це явище психологічне. Людська психіка всі звуки сприймає вибірково. Складниками уважності є мінімальний поріг сприйняття (усе, що людина здатна фізично сприйняти), *рівні зацікавленості та мотивації.* Усе, що перебуває поза мінімальним порогом, зазвичай, не сприймається і не інтерпретується. Установлено: чим нижчий рівень індивідуальної зацікавленості й мотивації учасників спілкування, тим нижчий їхній поріг сприйняття, тим менша увага до самого процесу комунікації і, відповідно, менший обсяг сприйнятої інформації.

*Розуміння (інтерпретація)* – надання особою почутим словам, повідомленням певних значень, смислів.

*Запам'ятовування* – це процес зберігання інформації з метою пізнішого її використання. Буває *короткотривалим (оперативним) і довготривалим.*

За даними досліджень, відразу після почутої інформації людина запам'ятовує лише 50%, через вісім годин – 35%, за два місяці – лише 25% почутого. Ці 25% називають *осадовою інформацією.*

Слухання є активним складним процесом і має різне спрямування. З огляду на це виділяють чотири його типи (за Ф. Бацевичем):

- 1) *слухання заради задоволення* (музики, трансляції спортивних матчів, вистав тощо; розмови на дружніх

вечірках, товариські дискусії). Інтелектуальна або ж інша користь від такого слухання є незапланованою;

- 2) *уважне, вдумливе слухання* (лекцій, новин по радіо, інструкцій з певних проблем тощо). Мета такого слухання – розуміння й запам'ятовування;
- 3) *критичне слухання* (наявне в разі невпевненості в достовірності інформації, її тенденційності й односторонності; критично слухають людину, погляди якої відверто неприйнятні);
- 4) *емпатичне* (англ. *empathy* – співчуття, співпереживання) *слухання* – слухач прагне увійти в ситуацію мовця і його слова сприймає крізь призму досвіду та почуттів мовця. Сприяє дружнім стосункам між людьми, робить слухача „гросмейстером” спілкування.

У процесі слухання має значення, наскільки розвинуті в людини різні види пам'яті, стан готовності уваги та індивідуальний розвиток, інші психічні пізнавальні процеси.

Слухаючи інших, ми вчимося не тільки слухати себе, а й розуміти свої почуття, потреби, установки. Слухаючи, необхідно:

- забути особисті упередження проти співрозмовника;
- не поспішати із запитаннями й висновками;
- розмежовувати факти й думки;
- дійсно слухати, а не робити вигляд, не відволікатися.

## ЛЕКЦІЯ 4

Тема: *Невербальні форми комунікації*

### План

1. Фонація. Кінесика.
2. Жести в системі засобів комунікації. Види жестів.
3. Інші невербальні засоби комунікації.
4. Невербальні особливості міжкультурної комунікації.

Процес взаємообміну інформацією шляхом використання для передавання повідомлень немовних

(несловесних) засобів комунікації – це **невербальна комунікація**. Використовувані в невербальній комунікації засоби мають індивідуальний характер, залежать від психологічних особливостей, соціального середовища, національної належності особистості.

Невербальні сигнали можуть бути вродженими або набутими: передаватися генетично або виховуватися у відповідному культурному середовищі.

Невербальні реакції допомагають реалізувати чимало важливих цілей у спілкуванні:

- допомагають висловлювати почуття;
- регулюють участь у спілкуванні;
- формують певні почуття в партнера під час спілкування; виражають увагу і спілкуванні.

Усі невербальні засоби спілкування можна описати кількома системами, а саме:

- *оптико-кінетична система* – жести, міміка, пантоміма, рухи тіла (кінесика);
- *паралінгвістична система* – вокалізація, діапазон і тональність голосу;
- *екстралінгвістична система* – темп, пауза, плач, сміх, кашель тощо;
- *проксеміка* – система організації простору й часу;
- *контакт очей* – візуальне спілкування.

**Екстралінгвістика** – наука, що вивчає елементи позамовної дійсності, у межах якої розгортається комунікація.

**Продуктика** – сукупність фонетичних суперсегментних (надзвукових) характеристик мовлення, те, що характеризує технічний бік мовлення.

**Кінесика** – рухи, що сприймаються комунікантами за допомогою зору: жести, міміка, постава тіла, зовнішність, почерк. Про кінесику ми сьогодні говоритимемо більш докладно.

**Проксеміка** – просторові взаємини людей у процесі спілкування: відстань між мовцями, розташування робочих місць тощо. Суттєво впливає на міжособистісне спілкування

відстань (дистанція) між учасниками спілкування. Я. Радевич-Винницький диференціює відстань спілкування так:

- *інтимна* (0 – 45 см);
- *особиста* (45 см – 1,2 м) – розмова між рідними, близькими;
- *суспільна* (1,2 м – 3,6 м) – спілкування товарисько-службове;
- *публічна* або *відкрита* (3,6 м – межа бачення й слухання) – спілкування у випадках: викладач – студент; спортсмени – глядачі на трибунах тощо).

**Такесика** – невербальна комунікація, пов'язана з тактильною системою сприйняття; включає найрізноманітніші дотики: потискання рук, поцілунки, поляскування по плечу, обійми тощо.

**Ольфакторика** вивчає запахи, використовувані в комунікації (запах тіла, запах косметики).

**Хронеміка** – час, який впливає на перебіг спілкування.

**Хезитація** – різновид паузи, викликаний обдумуванням можливих варіантів продовження мовлення, пошуком потрібного слова.

1. **Фонація** – це акустична система відображення невербальної поведінки людини. Загальні фонаційні ознаки за своєю природою пов'язані з фізіологічними особливостями суб'єкта й залежні від його психічного стану, завжди супроводжують мовну артикуляцію і є зовнішнім показником фізичного стану суб'єкта.

**Кінесика.** Це один із найважливіших засобів невербального спілкування, який найбільшою мірою впливає на його перебіг. Його ще називають „мовою тіла”. Кінетичні (від гр. *kinesis* – рух) сигнали (жести, постава, міміка, хода, контакт очей) можуть бути підсвідомими (неконтрольованими) і свідомими (контрольованими). *Підсвідомі (неконтрольовані) сигнали* – це повідомлення, що надсилаються мозком і є зовнішнім віддзеркаленням емоційного стану людини. *Свідомі (контрольовані)* – це набуті, відпрацьовані сигнали. Деякі кінетичні засоби ввійшли в систему комунікації цілих етносів,

стали національно-культурними засобами комунікації (жести привітання, прощання тощо), наприклад, китайська та японська чайні церемонії, які супроводжуються значною кількістю кінетичних сигналів.

Серед інших кінетичних засобів важливу роль відведено міміці. *Міміка* – це експресивні рухи м'язів обличчя, що виражають психічний стан, почуття, настрої людини в певний момент часу. Міміка репрезентує шість основних емоційних станів: гнів, радість, страх, страждання, подив, презирство.

З мімікою тісно пов'язаний візуальний контакт, тобто погляд, що становить важливу частину спілкування. Розрізняють *діловий*, *світський* та *інтимний* погляди залежно від локалізованої спрямованості на співрозмовника. Погляд, спрямований у трикутник, вершиною якого є точка посередині чола, а основою – лінія між очима, є діловим. Він не опускається нижче очей. Якщо погляд фіксується нижче очей, то це соціальний погляд, інтимний погляд спрямовується у трикутник між очима і грудьми. Погляд має завжди відповідати типові спілкувальної ситуації.

**Постава.** Положення людського тіла значуще для комунікації. З позиції міжособистісного спілкування, зокрема ставлення до партнера, виділяють такі типи постав:

- постави, що демонструють відкритість або замкненість особи адресата (схрещені на грудях руки, сплетені в замок пальці, відхилення спини назад відповідають внутрішній замкненості адресата; спрямованість голови й тіла в бік партнера по спілкуванню, нахилений уперед тулуб, вільні плечі тощо свідчать про внутрішню відкритість адресата);
- постави, що демонструють домінування („нависання” над партнером, рука „забута” на плечі співбесідника тощо) чи залежність (погляд знизу, ситуативна згорбленість тощо);
- постави, що свідчать про гармонію (синхронізація постав, зверненість усього тіла в бік партнера, відсутність напружень окремих груп м'язів тощо) чи протистояння (стиснуті кулаки, руки на паску і плече вперед тощо).

2. Неабияке значення в спілкуванні відіграють жести. *Жести* – це рухи тіла (частіше рук), які передають внутрішній стан людини й несуть інформацію про її думки, переживання, ставлення до оточення.

*Ритмічні жести.* Підкреслення ритмічного малюнка висловлювання – найважливіше амплуа жесту в розмовній мові. У лінгвістичній літературі справедливо відзначалася подібність ролі жесту з роллю інтонації в організації висловлювання. Точніше кажучи, жест частково дублює інтонацію, робить її наочною в буквальному значенні слова – виділяє певні мовні синтагми, зазначає їхні межі, указує на прискорення або уповільнення темпу мовлення, підкреслює логічний наголос (центр інтенсивності).

Ритм висловлювання в розмовному мовленні – рівномірне чергування прискорення й уповільнення – створюється й підкреслюється повторенням однотипної інтонації й – одночасно – повторенням того самого жесту в одних випадках і переключенням на новий тип інтонації й відповідно новий тип жесту – в інших. Усе це і створює картину рухливої гри прискорень і уповільнень, напружень і ослаблень у розмовному мовленні. Ритможест підкреслює також комунікативно значуще членування мовлення.

Ритможест – це сигнал, додатковий суперсегментний засіб для організації висловлювання. Характерно, що за ним не лише не закріплений якийсь певний зміст, але зазвичай немає й фіксованого малюнка жесту. Ідеальний випадок ритможесту – скандування долонею руки (ребром її), але цю саму функцію може виконувати й інший жест, наприклад, рух руки, стиснутої в кулак та ін. Суттєве тут одне – сама ритмізація руху, подвоєння, потроєння і т.п. того самого руху в заданому темпі.

*Емоційні жести.* Жести подібні до інтонації й щодо передачі емоційних відтінків мови. Вони виконують роль дублерів відповідних інтонаційних конструкцій: неможливо передати той або той емоційний стан тільки жестом (тільки мімікою – можна), але в поєднанні з мовним текстом – хоча б тільки з вигуком – такий жест посилює задану інтонацією експресивність.

У жесті емоція одержує „матеріальну точку опори”. Жести підкреслюють здивування, прикрість, захоплення, радість, висловлюючи ставлення мовця до змісту повідомлення. Емоційний жест „читається” відповідно до міміки особи й інтонації мовлення.

Емоційні жести є дуже індивідуальними, користування ними багато в чому залежить від навичок і темпераменту мовця. Повні, енергійні жести свідчать про афектованість людини й зазвичай не рекомендовані етикетом.

Можна перерахувати кілька найбільш усталених жестів, що названі й у мовних фразеологізмах, наприклад: „сплеснути руками” (радість, захоплення); „розвести руками” (досада, здивування); „похитати головою” (несхвалення); „схопитися за голову” (розпач); „відмахнутися (рукою)” (незгода); „бити себе в груди” (каятися; невдоволення собою). У ролі емоційного підсилювача особливо поширений короткий напружений рух головою. Жест, що символізує для всіх носіїв мови певну групу почуттів, спроможний передати велику або меншу напруженість емоцій, які мовець вкладає у висловлювання.

Деякі жести емоційного плану стають знаками. Так, рух відмахування рукою може бути самостійною реплікою в діалозі. У цьому випадку в одному жесті сполучаються два різних плани – інформаційний та емоційний.

**Жести-знаки.** Серед жестів, які безпосередньо пов’язані з передачею інформації та які мають план змісту, виділяють жести *вказівні*, *образотворчі* (іконографічні) й *символічні* (жести-символи).

*Вказівні жести.* Функція вказівних жестів полягає в тому, щоб виділити якусь частину простору навколо мовця. Зазначити можна просто поглядом, кивком голови, але вказівка рукою буває найбільш точною й конкретною, і тому зазвичай у багатьох ситуаціях перевага надається їй.

В основі вказівного жесту лежить рух руки, що визначає потрібний напрямок щодо якоїсь нерухомої осі. При скороченій формі жесту активну роль можуть відігравати фаланги пальців щодо нерухомої кисті; при більш повній формі – кисть щодо передпліччя і, нарешті, уся рука щодо тулуба. Етикет забороняє

„показувати пальцем” (вказівним), особливо на людину. Але вказівка на малий предмет, наприклад, на слово в рядку, за допомогою вказівного пальця не є відступом від „правил доброго тону”.

*Образотворчі жести.* В образотворчого жесту завжди є реальний прототип, особливості якого намагається передати той, хто жестикулює. Самі можливості зображення різних об’єктів різноманітні. Це пов’язано насамперед із тим, чи є об’єктом зображення сама людина (її зовнішні дані, пози, дії, а також міміка) або щось поза людиною (розмір і форма різноманітних предметів, їхній рух або положення у просторі). Імітація поведінки людини – це найменш умовна сфера невербальної комунікації, проте зазвичай „зображення” відрізняється від точного копіювання, що потрібно, наприклад, у ситуації навчання. При зображенні часто вибирається найбільш виразний елемент дії, що робиться представником усієї дії. Характерним є й експресивне посилення в зображенні.

За умовами вжитку образотворчі жести часто перебувають у додатковому розподілі з вказівними. За наявності предмета, про який іде мова, на нього можна вказати. За його відсутності часто виникає потреба описати його, зокрема, використовуючи образотворчий жест.

*Жести-символи.* За особливостями своєї знакової будови образотворчі жести протиставлені *жестам-символам*. На відміну від образотворчого жесту, що несе конкретне повідомлення про конкретні зовнішні ознаки предметів, жест-символ зазвичай має абстрактний зміст. Він лише традиційно приписується певному жесту й тому розуміється в межах одного колективу (у загальному випадку – у національних межах). Добре ілюструє різницю між образотворчим і символічним жестами різниця між піктографічним та ідеографічним письмом: жест образотворчий – піктограма, жест символічний – ієрогліф.

Серед умовних жестів-символів назвемо насамперед жести вітань при зустрічі і прощанні.

Деякі жести-символи не допускаються до вжитку етикетом, а тому супроводжують промову грубувату, просторічну. Але водночас вони яскраво експресивні й широковідомі всім



мовцям. Це, наприклад, клацання пальцем по горлу – „випити”; постукати по чолу й чомусь твердому – „тупість”; покрутити пальцем біля скроні – „розумова неповноцінність” і т.п.

3. Існують і принципово інші засоби перевтілення мови, коли остання копіюється більш-менш точно, стаючи в результаті вираженою не в послідовності фонем, а в послідовності інших елементів – оптичних або звукових.

*Мова прапорів.* Поки не були винайдені ці технічні засоби зв'язку, людина успішно користувалася й більш простими засобами трансляції повідомлень на відстані. Деякі з них збереглися й досі. Візьмемо хоча б сигналізацію прапорцевим семафором, що досі використовується у флоті. Тут кожне положення рук сигнальника відповідає одній букві мови. Отже, можна транслювати мовне висловлювання за допомогою елементарних візуальних сигналів. Перед нами повний аналог фонетичного письма.

Проте за швидкістю передачі тексту прапорцевий семафор дуже сильно поступається можливостям живої мови. Цим засобом неможливо передавати більш ніж 60 – 70 знаків за одну хвилину. А це приблизно у 25 разів повільніше, ніж швидкість обміну повідомленнями за мовного спілкування співрозмовників.

*Мова свисту.* Ця мова, на відміну від звичайної мови, достатньо ефективна лише в таких контекстах, суть яких цілком очевидна для обох співрозмовників і де загальні культурні навички і традиції народу значною мірою визначають зміст висловлювань. Тому і сфера застосування свистої мови зазвичай обмежується порівняно небагатьма, достатньо специфічними ситуаціями.

Використання мови свисту, наприклад, у мексиканських індіанців є привілеєм чоловіків. Жінки хоча прекрасно розуміють її (і навіть нерідко відповідають словами на свистову фразу), самі ніколи не пересвистуються з іншими. Чоловіки користуються свистою мовою або для передачі повідомлень на велику відстань, коли звичайна мова не може бути почута, або ж при сторонньому, якщо той не знає мови свистів і не

повинен зрозуміти, про що говорять господарі. Хлопчики цього народу починають свистіти раніше, ніж говорити.

Свистову мову використовують і на острові Ля Гомера. Люди, які населяють цей невеличкий острівець Канарського архіпелагу, також користуються свистовою мовою „сільбо”.

*Мова музичних інструментів.* Принципи перекодування мовних висловлювань у звуки іншої природи можуть бути, як виявилось, ще простішими.

У негрів банту, які живуть у Центральній Африці, існує своєрідна гра. Гостя, який приїхав здалеку й не знайомий зі звичаями, запрошують до великої хатини або на галявину і просять його надійно заховати який-небудь предмет у будь-яке ним самим обране місце. При цьому присутніми є кілька членів племені, один із яких тримає в руках незвичну двострунну гітару.

Потім усі присутні розсідаються по своїх місцях, а хтось із них запрошує ще одного чоловіка, який до цього не брав участі в грі. Він, природно, не знає, що саме сховав гість і де захована ця річ, але повинен проте розшукати її. У своїх пошуках ця людина орієнтується винятково на звуки, що один з учасників гри видобуває зі своєї двострунної гітари.

Музикант використовує не всі можливості свого інструмента – доторкаючись лише до однієї струни гітари, він відтворює тільки дві контрастні ноти, які складаються в короткі музичні фрази. І протягом двох-трьох хвилин запрошена з іншого кінця села людина без усяких зусиль знаходить захований предмет.

В африканських народів, які населяють ліси Конго, основним засобом передачі повідомлень на відстань служать різноманітні гонги. Гонг улаштований таким чином, що з нього можна легко отримати звуки двох або більше тонів.

Схожі музичні й сигнальні інструменти існують також у багатьох інших районах земної кулі. Етнографи знаходять їх у жителів багатьох архіпелагів Океанії (Фіджі, Соломонові острови, острови Кука), на Новій Гвінеї, в індіанців Екватору й Перу. Мабуть, такі ж гонги існували і в ацтеків Мексики.

Подібно до африканських гонгів ці інструменти можуть використовуватися і для танців, і з метою сигналізації.

*Мова вигуків.* Перекодування розмовної мови в послідовності звуків різного тону може бути досягнуто не лише за допомогою свисту або музичних інструментів. Це т. зв. „мова вигуків”, дуже поширена в деяких племенах, зокрема в племені банту. Ця мова, по суті, не відрізняється принципово від мови гонга. Послідовність звуків двох різних тонів передається в „мові вигуків” просто двома різними складами, які людина відтворює за допомогою вокальних засобів, використовуваних нею у звичайній розмовній мові. Основою для передачі повідомлень тут слугують ті самі звороти й висловлювання, з яких побудована мова гонга.

4. Ми розглянемо найбільш поширені несловесні знаки деяких підсистем, значення та функціонування яких національно або культурно зумовлено, оскільки культурні відмінності, як і семантичні бар'єри, при обміні невербальною інформацією можуть створювати значні перешкоди для взаєморозуміння. Так, потирання брови кінчиком пальця в нас не має ніякого значення, а в японців цей жест сприймається як знак обдурювання, шахрайства. Спостерігаючи цей мимовільний рух у партнера, японець може обуритися, встати й без пояснень піти. Отже, виникає когнітивний дисонанс, який виключає особистість з поля спілкування і створює бар'єри на шляху взаєморозуміння.

Серед елементів проксеміки важливе місце займає простір організації процесу комунікації, оскільки відстань між співрозмовниками впливає на його „комфортність”. Але „комфортність” – національно зумовлене поняття. На близькій відстані прийнято спілкуватися в арабів, французів, греків, італійців, іспанців, на середній – у шведів, англійців, німців, австрійців, швейцарців, на великій – у білого населення Північної Америки, австралійців, новозеландців. Ось чому азійці відгукуються про американців як про холодних людей, а ті вважають їх занадто фамільярними, бо азійці мають звичку

під час розмови торкатися співрозмовника, установлювати тактильний контакт.

Тактильні контакти є метакомунікативними маркерами окремих фаз спілкування. Найбільш поширеним серед них є рукостискання – символ довіри та знак поваги. Кожна нація має свої традиції рукостискання: у США воно тверде й руку тиснуть 2 – 3 рази, у Німеччині – це один твердий потиск, у Франції та Бельгії – рукостискання легке й швидке.

В арабських країнах чоловіки часто, перш ніж привітатися, накривають руку одягом. Тут при зустрічі обнімаються, злегка торкаючись щокима та поплескуючи один одного по спині та плечах. У Японії прийнято, вітаючись, вклонятися, а в низці країн неодмінним елементом привітання є обійми та поцілунок. Під час бесіди тактильні контакти активно використовують представники південних народів, хоча більшість культур накладає обмеження на дотики.

Так, в Англії співбесідники зрідка торкаються один одного. Спостерігачі підрахували, що пара за ресторанным столиком у Парижі протягом години здійснює в середньому 110 взаємних дотиків, в Америці – близько восьми, а в Лондоні – жодного.

Вираз обличчя, його міміка свідчать про характер людини, її настрій, налаштованість на співрозмовника. „Кам’яний” вираз обличчя насторожує, викликає психічний дискомфорт і небажання спілкуватися. Ось чому важко зрозуміти почуття японців, серед яких до цього часу поширене обличчя-маска. Французам, італійцям, іспанцям, навпаки, притаманна рухлива міміка, а фіні обличчям реагують значно стриманіше.

Мімічні рухи можуть мати в різних народів відмінне значення: українці підморгують, аби на когось чи на щось звернути увагу, натякнути, покепкувати; англійці ж (чоловіки) таким „мімічним жестом” супроводжують вітальні фрази або й уживають його замість вітання, а в багатьох східних культурах підморгування вважається поганою звичкою й може образити людину.

У різних культурах існують і певні традиції щодо розміщення тіла в просторі. Якщо в Японії соціальну та культурну значущість має покірлива поза і не заведено

сидіти, заклавши ногу на ногу чи схрестивши їх, то в США в певних комунікативних ситуаціях не є осудливим покласти ноги на стіл перед співбесідником.

Жести як виражальні рухи рук та інших частин тіла є найбільш поширеними невербальними знаками. Їхня кількість та інтенсивність національно зумовлена: упродовж годинної розмови мексиканець жестикулює в середньому 180 разів, італієць – 120, француз – 80, фін – тільки 1 раз. Практично не жестикулюють представники Сходу та мусульманського світу, оскільки це ніби засвідчує гідність людини.

У спілкуванні з іноземцями треба бути особливо стриманими й обачними щодо використання жестів-символів. Вони є найбільш складними для розуміння в чужій культурі, оскільки співвідносяться не з явищами дійсності, а з певним абстрактним змістом свідомості. Форма їх вираження довільно чи опосередковано пов'язана зі змістом. Тому для розуміння символічних жестів необхідно знати традиції народу, у той час як інші жести однозначно розкриваються в межах комунікативної ситуації.

Доволі часто однакові значення мають у різних мовних спільнотах неоднакове жестове втілення (показуючи „один”, українці виставляють указівний палець, а угорці – великий).

Але до комунікативного дисонансу можуть призвести перш за все полісемні жести, значення яких зумовлено національними особливостями й культурними традиціями певного етносу. Відомо, що кивки головою в Болгарії мають антонімічне значення до звичних нам „так”/„ні”.

Як бачимо, знаки оптико-кінесичної системи, особливо жести, хоча і є здебільшого неусвідомленими, але в міжнародній комунікації повинні строго контролюватися. Спілкуючись з представниками різних народів, треба бути обізнаними з їхніми традиціями, зокрема й невербального спілкування.

Отже, невербальні засоби комунікації – невід'ємна частина нашого життя. Чи можемо ми, наприклад, розмовляти, не жестикулюючи? Напевне, ні. Спілкування стане ускладненим, адже міміка, інтонація та жестикуляція посилюють, доповнюють смисл мовлення й дають додаткову інформацію.

## ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

### Заняття 1

#### Комунікація як мовленнєва діяльність

##### Контрольні питання

1. Поняття й загальна характеристика комунікації.
2. Мотиви, завдання та функції комунікації.
3. Умови здійснення комунікації.
4. Спілкування як діяльність. Типи спілкування. Основні закони спілкування.
5. Сутність мови, мовлення, мовленнєвої діяльності.

##### Практична частина

1. Підготуйте відповіді на контрольні питання.
2. Випишіть з різних типів словників (обов'язково подати бібліографічний опис джерела із зазначенням сторінки) визначення понять: *комунікація, спілкування, мова, мовлення, мовленнєва діяльність*.
3. Дайте відповіді на альтернативно-тестові завдання.  
Чи співвідносяться поняття „комунікація” і „спілкування”?  
Чи достатнім для характеристики спілкування є твердження: „Спілкування – це обмін інформації між людьми”?  
Чи зумовлена чимала кількість дефініцій комунікації тільки специфікою мети передачі інформації?  
Чи залежить комунікація від мотивів і цілей її учасників?  
Чи існують імовірні причини, які можуть ускладнювати взаєморозуміння співрозмовників?  
Чи впливають основні функції людської комунікації на успішний перебіг спілкування?
4. Платон оцінював спілкування як благо: воно допомагає пізнати себе та інших, пізнати істину. Проаналізуйте таку позицію й обговоріть її в аудиторії.
5. Поясніть: а) чому негативна інформація дуже швидко поширюється; б) у чому причина ефекту „зіпсованого телефону”; в) чому нові ідеї зазвичай спочатку не

сприймаються; г) чому глядачі у великій залі можуть сміятися над сумнівними жартами, а в невеликій компанії – не завжди.

6. Охарактеризуйте власний рівень сформованості комунікативної компетентності. Які комунікативні вміння вам потрібно вдосконалювати?

## Заняття 2

### Типологія комунікації за різними критеріями

#### Контрольні питання

1. Типологія класифікації за формою реалізації мовного коду:

- а) усна комунікація;
- б) писемна комунікація;
- в) друкована комунікація.

2. Типологія класифікації за способом інтерактивності:

а) монолог; типи монологу. Структурні особливості монологу;

- б) діалог та його основні особливості. Типи діалогу;
- в) полілог.

3. Типологія класифікації а) за функційним призначенням; б) за сферою комунікації.

4. Правильність мовлення. Норми літературної мови.

5. Комунікативні ознаки мовлення.

6. Акустичні параметри мовлення.

#### Практична частина

1. Підготуйте відповіді на контрольні питання.

2. У тексті є відхилення від літературних норм. Відредагуйте текст, запишіть правильний варіант. Поясніть, які норми порушено.

*Мабуть важко знайти птаха, який своєю популярністю в народі міг би посперечатися з білою лелекою. Вже й не встановити точно, коли він покинув ліс і почав селитися поруч з людиною, але саме з тих часів склалися їх дружні відношення. У багатьох народів лелека був священним птахом.*

*Лелека птах долі, провісник щастя й добробуту. Селиться він тільки в добрих людей, а в казках завжди виступає, як позитивний герой. Одна з казок говорить, чому в лелеки червоний клюв і чорні крила: птах обпалив їх, коли спасав дітей охопленого полум'ям будинку, на якому було гніздо.*

3. Знайдіть пари слів, у яких порушено словотвірні норми. Поясніть причини порушень.

*Конструкція – конструктивний; норів – норовливий; канон – канонічний; Микола – Миколчин; отаман – отаманувати; молекула – молекульний; вівця – овчиний; громада – громадянський; авторитет – авторитарний.*

4. Визначте, які комунікативні якості характеризують прислів'я та приказки.

*Говоріть так, щоб словам було тісно, а думкам просторо.*

*Умій вчасно сказати, вчасно змовчати.*

*Слово – не горобець, вилетить – не спіймаєш.*

*Хто вчора збрехав, тому й завтра не повірять.*

*Хороша людина висуває вимоги до себе, погана – до інших.*

*Учись коротко говорити, зумій море в глек вмістити.*

5. Замініть слово „дані”, ураховуючи конкретний контекст (складіть речення).

*Даний час; дана справа; дані про автора; дані задачі; дані пропозиції; дане попередження; дана інформація.*

6. Охарактеризуйте ваше мовлення з погляду реалізації його комунікативних якостей.

### **Заняття 3**

#### **Стилі комунікації. Гендерні аспекти комунікації**

#### **Контрольні питання**

1. Стилі комунікації.
2. Стилі комунікативної поведінки.
3. Міжкультурні стилі комунікації.
4. Комунікаційні бар'єри.



5. Гендерні аспекти комунікації. Маскулінність та фемінність.

### **Практична частина**

1. Підготуйте відповіді на контрольні питання.
2. Спробуйте відтворити різні стилі спілкування (демократичний, авторитарний, суперечливий).

Можливі ситуації (проблеми):

- розформування підприємства (фірми);
- купівля подарунків на ювілей фірми (закладу); на Новий рік; у Дитячий будинок тощо (за вибором);
- призначення нового керівника;
- ваш варіант.

3. Підготуйте повідомлення на контрольне питання № 5.

4. Група українських студентів організувала вечір поезії „Спілка мертвих студентів”.

Чи зрозуміли ви приховану в назві метафору? Найменування якого твору обіграно в назві вечора?

Які комунікативні бар'єри виникли у вас або можуть виникнути в інших людей під час сприймання назви заходу (бар'єр взаєморозуміння, семантичний, стилістичний, соціальний, культурний, психологічний, когнітивний бар'єр тощо)?

Чи вдалося авторам назви привернути увагу до події?

Оцініть, наскільки вдалою є назва заходу з погляду ефективної комунікації.

## **Заняття 4**

### **Вербальна комунікація**

#### **Контрольні питання**

1. Місце природної мови серед інших знакових систем.
2. Специфіка усної вербальної (мовленнєвої) комунікації. Функції мови.
3. Форми вербальної комунікації.
4. Види усномовленнєвої комунікації:
  - а) уміння слухати. Види слухання.

б) уміння говорити.

5. Уміння ставити запитання. Типи запитань.

### **Практична частина**

1. Підготуйте відповіді на контрольні питання.

2. Дайте відповіді на додаткові питання:

У чому відмінність між умінням слухати й умінням чути?

У чому різниця між активним і пасивним слуханням?

Що таке ефективне слухання?

Перешкоди й бар'єри ефективного говоріння і слухання.

3. Прокоментуйте вислів: *Ніяке інше вміння, яким може володіти людина, не дасть їй можливості з такою швидкістю зробити кар'єру й добитися визнання, як уміння добре говорити (Чонсі М. Ден'ю).*

4. Законспекуйте розділ 9 „Велика” та „мала” розмова (Величко О., Янковська Т. Ефективна комунікація : посіб. для працівників апарату суду. Київ, 2010. 120 с. С. 52 – 57). Змодельуйте „малі розмови” з одногрупниками, відпрацюйте техніки активного слухання.

## **Заняття 5**

### **Невербальна комунікація**

#### **Контрольні питання**

1. Пара- і екстралінгвістичні особливості невербальної комунікації.

2. Функції невербальної комунікації.

3. Класифікація невербальних засобів комунікації.

4. Безпосередні й опосередковані кінеми. Типи безпосередніх кінем.

5. Текстові кінеми.

6. Невербальні особливості міжкультурної комунікації.

#### **Практична частина**

1. Підготуйте відповіді на контрольні питання.

2. Доберіть відеозапис або фрагмент відео (2 – 4 хв.) з будь-якою ситуацією. Запропонуйте одногрупникам переглянути

його в режимі без звуку і спробувати зрозуміти зміст розмови на основі аналізу невербальних засобів.

3. „Розшифруйте” мову жестів:

*почісування підборіддя;*

*руки в кишені, великий палець зверху;*

*пальці з'єднані подібно куполу храму;*

*дзвякання монетами в кишені;*

*розглядання себе в дзеркалі, вертіння перед ним;*

*людина, яка сміється із закритими очима.*

Які жести ви використаєте, щоб показати *Ейфелеву вежу*; *радість від літнього дощу*; *щастя від народження малюка*; *задоволення від смачної їжі*.

4. Підготуйте письмову характеристику одного із відомих українських телеведучих (дикторів), акторів, шоуменів, політиків та ін. (за вибором). Охарактеризуйте безпосередні кінеми: фонаційні, мануальні (жести), мімічні, пантомімічні, ситуаційно-конфігураційні (колір шкіри, характер дихання, погляд, відстань комунікантів (проксеміка), час спілкування (хронеміка), торкання (такесика), одяг, загальна манера поведінки мовця.

**Увага! Приклади з Інтернету зраховуватися не будуть.**

5. Змодельуйте ситуацію спілкування з представниками інших культур, ураховуючи національний мовний етикет і національні табу. Визначте, у чому полягає специфіка невербальних аспектів та просторово-часових характеристик міжкультурної комунікації.

## Заняття 6

### Ділова комунікація. Усна ділова комунікація

#### Контрольні питання

1. Поняття ділової комунікації. Види та жанри ділової комунікації.
2. Типи мовної культури в діловій комунікації.
3. Усна форма ділової комунікації.

4. Специфіка перемовин. Загальні відомості про ділові переговори. Способи ведення переговорів.

5. Ділова бесіда. Композиційні особливості, етапи підготовки та проведення ділової бесіди.

6. Особливості організації та проведення співбесіди.

### **Практична частина**

1. Підготуйте відповіді на контрольні питання.

2. Розробіть модель ділової бесіди (*не менше 10 реплік; тему бесіди оберіть самостійно*), використовуючи різні типи запитань (не менше чотирьох): закрите, відкрите, альтернативне, риторичне, інформаційне, підтверджувальне, проблемне, провокаційне, навідне, однополюсне, прикінцеве.

Проаналізуйте бесіду своїх одногрупників за такою схемою:

1. Яка тема й мета бесіди?

2. Чи вдалося на початку розрядити атмосферу, установити психологічний контакт?

3. Наскільки доказово викладені позиції?

4. Питання яких типів пролунали?

5. Які засоби мовної адресації, „формули” вітання і прощання вжито?

6. Чи дотримані просторові норми ділового спілкування?

7. Чи встановлений візуальний контакт?

8. Які жести використано?

3. Проаналізуйте причини невдач спілкування на прикладі творів художньої літератури (зазначте автора й назву твору) або на власних прикладах з життя. Простежте, як мовленнєве непорозуміння призводить до розгортання конфлікту між персонажами.

4. Змодельуйте ситуацію на співбесіді (зі спеціальності; не менше восьми реплік).

## Заняття 7

### Етика та етикет ділової комунікації. Український мовленнєвий етикет

#### Контрольні питання

1. Основні поняття етики та етикету ділової комунікації. Види етичних норм і правил.
2. Мовний, мовленнєвий, спілкувальний етикет.
3. Національно-культурна специфіка мовленнєвого етикету. Український мовленнєвий етикет.
4. Комунікативні табу.
5. Функційна типологія етикетних формул.
6. Комплімент як елемент мовленнєвого етикету.

#### Практична частина

1. Підготуйте відповіді на контрольні питання.
2. Прокоментуйте вислови: *Підступна річ – культура спілкування: присутність її непомітна, зате відсутність бачиш одразу (С. Муратов);*  
*Привітність і ввічливість – найкращі засоби боротьби з нечемністю (Іржі Томан).*
3. Доберіть тактовні словесні формули, які б оформлювали такі комунікативні ситуації:  
*настанову викладача перед написанням контрольної модульної роботи;*  
*тактовне зауваження студентові, який запізнився на лекцію;*  
*застереження проти списування;*  
*зауваження студентам, які на занятті бавляться мобільними телефонами;*  
*нагадування студентам про дотримання мовленнєвого етикету;*  
*похвала студентам, які посіли призові місця в олімпіаді.*
4. Доберіть тактовні відповіді щодо неввічливих зауважень: *Ваших жартів ніхто не розуміє, так що краще помовчіть. Дивно, як ви не розумієте, адже це елементарні речі.*

*Ви вже вкотре забули про моє прохання! У вас що – склероз?*

*І скільки ж ви одержуєте грошей на новому місці?*

*Ваш подарунок дуже скромний, але дякую й за це.*

5. Випишіть найпоширеніші етикетні формули, які вживали у своїх творах чи епістолярію Тарас Шевченко, Леся Українка, Ольга Кобилянська, Михайло Коцюбинський, Іван Франко (за вибором; укажіть назву твору / назви творів чи адресата, якщо це епістолярій) і які формули вживають сучасні українські письменники (проаналізуйте одного автора, укажіть назву твору).

6. Підготуйте повідомлення: *Особливості ділової культури країн світу* (країна – за вибором студента).

## **Заняття 8 – 9**

### **Ділова комунікація. Письмова ділова комунікація**

#### **Контрольні питання**

1. Офіційно-діловий стиль (ОДС) як форма реалізації мовної комунікації.

2. Мовностильові ознаки офіційно-ділового стилю. Підстили ОДС.

3. Основні вимоги до творення письмових текстів офіційно-ділового стилю.

4. Сучасний діловий документ та його призначення. Державний стандарт на оформлення документів та їхні реквізити. Класифікація документів.

5. Ділове листування. Види листів. Мовний етикет ділового листа.

#### **Практична частина**

1. Підготуйте відповіді на контрольні питання.

2. Дайте відповіді на додаткові питання:

*Яка з двох форм – усна чи письмова – важливіша для сучасної комунікації? Аргументуйте свою позицію.*

*Що ви знаєте про історію письмової комунікації? Від чого залежить еволюція письмової комунікації?*

*Які нові форми й жанри письмової комунікації виникли за останні 5 – 10 років? Що викликало їхню появу?*

*Які сьогодні найпоширеніші форми спілкування через Інтернет?*

*Що доцільніше застосовувати у вашій майбутній професійній сфері – резюме чи портфоліо?*

3. Напишіть заяву на ім'я вашого декана (директора). У чому полягає відмінність між внутрішньою й зовнішньою заявами?

4. Напишіть автобіографію (на окремому аркуші).

5. Як зазначав Наполеон Гілл, „...у життєвих битвах не завжди перемагає сила та швидкість. Трапляється, що перемагає той, хто ліпше себе представить”. Чи погоджуєтеся ви з такою думкою?

Ознайомтеся зі зразком *резюме*. Проаналізуйте його структуру.

Яка інформація в резюме привернула вашу увагу?

Чи достатня кількість рубрик у документі?

Чи вдало розміщені рубрики „Освіта” і „Додаткова інформація”?

Чи достатній обсяг контактної інформації?

Якими мовними засобами послуговується автор, щоб подати інформацію про практичні навички?

На чому зроблено основний акцент у розділах рубрики „Професійний досвід”?

Яку роль відіграють статистичні дані?

Чи можна вважати подане резюме ефективним? Обґрунтуйте відповідь.

**Зразок:**

#### РЕЗЮМЕ

**Бойко Віталій Миколайович**

Дата народження: 10.06.1985

Місто: Старобільськ

Моб. телефон: 095 000 01 11

E-mail: 777@gmail.com

**Мета:** Заміщення вакантної посади менеджера з продажу.

**Освіта:** вересень 2002 р. – червень 2007 р. – Луганський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут економіки та бізнесу, спеціальність „Менеджмент організацій”, диплом спеціаліста (денна форма навчання).

2007 – 2009 рр. – Харківський державний університет менеджменту і бізнесу, факультет менеджменту, спеціальність „Менеджмент організацій”, диплом магістра (заочна форма навчання).

**Додаткова освіта:**

вересень – грудень 2007 р. – курси англійської мови;

лютий – квітень 2008 р. – курси „Інтернет-маркетинг”, м. Київ;

травень 2008 р. – тренінг „Успішне управління персоналом”, м. Львів.

**Професійний досвід:**

*Помічник менеджера з продажу*

Вересень 2006 р. – червень 2007 р. ТОВ „МИ В ТЕМІ”, м. Куп'янськ.

Функційні обов'язки:

- оптовий продаж продукції власного виробництва (меблі для замських будинків, дач);
- моніторинг ринку та конкурентів;
- пошук нових клієнтів;
- контроль відвантажень і правильності заповнення документів;
- забезпечення взаємодії з усіма відділами компанії (бухгалтерія, фінансовий відділ, виробництво);
- ведення внутрішньої звітності;
- обробка вхідної документації;
- розміщення рекламних оголошень;
- виконання особистих доручень керівника.

*Менеджер з продажу*

Червень 2007 р. – березень 2014 р., гіпермаркет „Будуй”, м. Бахмут.



Функційні обов'язки:

- консультування клієнтів;
- проведення презентацій;
- проведення рекламних акцій;
- робота зі складом;
- контроль продажу будівельних матеріалів;
- робота з касою;
- робота з паперовими каталогами.

*Старший менеджер з продажу*

Березень 2014 р. – червень 2019 р., гіпермаркет „Будуй”,  
м. Бахмут.

Функційні обов'язки:

- пошук нових клієнтів;
- підтримання існуючої клієнтської бази;
- інтернет-продаж (продаж товару, ведення замовлень, оновлення даних, проведення консультацій);
- проведення презентацій, виставок;
- проведення рекламних акцій;
- пошук нових ринків збуту;
- управління персоналом (12 осіб);
- контроль ведення документації;
- відстеження платіжних документів;
- організація оптових продажів.

**Професійні навички:**

- володію комп'ютером (MS Office (Excel, Word), Інтернет);
- уміння користуватися офісною технікою;
- досвід роботи з клієнтами;
- досвід у сфері оптових і роздрібних продажів;
- навички інтернет-продажу;
- навички ведення документообігу;
- навички проведення рекламних компаній;
- навички управління персоналом;
- уміння вести переговори;
- грамотна усна та письмова мова.

Знання мов: українська – рідна; російська – вільно володію;  
англійська – середній рівень; німецька – середній рівень.

### **Особисті якості:**

Націленість на результат; уміння працювати з великим обсягом інформації; ініціативність; порядність, комунікабельність, пунктуальність.

### **Додаткова інформація:**

Сімейний стан: одружений.

Можливість відряджень: так.

Власне авто: так.

Хобі: спорт (плавання, важка атлетика), комп'ютерний дизайн.

6. Запишіть відредаговані речення. У яких документах їх можна використати?

*1. Прошу надати відпустку у зв'язку з хворобою. 2. Інформація департаменту повинна бути підготовлена на протязі тижня. 3. Здійснити погодинну оплату Марчук В. О згідно поданого табеля. 4. Ухвалили суворо наказати пана Левченко П. С. за порушення трудової дисципліни. 5. Ректоратом затверджено план проведення заходів до 100-річчя університету. 6. Вчена рада університету задовольнила прохання факультету іноземних мов щодо переносу практики на лютий місяць 2021 року. 7. Нагородити почесною грамотою університету завідуючого кафедрою біохімії Жадана Максима Леонідовича.*

7. Напишіть характеристику на студента-практиканта, дотримуючись реквізитів.

8. Доберіть українські відповідники.

*Быть на хорошем счету; заказное письмо; повестка дня; подходящий налог; косвенный налог; административное взыскание; нанесенные убытки; оптовые закупки; занимает должность; возмещение ущерба; заключить сделку; веское основание; купить товары в рассрочку; выплатить пособие по безработице; работать по совместительству; взыскать с ответчика; залог имущества; должностное лицо.*

9. Визначте, до якого виду листів належить кожен з уривків.

1. *Шановний Сергію Петровичу, щиро дякуємо Вам за схвальний відгук...* 2. *На жаль, ми мусимо відмовити Вам у Вашому проханні щодо...* 3. *Відповідаємо на Ваше питання стосовно вакансії редактора...* 4. *Прийміть наші найщиріші вітання...* 5. *Нагадуємо Вам, що термін виконання договору закінчується...* 6. *Шановні колеги! Запрошуємо взяти участь у науково-практичній конференції...* 7. *Просимо Вас уважно вивчити наші пропозиції й дати остаточну відповідь...* 8. *Будемо раді встановленню взаємовигідних контактів із Вашою фірмою...* 9. *Сподіваємося, що це непорозуміння не вплине на наші подальші стосунки...*

10. Напишіть *лист-пропозицію* й *лист-підтвердження*, дотримуючись реквізитів.

11. Прокоментуйте переваги й недоліки електронного листування. Сформулюйте основні правила електронного листування.

## Заняття 10

### Засоби створення ділового іміджу в професійній комунікації

#### Контрольні питання

1. Поняття іміджу та його роль у діловому спілкуванні. Види іміджу: професійний імідж; особистісний імідж; корпоративний імідж.

2. Зовнішні і внутрішні (психологічні, етичні) чинники формування іміджу.

3. Вербальний і невербальний імідж. Види невербальної інформації.

4. Культура мови як основна ознака іміджу.

5. Культура телефонного спілкування.

#### Практична частина

1. Підготуйте відповіді на контрольні питання.

2. Дайте відповіді на додаткові питання.

*У чому полягає суть іміджу організації?*

*Як впливає зовнішній вигляд на імідж ділової людини?*

*Як ви розумієте фразу: „мати свій стиль”?*

*Хто такі іміджмейкери?*

*Яку роль відіграє самооцінка у формуванні іміджу?*

*Що притаманно зовнішньому вигляду ділового чоловіка?*

*Охарактеризуйте складники зовнішнього вигляду ділової жінки.*

*Що слід розуміти під поняттям „манери ділової людини”?*

*Який стиль в одязі, на ваш погляд, притаманний таким життєвим ситуаціям:*

- у повсякденному житті;
- під час виробничої/педагогічної практики;
- під час захисту магістерських робіт;
- у діловому колі.

*Чи слід у діловому спілкуванні бути завжди максимально серйозним?*

*Які життєві цінності є для вас найважливішими?*

*Зазначте пріоритетність від 10 до 1:*

Щаслива родина

Матеріальне забезпечення

Приємне дозвілля

Цікава робота

Творча реалізація

Успішна професійна діяльність

Виховання дітей

Вдалий шлюб

Повноцінне спілкування з людьми

Подорожі

3. Складіть сучасний ідеальний образ керівника.

4. *Ділова гра.* Співробітнику підприємства (організації, закладу) доручено повідомити клієнтові (абітурієнтові, батькам випускників) про можливість надання нової послуги. Проведіть телефонну розмову, використовуючи переконання як засіб впливу й дотримуючись культури мовлення.

## Заняття 11

### Форми колективного обговорення професійних проблем

#### Контрольні питання

1. Наради, збори, конференції, „круглі столи” як форми колективного обговорення професійних проблем.
2. „Мозковий штурм” як евристична форма активізації потенціалу співрозмовника.
3. Безконфліктне спілкування. Стратегія поведінки в конфліктних ситуаціях.

#### Практична частина

1. Підготуйте відповіді на контрольні питання.
2. Підготуйте фрагмент виступу на педагогічній нараді; на батьківських зборах; на конференції трудового колективу, уживаючи професійну лексику (за вибором) *(для студентів педагогічних спеціальностей (майбутні вчителі))*.

Підготуйте фрагмент виступу на виробничій нараді; на зборах трудового колективу, уживаючи професійну лексику (за вибором) *(для студентів непедагогічних спеціальностей)*.

Тему виступу оберіть самостійно.

3. Підготуйте повідомлення: Техніка проведення „Мозкового штурму”.
4. Напишіть мінісценарій і підготуйтеся до участі в діловій грі.

*Ситуація:* співробітник фірми – гарний фахівець. Але він почав часто запізнюватися на роботу, не попереджаючи ні керівника, ні колег; не здає вчасно звіти, а під час робочого дня „зависає” в мобільному телефоні. Це дратує керівника, але, розуміючи цінність співробітника для фірми, ніяких радикальних кроків керівник не робить. Виникає конфлікт між співробітником і колегами, які виконують за нього його роботу. Який вихід з цієї ситуації можете запропонувати? Які наслідки може мати цей конфлікт для всіх його учасників?

## Контроль самостійної роботи

*Немає професій з великим майбутнім,  
але є професіонали з великим майбутнім*

Підготуйте портфоліо (за вибором).

1. „**Моя професія – моє успішне майбутнє**” на паперовому носії (формат А4).

Структуру портфоліо оберіть самостійно. Визначте тип вашої майбутньої спеціальності за класифікацією академіка Є. Климова: Людина – Природа, Людина – Людина, Людина – Техніка, Людина – Знакові системи, Людина – Художній образ.

*Головне* – ваш творчий підхід, оригінальність, професійна спрямованість.

Обов’язково перевірте грамотність.

Тривалість виступу – до 5-ти хвилин.

2. Складіть портфоліо на конкурс „Студент року”.

*Структура портфоліо:* титульна сторінка; загальні відомості (життєво-професійне кредо; науково-практичні інтереси); навчальна діяльність (успіхи в навчанні, середній бал, відгуки викладачів тощо); навчально-дослідна робота (участь в олімпіадах, конкурсах, робота в наукових гуртках, виступи на конференціях, публікації в журналах, збірниках наукових робіт; грамоти, сертифікати, дипломи, патенти, інші нагороди); позааудиторна робота – Творче „Я” (участь у творчих конкурсах, спортивних змаганнях тощо).

**Увага:** не шкодуйте часу на детальний опис своїх робіт. Перевірте грамотність, бо допущені помилки здатні перекреслити всі ваші заслуги.

Тривалість виступу – до 5-ти хвилин.

## МОДУЛЬ 2

### АКАДЕМІЧНА РИТОРИКА

#### ОПОРНІ КОНСПЕКТИ ЛЕКЦІЙ

##### ЛЕКЦІЯ 1

Тема: *Риторика як мистецтво та наука*

##### План

1. Визначення та функції академічної риторики.
2. Основні ознаки професійного красномовства.
3. Види та жанри красномовства.

1. Слабкий рівень або навіть відсутність навичок спілкування, вміння слухати один одного, розуміти та домовлятися можуть призвести до непорозуміння, конфлікту, сварки, ворожнечі, навіть війни. Ми часто забуваємо, що спілкування – це двосторонній процес: люди розуміють і сприймають того, хто сам уміє слухати та водночас відчувати, як його промова та вислови сприймаються іншими. Як відомо, мета спілкування – рух до істини, наближення до неї всіх учасників діалогу. У сучасному світі вкрай необхідно вміти домовлятися, слухати, знаходити шляхи до діалогу, вихід з найнебезпечніших ситуацій.

Уміння розуміти та переконувати, слухати та чути дається не тільки від природи або працею самовиховання. Воно досягається також і спеціальним навчанням, оволодінням системою мовленнєво-розумових операцій, якої навчали всіх культурних людей з найдавніших часів. Цю систему було створено давньогрецькими філософами-риторами. Вона отримала назву **риторика**.

Як навчальна дисципліна риторика має давню історію. До її структури і змісту доклали руку знані європейські та вітчизняні мислителі. Отже, риторика вчить адекватної мовленнєвої поведінки, тобто аналізувати різні обставини спілкування: ураховувати, з ким говорить мовець, для чого, де, коли і як.

Аналізуючи приклади успішного й неуспішного спілкування, створюючи власні висловлювання при розв'язанні риторичних завдань, оцінюючи чуже і своє мовлення, ви зможете розвивати вміння адаптуватися до мінливих умов життя, рефлексувати з приводу своєї мовленнєвої поведінки. Риторика допоможе вам стати особистістю, яка здійснює менше помилок у спілкуванні, і тим самим уникнути стресів.

Риторика підготує вас до майбутнього життя – успішної роботи в колективі, де потрібно взаємодіяти з колегами, відшукати оптимальне рішення проблеми разом зі співробітниками та начальством і т. ін.

Риторика вчить гуманітарного мислення людей, учить знаходити різні варіанти розв'язання одного й того самого завдання, наприклад, як відмовити, не образивши людину? Як відстояти свої переконання, не посварившись з опонентом? Отже, риторика вчить позитивного ставлення до людей, світу. Так, риторика вчить: будьте уважними до свого слова, допомагайте іншим і словом, і справою, спілкуйтеся так, як Ви хотіли б, щоб спілкувались з Вами.

Риторика також вчить важливих загальнонавчальних умінь, які характеризують рівень функційної грамотності, наприклад, вміння обирати значущу інформацію з тексту; виділяти головне; інтерпретувати й переробляти інформацію, представляючи її в кількох формах (схемах, таблицях, діаграмах тощо); стисло передавати зміст; реалізовувати такі тексти, як відгук, реферат, доповідь та ін.

Ні для кого не секрет, що останнім часом відбувається зниження рівня мовленнєвої культури. Ми часто чуємо ненормативне наголошування в словах у мовленні дикторів, грубі / лайливі слова в мовленні учасників теле- та радіопередач, спостерігаємо некоректну мовленнєву поведінку в найрізноманітніших сферах спілкування. Риторика багато в чому виховує неприйняття цих негативних явищ і тим самим сприяє підвищенню мовленнєвої культури.

Не випадково в усьому світі в наш час вельми актуальні питання комунікативної компетенції. Від комунікативних умінь



багато в чому залежать і особисті успіхи, і успіхи суспільства загалом.

Ось чому риторика як наука про культуру спілкування, культуру мовлення ввірвалась в третє тисячоліття.

Історично склалося так, що риторика слугувала в основному ораторському мистецтву, а не повсякденному мовленню. Однак поняття „риторика” ширше за поняття „ораторське мистецтво” й не зводиться до нього. Воно охоплює широке коло знань, умінь, навичок: від виникнення ідеї, задуму мовлення й до безпосереднього мовленнєвого процесу та мовленнєвої взаємодії. Тому риторика в сучасному розумінні – це наука не тільки й не стільки про красномовство, а наука про мовленнєву доцільність, про усвідомлену та коректну повсякденну розумово-мовленнєву діяльність.

Під *ораторським мистецтвом* розуміють перш за все високий рівень майстерності публічного виступу, якісну характеристику ораторської мови, вправне володіння живим словом. **Риторика** ж – технологія (сукупність методів, засобів, прийомів) створення (породження) будь-якого тексту, оформленого у зрозумілому та переконливому висловлюванні, яка виражає важливі для автора та його адресата думки, почуття, переживання.

Зі стародавніх часів риторика присвячена таким питанням:

- як навчитися говорити не тільки красиво та правильно, а й переконливо, відповідно до смислу викладати усно та письмово те, що ми хочемо сказати, і так, щоб нас точно розуміли ті, до кого ми звертаємося;
- риторика вчила і вчить, як здійснювати мовленнєву комунікацію;
- як правильно, логічно й виразно викладати та розвивати думки; уживати слова;
- як користуватися мовленнєвою активністю в особистому житті та в суспільній діяльності, як виступати перед аудиторією.

2. Слово виражає наше самовизначення серед собі подібних, формує багато в чому взаємини між людьми.

Недаремно П. Мовчан говорив: „Мова – універсальна, але користуватися нею слід суворо індивідуально. Це своєрідний енергопровід: від одного до іншого, від одного до багатьох”. Стародавні люди вбачали в слові магічну силу, якій підкоряється все у світі. Майстри слова, у першу чергу „практичні” оратори, які досконало володіють секретами красномовства, завжди шанувалися, мали вплив у суспільстві, досягали своєї мети легше, ніж люди, які не володіли даром слова.

Виступаючи перед іншими, людина виражає й утверджує себе, водночас впливаючи на слухачів. Слово „*красномовство*” й означає гарне, красиве мовлення, яким милуються слухачі. По суті, воно – сила, за допомогою якої вдається впливати на навколишній світ, змінювати його, реалізуючи власне бачення життя. Можна, щоправда, нажити через гострий язик чимало ворогів, але мудріше знати, що той, хто добре говорить, здатний і своїх ворогів перетворити на друзів. Про силу слова свідчить народна мудрість: „Немає нічого солодшого від язика; немає й нічого більш гіркого, ніж язик”. Буває, що цілі угруповання, верстви суспільства або й народи перебувають під впливом обдарованих красномовців, які отримують у такий спосіб владу над свідомістю інших. Головна функція мови – функція спілкування, *комунікативна*.

Саме тут корениться цікавість до можливостей слова, що лягла в основу спеціальної науки про *красномовство*. Але людина, яка береться впливати на людей словом, мусить, аби досягти успіху, розрахувати всі свої можливості. За допомогою риторики людина може навчитися грамотно й гарно будувати свій виступ перед людьми, що, своєю чергою, допоможе їй досягти успіху в житті.

Ораторські вміння й навички необхідні в численних випадках життя.

Юрист, який покликаний здійснювати законність і не вміє вербально (словесно) довести правоту своєї позиції, опиняється за межами своєї професії. У його руках – доля людини, яка може бути помилково звинувачена; він спроможний захистити суспільство від злочинця. І невинне володіння словом

автоматично означає в цій ситуації безвідповідальність і непрофесіоналізм.

Політик-оратор, що не в змозі запалити словом маси, приречений на невдачу. А відповідальність його значно більша, аніж відповідальність юриста: від політика залежить доля суспільства, принаймні значної групи людей. Ера політиків, що ледь не хизувалися своїм невмінням говорити, на очах відходить у минуле, особливо в епоху ЗМІ – немов на долоні, бачиш, чого варта та чи та політична індивідуальність, навіть не заглиблюючись у хащі суспільно-економічних, партійних чи якихось інших інтересів, які цей політик представляє.

Учитель середньої школи, якого не бажають слухати учні, зазвичай, починає шукати іншу роботу. Кожен може пригадати якогось горе-вчителя зі свого дитинства, який назавжди загубив у нас цікавість до того предмета, який викладав.

Релігійний проповідник, що не вміє надихати людей словом, автоматично губить авторитет духовного лідера своєї громади. „Німії” проповідник – це справжній нонсенс, абсурдна ситуація. Усі великі релігії будуються на авторитеті слова, святому письмі, яке відображає певні ідеї. Духовна особа, яка не в змозі донести палання цього священного вогню до свідомості своїх слухачів, по суті займає не своє місце.

Бізнесмен, який покладається лише на силу грошей і матеріальні чинники, ризикує розгубити клієнтуру чи партнерів, які знайдуть собі менеджера чи продавця більш приємного і ввічливого. Та й більш пересічні ситуації свідчать про силу слова. Часто-густо на базарі купують у того, хто вміє похвалити свій товар, створює навколо себе атмосферу доброзичливості, ширості та прихильності.

Батьки, які виховують своїх дітей не словом, а ременем, ризикують породити не розуміння, а ненависть. Скільки сімей навколо страждають через те, що між їхніми членами панує непорозуміння, напруженість, які часто-густо переростають у неприязнь, сварки а то й огидну відверту ворожнечу. Родина, у якій не знаходиться слів для порозуміння, дуже швидко перестає бути родиною.

Отже, і в професійній діяльності людини, і в її повсякденному житті варто користуватися силою слова.

З одного боку, *красномовство* – це мистецтво, розкута гра словом, якою можна милуватися, як милуються виступом артиста. Часом такий дар проявляється сам собою, від природи. Водночас риторика – це ще й наука про способи переконання та ефективні форми впливу на аудиторію з урахуванням її особливостей. Риторика, як уже було сказано, – наука про ораторське мистецтво, красномовство.

Учена людина завжди має перевагу перед тою, яка опановує щось самотужки (автодидакт). Наука про красномовство виникла як спроба осмислити закономірності мовлення – мовлення буденного, утилітарного мовлення прозою, що в античному суспільстві цінувалося значно менше, ніж художнє, поетичне слово. Та поруч з поетами, які говорять віршами про високе, завжди поставали оратори – зі словом на політичні теми, промовами в судах тощо. Доброму промовцеві здебільшого вдавалося переконати аудиторію, виграти справу. У зв'язку з цим постала потреба у вивченні законів ораторства, яке вже в ранньому античному суспільстві стало справжнім мистецтвом.

Давньогрецький філософ Аристотель казав, що дар мовлення має характер загальності й виявляється в найрізноманітніших обставинах.

У системі освіти європейського суспільства доля риторики складалася достатньо важко. Інтерес до риторики не був стабільний. Останні два століття, наприклад, були позначені згасанням інтересу до неї. У XIX ст. висловлювалася навіть думка: якби риторику за традицією не продовжували вивчати в навчальних закладах, вона б давно перестала існувати. Увага філологів була зосереджена переважно на художніх творах і поезії, а не на риториці. Видатний поет Франції кінця XIX ст. П. Верлен теж закликав „зламати шию красномовству”, прагнучи мови розкутої, незалежної від будь-яких „правил”. У поезії це дало чудові наслідки. Але якщо в поезії двозначність і мінливість змісту слова відіграє неабияку роль, то в повсякденному житті людина з „роздвоєним язиком” породжує недовіру. Від ратора чекають, що він назве чорне – чорним,

а біле – білим. Водночас поетика й риторика мають чимало спільного (особливо якщо йдеться про використання риторичними поетичними прийомами).

Отже, слово художнє і слово повсякденне не тотожні. Якщо в поетичному слові важлива полісемія (багатозначність), то в повсякденному житті цінується точність вислову. Тому теорію художньої мови вивчає поетика, а закони елоквенції (красномовства) – риторика. Слово риторичне, не уникаючи образу, ґрунтується здебільшого на точному, конкретному значенні.

Риторика – це не замкнуте на собі знання, не тільки академічна дисципліна, предметом вивчення якої є ораторство. Це також прикладна дисципліна, що має на меті виховання вмілого промовця. Тому риторика тісно пов'язана з практикою повсякденного красномовства. Водночас вона взаємодіє з іншими науками. Так, **мовознавство** озброює її знанням законів формування та розвитку людського мовлення. **Літературознавство** відкриває закони творення художнього образу словесними засобами. **Філософія** вводить у світ інтелектуально-духовного пошуку людства, а окремі філософські дисципліни ознайомлюють з цінностями моралі (етика), принципами розуміння та творення прекрасного (естетика), законами мислення (логіка). **Психолінгвістика** допомагає зрозуміти, наскільки вибір слова зумовлено емоційно-вольовим станом людини. **Психологія** дозволяє ораторові контролювати власний душевний стан і настрої аудиторії; зокрема когнітивна психологія (від *cognitio* – знання, пізнання) відкриває можливості осягнення світу через слово. **Фізіологія** знайомить з мовним апаратом, його можливостями та механізмом творення голосу. Допомагають ораторові оволодіти голосом і поставою, жестикуляцією й мімікою такі дисципліни, як **методика виразного читання, основи режисури й акторської майстерності**. Усе сказане свідчить про те, що оратор може розвинути свої природні здібності. Також зрозуміло, що існує сума знань, яку необхідно засвоїти, аби стати добрим промовцем.

До кожного виступу оратор повинен добре готуватися. Адже рідко хто володіє даром імпровізувати, виступати без підготовки. Та й дар цей розвивається і шліфується завдяки ретельній систематичній роботі над собою.

Щоб оволодіти чиеюсь свідомістю, потрібно спочатку опанувати себе, навчитися керувати своїми думками та почуттями. Оратор мусить дисциплінувати думку (логіка), емоцію, жести (погано, якщо промовець нагадує незграбними руками працюючий млин або ж, навпаки, подібний до нерухомого стовпа).

Визначимо одразу той комплекс вимог до оратора, що склався за століття розвитку ораторського мистецтва.

1. Оратор має чітко визначити тему свого виступу і не відхилятися від неї. Основна думка виступу має поступово розгортатися в ході промови, що й буде розкриттям теми.

2. Усякий виступ має порушувати проблему, яка хвилює людей в аудиторії, є актуальною або, принаймні, несе в собі нову й потрібну слухачеві інформацію. Разом з тим вузький знавець лише свого предмета швидко надокучить слухачам. Отож, загальна ерудиція, обізнаність у різних галузях науки та культури ніяк не завадять.

3. Аудиторія очікує від оратора духовного насичення, чіткого визначення моральних оцінок. Ця ситуація вимагає від оратора такої якості, як асертивність – здатність людини відстоювати свою думку, не порушуючи моральних прав іншої людини. Це здатність оптимально реагувати на критику та вміння рішуче говорити собі та іншим „ні”, якщо цього вимагають обставини.

4. Оратор має зважати на те, чого від нього очікує конкретна аудиторія (учні, солдати, виборці та ін.), а не просто вийти на кафедру для „самовираження”. Він мусить думати, насамперед, не про власний успіх; важливіше те, що відбувається у свідомості слухача-реципієнта.

5. Мета промови – досягти прихильної реакції аудиторії. Тому оратор не повинен відчувати себе „зверхньою істотою”. Він мусить бути співрозмовником, а не сипати високими

словами. Тому промова в основному має бути подібною за інтонацією до звичайної бесіди.

6. Ораторові варто прагнути хоча б почасти використовувати метод імпровізації: адже слід викладати матеріал невимушено, вільно й цікаво.

7. Оратор повинен контролювати свою манеру поведінки під час виступу – погляд, голос, міміка, жести тощо, постійно підтримувати духовно-емоційний контакт з аудиторією.

3. У літературі розрізняють п'ять основних видів красномовства: *академічне, політичне, юридичне (судове), церковне та суспільно-побутове*. Проте деякі вчені вважають, що цих видів більше – до десяти: *соціально-політичне, академічне, судове, соціально-побутове, дипломатичне, військове, лекційне, торговельне, церковно-богословське, дискусійне*. За такої класифікації деякі позиції дублюють одна одну. Зокрема Поль Сопер вважає, що існує лише два види красномовства – *інформаційне та агітаційне*. Вочевидь, це дуже широке узагальнення, обмежитися яким не можна. С. Абрамович, М. Чікарькова в навчальному посібнику з риторики так характеризують зазначені п'ять видів красномовства:

**1) академічне красномовство** – це ораторська діяльність науковця та викладача, який доповідає про результати дослідження або популяризує досягнення науки. Сфера його застосування – шкільна (різних рівнів, зокрема вища школа) та наукова аудиторія.

Головні риси академічного красномовства – доказовість, бездоганна логічність, точність мислення, чітка, позбавлена будь-якої двозначності термінологія.

Наука, як відомо, є точним описом реальних, матеріальних явищ світу. Науковий опис цих явищ є метою академічного красномовства. Дуже важливо, щоб результати наукових досліджень були донесені до громадськості (не кажучи вже про студентів та учнів), але в дещо спрощеній (адаптованій) формі. Водночас школярі та студенти мусять опанувати мову науки, її термінологію та спосіб викладу. Адаптованості матеріалу до

свідомості учнів сприяє використання різноманітної наочності, у першу чергу – із застосуванням технічних засобів.

До жанрів академічного красномовства належать: *наукова доповідь, наукове повідомлення, наукова лекція (вишівська та шкільна), реферат, виступ на семінарському занятті, науково-популярна (публічна) лекція, бесіда;*

**2) політичне красномовство** – це виступ оратора, що висловлює інтереси тієї чи тієї партії (політичної сили) або роз'яснює якусь суспільно-політичну ситуацію.

Політичне красномовство як один із засобів боротьби за владу або гармонізацію суспільних відносин заявило про себе в найдавніші часи, коли люди намагалися вирішувати соціальні конфлікти не тільки зброєю, а й силою переконання. Політична культура виховується століттями, люди вчать вести політичну боротьбу суто вербальними методами, з повагою до опонента. Нинішній стан політичного красномовства в Україні переконливо свідчить, що оратор-політик неодмінно мусить вивчати основи елоквенції, починаючи хоча б з гарного знання державної мови.

Політична риторика виділяє такі основні жанри: *політична промова, доповідь, виступ, інформація, огляд та бесіда*. Вони різняться більшим чи меншим обсягом та вагомістю змісту. Так, політична доповідь виголошується звичайно на партійному з'їзді й окреслює стратегію політичної діяльності конкретної партії. А політична інформація може проводитися в підвідомчих цій партії осередках освіти, дитячих закладах типу скаутських чи піонерських і розрахована на ліквідацію політичної безграмотності. Огляд чи бесіда обираються політиками, які хочуть знайти свою аудиторію на виборчій дільниці. Політичний виступ чи промову ми часто чуємо з екрана телевізора чи по радіо, наприклад, виступи депутатів у Верховній Раді.

За сферою функціонування політичні промови бувають *парламентські, мітингові та військові*. У моменти суспільного неспокою, революцій або соціальних перетворень значне поширення знаходять мітингові промови. У періоди стабілізації суспільного життя переважає інтерес до парламентського



красномовства. У наш час швидко розвивається і парламентське, і мітингове красномовство.

Зрозуміло, що підтримання бойового духу, патріотичних почуттів неможливе в умовах військових дій без виступів командирів різного рангу. Відомі численні випадки, коли слово було рівноцінне зброї. Особливого значення політичне красномовство набуває в умовах широкого тиражування його засобами масової комунікації – преса, радіо, телебачення;

**3) судове (юридичне) красномовство** – це ораторські виступи юристів, підсудного та цивільних осіб у процесі розгляду судової справи з позицій законодавства.

Сучасний суд – це складна структура, учасники якої чітко розподіляють ролі: прокурор, адвокат, свідки та ін. Кожне слово тут повинно бути вагомим і точним, особливо в суді першої інстанції. Дуже важливо, щоб усі, хто має слово в процесі, уміли виступати публічно, мали відповідну риторичну підготовку. Особливої уваги потребує підготовка судової промови. Важливо визначити її предмет, види та функції, специфіку словесного оформлення.

У суді виступають з промовами прокурор (обвинувач) та адвокат (захисник). Звичайно визначають *прокурорську (звинувачувальну)* та *адвокатську (захисну) промови*. Крім того, у судових суперечках часом беруть участь громадський обвинувач і громадський захисник, цивільний позивач і цивільний відповідач (або їхні представники); потерпілий та його представник; нарешті – підсудний, у ролі захисників якого можуть виступати його близькі родичі, опікуни або піклувальники.

Судова промова мусить висвітлити громадську думку та оцінку злочину, особи підсудного з погляду того чи того учасника дебатів. Проте право пропонувати міру покарання або думку про невинність підсудного мають лише прокурор та адвокат; інші лише уточнюють деталі, які допомагають об'єктивно змалювати стан справи. Судова промова повинна ефективно впливати на суд, допомагати формуванню переконань суддів та присутніх у залі суду громадян.

Часто в процесі розгляду справи подаються *репліки*, які привертають увагу до помилок та викривлень реальності, що мають місце у виступах учасників судових дебатів;

**4) церковне красномовство** – це проповіді, бесіди, повчання, коментування Біблії та інших священних писань у практиці різноманітних конфесій. Релігійне красномовство в зародку існувало ще в Давній Греції.

Відомо, що християнська свідомість базується на Біблії і на тих догматах (непорушні істини віри), які впродовж століть усталювалися колективним досвідом церкви. Це визначає своєрідність церковного ораторства, **основним жанром** якого є **проповідь** – *коментар до Біблії* (хоча християнин виступає місіонером, що проповідує при будь-якій нагоді). Проповідник не повинен відділяти Біблію від мирського, світського, а, навпаки, якомога інтенсивніше їх поєднувати. Але треба, щоб події життя служили ілюстрацією до Писання, а не навпаки, коли Писання служить „ілюстрацією” для зведення якихось політичних чи життєвих рахунків.

Протягом століть склалися такі чотири види проповіді: *проповідь-розповідь, проповідь-слово (урочиста), проповідь-повчання, бесіда-тлумачення Святого Письма.*

**5) суспільно-побутове красномовство** – це влучне, гостре або урочисте слово з приводу якоїсь важливої події в приватному житті або певної гострої чи цікавої ситуації.

Сьогодні **жанрами суспільно-побутового красномовства** є: *ювілейні промови, привітальне слово, застільне слово (тости), надгробне (поминальне) слово.* Тут найчастіше йдеться про величання, похвалу тої чи тої особистості, групи або явища. Характерною рисою подібного красномовства є ритуальність (ситуація хрестин, весілля, похорону тощо).

Найчастіше такі виступи бувають імпровізаціями, що не готуються заздалегідь. Це невеликі, лаконічні тексти, які не вимагають обов'язкової, звичайної для інших галузей риторики твердої схеми побудови (вступ, основна частина, висновки). Логічне начало тут може бути послаблене; панує емоційна стихія. Ораторові не обов'язково демонструвати академічну ерудицію, знання законів або пропагувати істини

релігії (хоча окремі елементи такого роду тільки прикрашають подібне слово). Проте оратор черпає приклади з життєвого матеріалу, з фольклору (наприклад, стихія анекдоту). Стиль може бути від урочисто-величального (наприклад, на похороні) до „зниженого”, навіть часом вульгарного під час застілля. Однак зауважимо, що ораторові в цій ситуації слід дотримуватися норм культури, інакше він ризикує образити чиюсь гідність, наразитися на дискусію або навіть і більш гостре „з’ясування стосунків”.

Важко класифікувати численні приклади гострого та переконливого слова в побуті: це може бути „дискусія” про ціну м’яса на базарі, сварка двох сусідів чи залицання хлопця до дівчини. Цілком очевидно, що сфера застосування красного слова тут справді безмежна.

## ЛЕКЦІЯ 2

### Тема: *Особливості реалізації публічного мовлення*

#### План

1. Вербальна та невербальна майстерність оратора.
2. Види промов.
3. Основні етапи підготовки ораторської промови.
4. Техніка промови і культура оратора (логічні, психологічні та мовленнєві засади).

**1.** Щоб привернути до себе увагу, оратор мусить удаватися до певних прийомів. При цьому важливо дотримуватися міри. Не варто бути ексцентричним, не личить екстравагантно одягатися, так само, як і робити незвичайну зачіску, вдаватися до особливих жестів тощо. Вираз обличчя, хода, якою ви проходите до місця виступу, постава – випростана чи згорблена, ваша жестикуляція – створюють певне враження ще до того, як ви сказали перше слово. Симпатія чи антипатія до оратора формується саме в ці найперші хвилини.

Вихід до слухачів. До місця промови треба йти спокійно, не бігти, не поправляти на ходу одяг чи зачісуватися. Є

старовинний прийом: починати йти з півкроку, а не з широкого кроку. Пройшовши до місця, наберіть впевненої пози й починайте. Якщо вам треба прочитати текст з аркуша, не втуплюйтеся одразу в папірці. Огляньте людей, усміхніться, привітайтеся. Запам'ятайте: той, хто кладе перед собою текст і читає, залякнувши в одній позі, немов хоче схватися від слухачів, справляє враження людини-магнітофона.

Голос. Зрідка трапляються люди з „пошкодженим” голосом. Від природи кожен може добре володіти своїм голосом. Індійські йоги навіть уважають, що хрипкий, гугнявий чи неприсмний голос неможливий у людини, яка веде гідний спосіб життя. Пияцтво та куріння – головні вороги голосу. Час його усталення – юнацькі роки.

Правильні артикуляція й вимова, добра дикція – запорука успіху. Якщо ваша дикція не дуже чітка, на допомогу можуть прийти різні скоромовки, які дають змогу виробити досконалу вимову для будь-яких звуків. Чи достатньо гучний ваш голос? Якщо він глухий і тихий, потрібно ширше спиратися на дихання. Кожне слово треба чути, не можна зливати кілька слів у якусь невизначну звукову масу.

Чіткість вимови часто залежить і від аудиторії, у якій виступає оратор. Потрібно пам'ятати, що чим більше приміщення, тим повільніше поширюються звукові хвилі: для того, щоби вони не змішувалися і не заглушали одна одну, оратор повинен дати їм час для поширення. Тому у великих аудиторіях оратор повинен говорити повільніше, ніж у маленьких.

Правильне сприйняття аудиторією промови залежить і від темпу її виголошення (тобто швидкості, з якою оратор вимовляє звуки, склади чи слова за одиницю часу). Оратора, який узяв неправильний темп, перестають слухати. Якщо промова виголошується занадто швидко, аудиторія не встигає за оратором, утрачає стрижень розмови, а незабаром й інтерес до неї. Але так само погано, якщо оратор говорить дуже повільно – аудиторія випереджає його у сприйнятті інформації й ефект той самий: інтерес до промови втрачається.

Дехто хоче говорити „не своїм голосом”, наприклад, більш басистим, ніж є насправді. Виходить штучно, негарно. Висота голосу дана від природи, її треба використовувати такою, якою вона є.

І нарешті, варто замислитися над тембром голосу. Є голоси „оксамитові”, сильні й м’які, багаті на відтінки. Є голоси з „металевим” звуком, владні, рішучі. Знайдіть свої темброві можливості й користуйтеся ними. Тембр можна змінювати, переходячи від „оксамитових” нот до „металу в голосі” й т.п. – усього цього потрібно вчитися.

Контролюйте ваше дихання, керуйте ним – це єдиний фізіологічний процес, що легко піддається контролю розуму. Через вільне дихання почне правильно функціонувати усе інше.

Дотримуйтеся паузи. Пауза – це теж засіб впливу на слухача. Недарма, наприклад, серед акторів (у яких виразне проголошення тексту відіграє дуже важливу роль) гарним вважається той, хто вміє „тримати паузу”. Паузи можна поділити на дихальні, логічні та психологічні. Дихальні паузи використовуються, щоб набрати дихання. У цей момент ви відпочиваєте самі й даєте відпочити аудиторії. Але треба слідкувати за тим, щоб ці паузи збігалися з паузами логічними. *Логічні* паузи відбивають структуру тексту (у першу чергу розділові знаки). *Психологічні* паузи використовуються для того, аби привернути на щось увагу слухачів чи підготувати їх до якогось важливого моменту. Пауза використовується при переходах від однієї думки до іншої як засіб, щоб підкреслити якусь думку. Але потрібно уникати невинуватих пауз, які псують промову, ускладнюють її сприйняття. Щоб цього уникнути, фразу потрібно обдумувати перед її виголошенням, а не в процесі виголошення. Є прийом: почати з паузи (ораторська пауза) – це зацікавлює. Але не мовчіть занадто довго, бо складається враження, що ви розгубилися.

Вправно користуйтеся інтонаціями. Монотонне проголошення промови стомлює. Промовець виголошує промову „від себе”, тож й інтонаційний малюнок має бути розкутим, багатим. Уникайте „нерішучої” інтонації: вона неприпустима.

Жестикуляція. Жести поділяються на *механічні, ілюстративні й емоційні*. *Механічні* жести – це жести, що супроводжують промову без зв'язку з її змістом, тобто робляться автоматично. Усім відомі такі приклади, коли оратор, навіть не замислюючись над цим, робить одноманітні рухи рукою, поправляє зачіску, тре перенісся та ін. *Ілюстративні* жести – це жести, які зображують те, про що йдеться, наприклад, поїзд рушив, і при цьому лектор робить рух рукою вперед і т.п. Ані механічних, ані ілюстративних жестів допускати не слід. Вони тільки відволікають від промови, а іноді взагалі створюють комічне враження.

Оратор повинен користуватися *емоційними* жестами. Емоційні жести – це жести, що підсилюють виразність промови, прикрашають її, допомагають у виділенні основних думок. Головне, щоб ці жести в промовця були природними.

2. Багатоманітність риторики усвідомлювали ще в Давній Греції, де вона розрізнялася за видами. Основними при цьому вважались:

- політична (радна) промова;
- судова промова;
- урочиста (епідейктична) промова.

Крім цього, виділяли „надгробне слово”. Такий підхід до виділення видів красномовства був чітко емпіричним. І навіть Аристотель у своїй „Риториці” не дав ґрунтовної класифікації видів красномовства, оскільки він виділяв не види, а стилі вже написаної, представленої, вивченої напам'ять промови.

**Промова** – це усний публічний виступ з метою висвітлення певної інформації та впливу на розум, почуття й волю слухачів.

Характеризується логічною стрункністю тексту, емоційною насиченістю й вольовими імпульсами мовця. З промовою виступають на мітингах, масових зібраннях на честь певної події, ювілею тощо. Розрізняють промови розважальні, інформаційні, агітаційні, вітальні (ювілейні).

*Агітаційна промова* має основне завдання роз'яснити щось, зорієнтувати в чомусь. Звернена насамперед до емоцій,

почуттів, уяви слухачів. В агітаційній промові розтлумачують чи з'ясовують певні питання, пропагують певні думки, переконання, ідеї, теорії, активно агітуючи за їхню реалізацію чи втілення в життя.

*Ювілейна промова* присвячена певній даті. Відзначається святковістю, урочистістю, може мати елементи підсумків.

*Політичною промовою* може бути парламентський виступ як публічне намагання переконати аудиторію в доцільності певної ідеї, заходів, дій. Для цього використовують оригінальні пропозиції, аргументи, несподівані думки, емоційний виклад, швидку реакцію. За сферою функціонування політичну промову поділяють на парламентську, мітингову та воєнну.

*Мітингова промова* має гостро політичний характер і присвячена злободенній, суспільно значущій і хвилюючій темі. Така промова повинна бути гарячою, закличною, визначатися яскравою емоційністю й високим пафосом. Промовець має на меті спонукати людей до певних, часто протиправних, дій, законотворців – до прийняття відповідних законів.

У сучасній американській риторичі пропонується інша класифікація риторичи.

*Розважальна промова* не має іншої мети, окрім тої, що закладено в її назву. Мета – підтримати увагу й інтерес слухачів. У ній наявні вигадка і правда, серйозне й жартівливе. Присутній гумор, іронія, глузлива серйозність, карикатурність і перебільшення.

*Інформаційна промова* викликає зацікавленість, надає нове уявлення про предмет. Вона може будуватися у формі розповіді, опису, пояснення. Розповідь – це рух. Опис розбирає предмет, показує частинки, унаочнює їх, як на картинці. Пояснення показує, який предмет у дії або як він влаштований. У всіх інформаційних промовах переважає яка-небудь з цих характерних рис.

Інформаційна промова повинна відповідати таким вимогам:

- не повинна містити ніяких спірних питань;
- повинна викликати цікавість;
- повинна задовольняти запити слухачів;
- повідомлення має бути актуальним.

*Агітаційні (надихаючі) промови* американці поділяють на три групи: 1) промови з метою надихнути; 2) промови з метою переконати; 3) промови з метою викликати реакцію у відповідь. На практиці ці три види загальних цільових установок перекривають одна одну. Більшість промов, метою яких є переконати, викликають поклик до дії, як і промови, що спонукають до дії.

Переконуюча промова, як і будь-яка інша, повинна бути цікавою. Щоб забезпечити її цікавий характер, необхідно:

- обрати дійсно спірне питання;
- обрати питання, що може бути вирішеним.

Якщо слухача переконали, це означає, його закликали до дії: до нового, до продовження або зупинення попереднього.

Агітаційній промові властиві характерні риси інших промов: вона повинна містити необхідні фактичні дані, викликати психічне сприйняття, призводити до згоди.

Окрім цього, їй властивий невід’ємний і властивий тільки їй елемент: вона повинна змусити слухача зробити те, про що просить оратор.

При виборі агітаційної теми потрібно перевірити її зміст з погляду таких ознак:

- чи викликатиме вона достатній інтерес;
- чи здатні слухачі діяти;
- чи не надто сильна опозиція.

**3.** Виголошенню промови передують два основні етапи її підготовки, які, своєю чергою, поділяються на кілька етапів. Це *інвенція* та *диспозиція*.

**1. Інвенція** (лат. *inventio* – „винахід”) – розділ риторики, який вивчає розробку предметної царини ораторської промови.

На цьому етапі оратор повинен визначити свою стратегію, сформулювати задум промови, розгорнути її тему через підбір відповідного матеріалу.

Вибір теми. Обирайте таке коло питань, підготовка до яких може дати вам більше знань, ніж ними володіють ваші слухачі. Натхнення приходить разом із зростанням обсягу ваших знань і розумів. Якщо тема оволоділа вами, можливо, вона оволодіє й



слухачами.

Працюйте систематично, день за днем, наполегливо, постійно розмірковуюйте над темою майбутнього виступу. Отже, працюючи таким чином, ви створите ґрунтовну основу з фактів та ідей.

Добирайте прийнятну тему. Настрій публіки залежить від місця й часу. У побуті слухачі сприйматимуть як належне те, що в аудиторії здаватиметься їм смішним, нудним або шокуючим.

Урахування аудиторії. Обрана вами тема повинна бути цікавою, достатньо важливою й зрозумілою для аудиторії. Щоб не схибити, виступаючи зі своєю промовою, слід мати уявлення про рівень знань слухачів, їхню освіту, виховання, заняття, вік і особливі інтереси.

Чи буде тема важливою й захопливою, залежить головним чином від таких чинників:

а) *основні інтереси аудиторії.* Їхні витoki вкорінені в питаннях життя і смерті, здоров'я, кохання, взаємин з ближніми, грошей та власності, професії, кар'єри, слави, соціального статусу й престижу. Те, що перелічені питання важливі, відчутно з реакції будь-якої аудиторії, наприклад, адміністратор, який починає промову з питань про оплату праці на підприємстві чи в установі на зборах працівників і службовців, зустрине глибоке й зосереджене розуміння. Класний керівник на батьківських зборах швидше порозуміється з ними, якщо почне безпосередньо з успішності учнів;

б) *групові інтереси.* Ці інтереси аудиторії – найкраща основа промови. Коли значна частина групи готується, наприклад, на практику за кордон, то розмова про особливі національні традиції, про можливість заробити під час практики, про спокуси й застереження буде вкрай цікавою й потрібною. Виступаючи у трудовому колективі, оратор може звернутися до питань хабарництва в місцевому самоврядуванні, про організацію дозвілля молоді, місцеві податки, стан навколишнього середовища тощо;

в) *злободенні інтереси.* Ці інтереси переважно викликані поточним моментом: виборча кампанія, референдум, проблеми телебачення, епідемії, засоби боротьби з поширеними

хворобами тощо. Людей завжди хвилювали питання справедливої оплати праці, вчасна виплата заробленого. Важливо, що у зв'язку з актуальними проблемами можуть бути згадані і предмети, які ніби явно не пов'язані з ними. Так, питання моралі, релігії та літератури також завжди легко пов'язати з актуальними проблемами сьогодення;

г) *конкретні інтереси* викликають усе, що ми бачимо, чуємо, відчуваємо. Утім, багато конкретних питань були б надто вульгарними і дрібними, якби вони не торкалися понять, що мають моральне або загальне значення. Так, питання щодо того, повинна людина курити чи ні, більш серйозне й значуще, ніж питання про те, якої марки цигарки краще курити;

д) *новизна теми* завжди приваблює слухачів. Адже незалежно від ступеня уяви слухачі воліли б знати про життя інших народів, про мандрі й мандрівників, про дива минулого й майбутнього. Але пам'ятайте: якими б новими й незвичними не були заявлені вами теми, вони завжди мають бути пов'язаними з тим, що слухачі вже знають, і з тим, що для них має значення;

е) *конфлікт у промові* – також важливий елемент добре підготовленої промови. Люди завжди схильні приділяти увагу спірному, зіткненню думок, боротьбі. Надзвичайно цікавий і хвилюючий елемент історичних подій – воєнні бої або зіткнення думок видатних історичних діячів. .

Відбір матеріалу для виступу. Фахівці виділяють чотири джерела накопичення матеріалу для промови: особистий досвід, розмірковування і спостереження, інтерв'ю й бесіди, читання.

Зібравшись виступити перед аудиторією, слід насамперед мати ідею й бажання висловитись. Інколи останнє від нас не залежить, оскільки є категоричне „треба"! У будь-якому випадку треба скомпонувати власні думки, визначитися з власними прикладами, пригадати все, що вам особисто відомо з обраної теми, що ви чули, бачили, читали.

Промова повинна „визріти". У вільні хвилини треба повертатися до обраної теми, думати про неї, промовляти подумки окремі її епізоди. Доцільно ставити собі питання щодо змісту промови. Записувати свої думки і спостереження.

Будьте уважними, спілкуючись з іншими людьми, адже не виключено, що вони мимохідь скажуть щось таке, що допоможе вам глибше усвідомити ваш задум.

Під час пошуків матеріалів до промови варто звернутися до бібліотеки. Читати потрібно більше, ніж потрібно для підготовки доповіді. Треба користуватися останніми даними, книжками, статтями, матеріалами, цікавитися законодавством, постановами, указами. Читаючи, варто вести конспект прочитаного.

Нині існує таке джерело інформації, як Інтернет. Робота в Інтернеті – це можливість інтенсивного накопичення й обробки великих масивів інформації за досить короткий проміжок часу.

Отже, після того, як опрацьовано певну кількість матеріалів, слід обрати ті з них, у яких, на думку доповідача, найбільш ґрунтовно висвітлено тему майбутнього виступу.

**2. Диспозиція** (від лат. *dispositio* – „розташовую”, „розміщую”) – мистецтво розміщення матеріалу й оформлення структури промови.

Для кожної промови необхідно спланувати її початок і закінчення. Планування змісту та порядку виступу – це складне й відповідальне завдання. Новачки в ораторській справі часто сподіваються на силу натхнення під час виступу. На жаль, натхнення без цілеспрямованої роботи над текстом не допомагає.

**Вступ** повинен бути коротким. У ньому слід чітко й зрозуміло сформулювати суть теми виступу. Застерігайте себе від того, що на початку промови з метою зацікавлення слухачів обов'язково розповідати смішну історію. Дуже грубою помилкою буде почати з вибачень типу: „Я не оратор...”, „Я не підготувався до виступу...”, „Мені нічого сказати”. Не потрібно відразу відвертати від себе увагу слухачів.

Викликати цікавість аудиторії можна, наприклад, почавши свою промову риторичним запитанням до слухачів, яке стосується безпосередньої вашої теми. Почати виступ можна, використавши цитату з промови якогось відомого політичного чи громадського діяча, або повідомити якийсь вражаючий аудиторію факт.

**Основна частина.** Зрозуміло, що це найбільш навантажена й об'ємна частина виступу. Адже тут ідеться про ту інформацію, ідею, яку в розгорнутому вигляді вам доведеться донести до слухачів, надихнути їх на прийняття якогось рішення. В основній частині промови дають юридичні, економічні, політичні, конкретні наукові визначення, наводять усілякі порівняння, покликання на авторитети, статистичні дані. Не слід відкидати значення наочних матеріалів. Від вашої ерудиції, продуманості змісту промови, послідовності й аргументованості у викладенні матеріалу й буде залежати успіх вашої справи.

**Завершення.** Це також важлива частина виступу. Останні фрази вашої промови варто вивчити напам'ять. У заключній частині виступу, коли ви резюмуєте основні положення вашої промови чи закликаєте до дії, коли ви щиро робите комплімент на адресу зібрання або колективу чи хочете завершити виступ якимось жартом, вам зовсім не до лиця припуститись якоїсь недоречності або схибити.

Гумористична кінцівка може сприяти тому, що в пам'яті ваших слухачів лишиться якомога більше зі сказаного вами. Досить влучною може бути поетична кінцівка. Інколи прийнятним і змістовним завершенням могла б стати цитата з Біблії.

Отже, для успішного виступу в аудиторії важливо підготувати гарний початок і гарне завершення і зробити так, щоб вони були пов'язані один з одним.

Завершуючи виступ, ніколи не кажіть фраз типу: „Ну, ось приблизно те, що я хотів сказати. На цьому я закінчую”. Про завершення промови слухачі здогадаються самі. На думку досвідчених промовців, потрібно завжди завершувати виступ раніше, ніж очікують ваші слухачі.

**4.** Говорячи про техніку промови як демонстрацію культури оратора, маємо на увазі, перш за все, **елокуцію** (від лат. *eloquor* – „висловлююся”, „викладаю”) – третій розділ класичної риторики, у якому розкриваються закони мовленнєвого вираження предмета спілкування (мовне оформлення промови). Цей розділ має підрозділ, який називається *елоквенція* (у ньому

досліджуються фігури слова (тропи), фігури думки (риторичні фігури).

Оратор, який має на меті виступити цікаво й захоплююче, повинен зробити певні конкретні кроки в цьому напрямі, до яких належать: добір доцільних мовних засобів, граматичну правильність, ясність думки, довершеність висловлення.

Вимога граматичної правильності, якій підлягає мова виступу, – слушна. Але тут слід урахувати, що з промовою виступають найчастіше без заучування напам'ять. Оратора часто не залишає відчуття непевності, доки він не буде твердо знати, що мова його граматично правильна. Інакше замість того, щоб зосередитись на змісті промови, доведеться зосереджуватися на словах.

Ясність думки і довершеність висловлення також важливі. Коли ви говорите про прості предмети або про речі широковживані, намагайтесь користуватися термінами, які найбільше для цього підходять. Часто (у захваті від власної поважності) оратор не стежить за конкретністю свого мовлення. Що означає, наприклад, вислів: „Утікачі дуже швидко неслися автобаном, і вітер свистів у них у вухах”? Майже нічого. А от вислів: „Вони мчали автобаном зі швидкістю 160 кілометрів на годину” мало кого залишить байдужим. І про вітер, який свистів у вуха не треба згадувати. Краще, щоб у вашому виступі землетрус був не просто „сильний”, а силою в 6,5 балів.

**Прямі тактики мовного впливу** можна визначити як тактики відкритого типу. Важливим показником цієї тактики є її незмінюваність. Прямі значення мовних одиниць не підлягають варіюванню. Такий, наприклад, заклик: „Зробимо Суми зразково чистим містом!”

Привабливість прямого („доброякісного”) повідомлення визначається ступенем довіри, який виявляє слухач до промовця. Прямі мовні тактики не вступають у конфлікт з критерієм щирості, хоча рівень їхньої ефективності завжди підлягає сумніву. Співрозмовнику мало коли подобається, якщо його відверто до чогось примушують. Так, дослідження в галузі реклами свідчать, що людям не подобається, коли їм говорять: „зберігайте (гроші в Ощадбанку)”, „запитуйте (в аптеках

міста)”, „купуйте (тільки у нас)”. У людей виникає лише почуття роздратування через те, що їх примушують робити те, що потрібно комусь.

**Непрямі тактики мовного впливу.** Загальний принцип побудови непрямої тактики мовного впливу базується на тому, що фактично будь-яка непряма тактика пропонує слухачеві певну загадку – більшої чи меншої складності. Непряма тактика мовного впливу містить інтригу, вона оволодіває особистісними характеристиками слухача, включає його в повідомлення.

Однак досить часто, застосовуючи таку тактику, сучасний носій мови відчуває занепокоєння, побоюється бути неправильно зрозумілим, лякається ініціативи слухача. А тому поспішає відразу розкрити карти, щоб не виникло непорозуміння.

Очевидна особливість непрямих тактик мовного впливу в тому, що вони забезпечують слухачеві свободу дій як свободу ініціативи та фантазії. Адже „розгадати” – означає проаналізувати, перебрати у своїй свідомості кілька неприйнятних варіантів розгадки, зрозуміти, чому вони неприйнятні, а, можливо, урешті-решт, і дійти „правильної відповіді”. Останнє беремо в лапки, оскільки хто ж може бути впевненим остаточно, чи те, що вам здалося правильним, мав на увазі ваш співбесідник, коли говорив: „В обіймах Морфея”, „жодна мисляча людина”, „у ногу з часом”. Тому цілком слушними є заяви про фігуральний характер непрямих тактик.

**Високий, середній і низький стилі.** В історії красномовства давно було опрацьоване вчення про три стилі красномовства: високий стиль, середній (квітчастий) стиль, низький стиль. У цьому плані показовою є праця Ф. Прокоповича „Про риторичне мистецтво”. Феофан Прокопович (1681 – 1736) – український богослов, письменник, поет, математик, філософ, ректор Київської академії.

Для *високого стилю* характерне досягнення оратором атмосфери піднесення, зворушення слухачів. Тому оратору слід добирати відповідні емоційні й величні засоби впливу на аудиторію. До таких можна віднести метафори, катахреси, алегорії, метонімії та інші фігури піднесення.

*Середній* (або квітчастий) стиль промови покликаний надати слухачам насолоду від почутого. У такій промові слушно використати засоби, які покращують зміст виступу: гіперболи, епітети, метафори, вислови відомих мислителів і поетів, гумористичні включення, жарти тощо. Адже після такої промови слухачі повинні залишити аудиторію в гарному й веселому настрої.

*Низький стиль* – це стиль повчання й розповідей. Переважно його вживають у ситуаціях, коли ми інформуємо, повчаємо або проповідуємо людям якісь істини. Тут, зазвичай, промовці не застосовують риторичні фігури і тропи. Хоча ніхто й не стверджує, що в повчанні не може бути жарту чи оповідання обов'язково має бути сухим і позбавленим емоцій.

## ЛЕКЦІЯ 3

### Тема: *Культура публічного виступу*

#### План

1. Етикет публічного виступу.
2. Культура сприймання публічного виступу.
3. Види слухання. Принципи ефективного слухання.
4. Функції запитань, їх різновиди. Уміння ставити запитання.

**1.** Від уміння говорити нерідко залежить успіх, авторитет, кар'єра. Для того, щоб навчитися добре, змістовно говорити, необхідно збагачувати свої знання й досвід, удосконалювати професійну освіту, усебічно розвиватися. Уміння говорити завжди розвивається одночасно з розширенням культурного та професійного світогляду.

Сутність красномовства полягає в умінні та здібностях правильно й уміло говорити за змістом і майстерно за формою.

*Етика ритора* – один із видів професійної етики; сукупність моральних норм і правил, які визначають ставлення ритора до своїх обов'язків, до слухачів, до підготовки виступу, до поведінки на трибуні тощо. Етична риторика базується на основоположних, ключових загальнолюдських цінностях –

моральних вимогах і заборонах. „Золоте правило” риторика – не нашкодь іншому словом.

Як відомо, метою публічних виступів є передавання інформації, знань, оцінок та вражень.

Кожен промовець повинен володіти певними вміннями й навичками роботи з аудиторією.

Публічне спілкування людей під час виступу передбачає їхню активну мисленнєво-мнемічну діяльність, концентрацію їхньої уваги для прийняття та обробки інформації.

Людина, яка бере на себе відповідальність виступати на публіці, повинна мати нахил до цієї діяльності, бути психологічно готовою до виступу, не боятися аудиторії, уміти своїм словом змусити слухачів емоційно співпереживати, хвилюватися вирішенням тих чи тих проблем.

Щоб зацікавити людей, промовець повинен бути добре ерудованим, досконало розбиратися в проблемі, про яку говорить. Слухачі стають співучасниками процесу мислення промовця. Між ними встановлюється інтелектуальний контакт (свідченням цього є погляди та жести схвалення, тиша або мовчання під час паузи) та ін. Це свідчить про те, що слухачі включились у спільну з ним мисленнєву діяльність. Задоволення від такого спілкування отримують обидві сторони.

Доповідач усім своїм виглядом має демонструвати глибоку повагу до слухачів, дотримуватися правил етикету.

Публічний виступ складається з кількох взаємопов'язаних між собою етапів:

- докомунікативний – етап формування методологічних принципів, визначення позицій, добір та оцінювання матеріалу, що стане основою виступу;
- передкомунікативний – етап визначення стратегії й тактики майбутнього виступу та його основної ідеї, вирішення питань, пов'язаних з її трактуванням, відпрацювання змісту виступу, добір засобів та прийомів його передавання;
- комунікативний – центральний у процесі спілкування. Це творча робота промовця перед слухачами. При результативній взаємодії підготовлений і розроблений



змістовний матеріал лекції стає дієвим засобом впливу на установки, знання, уміння слухачів, формування їхніх переконань;

- посткомунікативний – визначення результативності зустрічі зі слухачами. Цей етап іноді ігнорують, проте він потребує уваги, бо дає змогу визначити, чи досяг промовець мети, чи задоволили свій інтерес і свої цілі слухачі. Це допоможе наступного разу усунути припущені помилки, краще врахувати запити людей.

Текст виступу має бути логічним, послідовним. Його можна легко запам'ятати, а згодом обходитися без підглядання в папірці. Це допоможе промовцеві почуватися вільно, говорити спокійно, невимушено, більше апелювати до слухачів, спостерігати за їхньою реакцією.

Для того, щоб спілкування лектора з аудиторією було успішним, потрібно:

- 1) орієнтуватися в умовах спілкування (з цією метою визначити цілі та мотиви спілкування, специфіку аудиторії, знати час та місце зустрічі);
- 2) уміти правильно визначити мотивацію спілкування (мотивації бувають соціальні, особистісні, пізнавальні, пов'язані із соціальною діяльністю);
- 3) прагнути, щоб виступ був цілеспрямованим (пробуджувати інтерес до нових знань, пошукової діяльності, творчої активності, до розвитку потреби в самоосвіті тощо);
- 4) використовувати систему запитань-відповідей, які активізують пізнавальну діяльність слухачів;
- 5) спиратися на етичні вимоги та психологічні засади.

У промові можна використовувати:

- жарт (але вміло);
- цікаву оповідку (робити це доречно);
- наочні матеріали, технічні засоби (якщо лектор уміє ними користуватися).

Починати доповідь потрібно з того, що близьке слухачам, пов'язане з їхньою професією, місцем проживання. Добре, якщо контакт зі слухачами виникає на основі спільної розумової

діяльності, тобто лектор і слухачі вирішують однакові проблеми, обговорюють спільні питання. Мета вступу полягає ще й у тому, щоб стисло пояснити завдання промови й указати на часткові питання, на яких автор збирається зупинитися.

Основна частина (виклад) – висвітлення основних положень виступу, який заповнюється деталями. Найкраще йти від простого до складного. Оратор повинен постійно стежити, чи все, що він говорить, зрозуміле слухачам. Ще один метод упорядкування думок полягає в дотримванні хронологічної послідовності. Увагу слухачів слід привертати з самого початку. Однак цікаві думки слід тримати про запас, щоб протягом виступу час від часу посилювати свій вплив на слухачів: видозмінювати виступ залежно від ситуації, інколи „оживляти” його ліричними відступами – цікава історія, приклад із життя, використання прислів'їв, приказок, афоризмів тощо.

Кажуть, що перші слова оратора повинні завоювати увагу слухача, а останні – посилити ефект виступу. Тому висновки повинні бути чіткими, лаконічними. Прикінцеві речення варто підготувати заздалегідь, тому що зробити це безпосередньо в аудиторії буде важче.

Успіх публічного мовлення значною мірою залежить від майстерності доповідача. Цицерон зазначав, що кращий оратор той, хто своїм голосом і повчає слухачів, і дає насолоду, і справляє на них сильне враження.

**2. Сприйняття чужого мовлення** – різновид мовленнєвої діяльності людини, яка полягає в установці смислу почутих (прочитаних) повідомлень, текстів, усвідомленні авторських текстових (дискурсивних) стратегій.

Сприйняття – не дзеркальне відображення мовлення, а процес, який має свою специфіку та механізми розгортання. Це багатоаспектне і складне явище, яке стало інтердисциплінарною сферою досліджень гуманітарних, природничих та „комп'ютерних” наук.

Багато понять з цієї проблеми було закладено ще в середньовіччі, коли існували три спеціальні науки, зорієнтовані на розуміння й тлумачення тексту: *герменевтика* (використовує

текст і обмежується ним для розуміння закладеної в ньому інформації); *екзегетика* (звертається до контексту, у якому створювався текст); *гомилетика* (оперує загальними відомостями про тогочасні морально-етичні норми, мотиви та мету автора, його особистість).

Безперечно, що комунікація унеможлиблюється, якщо з якихось причин адресат не сприймає адресанта, відмовляється інтерпретувати його повідомлення, ухиляється від спілкування. Отже, сприйняття – обов’язкова умова будь-якого спілкування.

Загальновідомо, що після того, як розроблено задум публічного виступу, починається наступний етап діяльності – „запуск” задуму в аудиторію.

Першим законом цього етапу є *закон моделювання аудиторії*, знання й застосування якого дозволяє досить повно вивчати тих, на кого треба орієнтувати загальний задум. *Закон моделювання аудиторії* передбачає системне вивчення аудиторії, тобто тих, на кого розраховане викладення концепції (один суб’єкт чи соціальна група), на основі соціально-демографічних, соціально-психологічних та індивідуально-особистісних ознак.

Соціально-демографічні ознаки становлять перший рівень вивчення аудиторії, спрямований на розкриття „зовнішньої оболонки” людини. До цієї групи можна віднести такі ознаки: *стать, вік, національність, освіта, професія, склад сім’ї* тощо. Для того, щоб ці ознаки не перетворилися на формальні характеристики, необхідно не лише займатися фіксацією цих ознак, але й співвідносити ознаки, займатися їх аналізом, вичитувати ту інформацію, яка стоїть за тією чи тією ознакою.

Соціально-психологічні ознаки характеризують поведінку кількох суб’єктів одночасно.

До них можна віднести такі:

- мотиви поведінки;
- потреби;
- ставлення до предмета мовлення та суб’єкта, який його викладає;
- рівень розуміння предмета.

Мотив поведінки розглядається як чинник, що зумовлює дії суб'єктів (відповідає на запитання: що збудило суб'єкта до дії).

*Охарактеризуємо три мотиви:*

- морально-дисциплінарний мотив (зовнішній, примусовий чинник спонукання), не підкріплений бажанням суб'єкта;
- емоційно-естетичний мотив (чинник, заснований на цікавості, але не підкріплений волею суб'єкта; звідси „скороминучість” цього мотиву);
- інтелектуально-пізнавальний мотив (чинник, зумовлений бажанням і волею суб'єкта до пізнання).

Стійкий інтелектуально-пізнавальний мотив виводить людину на рівень саморозвитку, тобто запуску в ній активного внутрішнього чинника.

Рівень розуміння предмета мовлення зумовлює підготовленість суб'єкта (закладена база): загальна культура, світогляд, розвиток інтелектуальних здібностей, професійна підготовка тощо.

Одними з важливих ознак культури сприйняття публічного виступу вважають *уміння слухати й уміння ставити запитання*.

3. Промовцям властиві публічне мислення й мистецтво говоріння, а слухачам – **мистецтво слухання**. Це особливе вміння, якого потрібно вчитися впродовж усього життя. Ще стародавні мудреці казали, що слово наполовину належить тому, хто говорить, і наполовину тому, хто слухає.

Уміння слухати є одним із критеріїв комунікабельності людини. Ще давньогрецький філософ, оратор Епіктет пояснював, що людина має слухати вдвічі більше, ніж говорити. Хтось запитав: „Чому?” Мудрець відповів: „Недарма Бог дав нам один язик і пару вух”.

**Слухання** – це рецептивний вид мовленнєвої діяльності, пов'язаний зі слуховим сприйняттям звукової мови. Цей процес складається з двох основних етапів:

- 1) первинний аналіз звукового сигналу та його „механічна обробка”;
- 2) значеннєва інтерпретація.

На першому етапі здійснюється перекодування звукового сигналу в „розумові образи”, на другому – відбувається розшифрування змісту.

Відповідно до цього в процесі слухання необхідно розрізнати два аспекти:

- 1) *слух* як фізіологічну характеристику;
- 2) *слухання* як процес усвідомленої пізнавальної дії, що призводить до інтерпретації й розуміння.

У ході спеціальних досліджень було встановлено, що людина в середньому витрачає 29,5% на слухання, 10% – на письмо, 21,5% – на говоріння. У ситуаціях ділового спілкування адміністратор витрачає свій робочий час у такий спосіб: 16% – читання, 9% – письмо, 30% – говоріння, 45% – слухання.

Американський дослідник І. Атватер визначає такі види слухання, як *нерефлексивне* та *рефлексивне*.

Суть *нерефлексивного слухання* – в умінні уважно мовчати, не втручаючись у мову співбесідника своїми зауваженнями. *Рефлексивне слухання* є об’єктивним зворотним зв’язком з тим, хто говорить, у якості контролю точності сприйняття почутого. Іноді ці методи називають „активним слуханням”. Уміння слухати рефлексивно необхідне для ефективного спілкування через обмеження й труднощі, які виникають у процесі спілкування.

Інший американський дослідник – Дж. Келлі, який займався проблемами психології особистості, зокрема спілкуванням, виділяє такі види слухання:

- спрямоване критичне слухання;
- емпатичне слухання;
- слухання *нерефлексивне*;
- активне *рефлексивне* слухання.

Розглянемо їх більш детально.

*Спрямоване критичне слухання*. При такому слуханні співрозмовники спочатку здійснюють критичний аналіз повідомлення й тільки потім роблять спробу його розуміння. В окремих ситуаціях воно цілком доречно (на ділових нарадах, дискусії, конференціях, тобто там, де обговорюються рішення, проєкти, ідеї, новий досвід). Там, де обговорюється нова

інформація, повідомляються нові знання – лекції, інформаційні доповіді, семінар тощо, таке слухання є малоперспективним.

*Емпатичне слухання.* При цьому виді слухання учасник приділяє велику увагу „зчитуванню” почуттів, а не слів, розуміння того, як людина ставиться до того, про що вона говорить. Емпатичне слухання буває ефективним, якщо промовець викликає в слухача позитивні емоції (радість, упевненість у собі, задоволення), і неефективним, якщо промовець викликає своїми словами негативні емоції (страх, тривога, смуток, розчарування, безвихідь).

*Нерефлексивне слухання.* Передбачає мінімальне втручання в мовлення співрозмовника при максимальному зосередженні на ньому. Уміння уважно слухати й мовчати, не втручаючись зі своїми коментарями й демонструючи свою доброзичливість і підтримку, полегшує для мовця процес самовираження та допомагає слухачеві краще зрозуміти сенс переданої інформації. При нерефлексивному слуханні доцільно подавати сигнали, що демонструють співрозмовнику вашу увагу і включеність до розмови, наприклад: схвально кивати головою на знак згоди з почутим.

*Активне рефлексивне слухання.* При цьому виді слухання здійснюється така організація комунікації, при якій співрозмовники краще розуміють один одного, оскільки встановлюється активний *зворотний зв'язок*. Щоб досягти цього розуміння, слухач повинен продемонструвати тому, хто говорить, яка його інформація сприйнята точно, а яка ні, щоб мовець зміг скоригувати своє повідомлення та зробити його ще більш зрозумілим. Саме такий обмін сигналами прямого і зворотного зв'язку є процесом активного рефлексивного слухання.

Зважаючи на вміння / невміння слухати, усіх слухачів поділяють на чотири групи:

1. ***Ті, хто не слухають.*** Вони „виключають” оратора й думають про сторонні речі, мало одержуючи від промови.

2. ***Ті, хто слухають наполовину.*** Їхня манера слухати полягає то в пильній увазі, то в її повній відсутності.

3. **Ті, хто слухають з пасивним сприйняттям.** Вони без заперечень приймають те, що говорить оратор.

4. **Ті, хто слухають вдумливо.** Такий тип слухача називають критичним слухачем, він одержує максимум користі з мовлення.

На ефективність слухового сприйняття впливають *об'єктивні чинники* (шуми й перешкоди; акустичні характеристики приміщення; мікроклімат у приміщенні: температура, вологість тощо) і *суб'єктивні чинники* (стать слухача; тип нервової системи людини, її темперамент; інтелектуальні здібності людини, які можна поділити на 3 групи: *основні* (здатність до ймовірного прогнозування), *додаткові* (здатність до запам'ятовування, концентрації і стійкості уваги), *допоміжні* (словниковий запас, рівень загальної культури).

Для того, щоб розвинути в собі навички слухання, необхідно відповісти на кілька питань:

**1. Для чого необхідно слухати?** Одержання інформації, розвага, натхнення, покращення власного мовлення.

### **2. Які принципи ефективного слухання?**

1. *Ставлення слухачів.* Ефективне слухання вимагає об'єктивного, неупередженого ставлення слухачів. Самовпевнені люди звичайно є поганими слухачами, оскільки через власну упередженість вони не хочуть вислухати протилежну думку.

2. *Інтерес слухачів.* Інтереси в людей можуть бути первинними, вторинними й миттєвими. *Первинні* інтереси існують тоді, коли людина має пряму зацікавленість у тому, про що говорить оратор, коли його ідеї стосуються повсякденного життя. *Вторинні* інтереси – це загальнолюдські інтереси, що стосуються загальних питань життя суспільства (закони, програми тощо). *Миттєвий інтерес* – це інтерес у певний момент часу.

3. *Мотивація слухача.* Людина слухає охоче, коли оратор торкається її основних бажань і потреб.

4. *Емоційний стан слухачів.* Емоції діють як фільтр того, що ми чуємо. Іноді вони дійсно викликають глухоту, а іноді можуть істотно полегшити слухання.

### 3. Як слухати?

1. *Уміння концентруватися.* Концентруючись, людина готує себе до слухання. Процес концентрації складається з таких етапів:

1. Займіть об'єктивну позицію стосовно мовця.
2. Створіть інтерес до предмета мовлення.
3. Подумайте, чим основний зміст розмови може допомогти вам.
4. Вимкніть свої емоційні блоки.
5. Спробуйте передбачити події.
6. Згадайте, що ви вже знаєте про предмет.
7. Продумайте тему й спробуйте угадати, як мовець може її розвинути.

Певний час слухачі слухають уважно, потім на кілька хвилин відволікаються на інше, потім знову повертаються до слухання. Цей факт може пояснюватися кількома причинами:

- *відволікаючий вплив* (зовнішній шум; ті, хто спізнився до початку виступу);
- *дивні манери доповідача* говорити або представляти матеріал;
- *незручне положення*;
- *відсутність інтересу до теми.*

2. *Уміння аналізувати зміст.* Слухати публічні промови дуже складно, оскільки вони містять різні ідеї, і якщо одну з них упустити, то порушиться зв'язок між частинами мовлення. Серед основних прийомів раціонального слухання виділяють визначення мети промови; головної теми; форм аргументації; форм резюмування й заключних висновків.

3. *Уміння слухати критично* визначає такі принципи критичного слухання:

1. Пов'язуйте те, що говорить оратор, зі своїм досвідом.
2. Резюмуйте й систематизуйте те, що почули.
3. Аналізуйте й оцінюйте те, що почули.



4. Учіться конспектувати, адже запис допомагає сконцентруватися при слуханні, дає матеріал для огляду й можливість повернення до почутого.

**4. Формувати запитання** – це не просто вміння, це мистецтво, яке вимагає високого рівня володіння мовою, сприйняття комунікативних виявів партнера, особливо невербальних сигналів і здатністю відрізнити щирі відповіді від ухилень.

Запитувати – значить виявляти приємну для співрозмовника зацікавленість у його особистості. Безкорисливо запитувати – означає ухилитися від особистих проблем. Нехтувати запитаннями – значить відкрити шлях здогадкам.

Ще антична риторика визначала сім класичних запитань, здатних упорядковувати діалог: „що?“, „хто?“, „де?“, „яким чином?“, „чому?“, „ким?“, „коли?“.

Інший варіант „питального аналізу“ складається з шести запитань, що мають прояснити факти, почуття, бажання, перешкоди, засоби, час дій.

Уже самим фактом запитування людина показує, що хоче брати участь у спілкуванні, забезпечити його подальший розвиток та поглиблення. Це переконує партнера, що до нього виявляється інтерес і є намір установити певні позитивні стосунки.

До запитань, які забезпечують продуктивний зовнішній діалог, належать:

- ◆ інформаційне, мета якого – одержати максимум інформації;

- ◆ дзеркальне, тобто повторення висловлювання партнера в запитальній формі та прагнення змусити його по-іншому дивитися на знайомі речі;

- ◆ естафетне, метою якого є випередження висловлювання партнера.

Феномени запитання й проблеми перебувають у тісному взаємозв'язку. Проблема формується на підставі певної інформації, усвідомленим прагненням оволодіти повнотою цієї

інформації. Одним з таких засобів оволодіння інформацією є запитання.

Якщо вам поставили запитання, на яке ви не можете відповісти відразу, не кажіть, що вам необхідно проконсультуватися з керівництвом, що з цього питання ви не є фахівцем. Запишіть запитання і скажіть, що обов'язково дасте відповідь на нього пізніше.

Якщо ж у подібній ситуації опиниться ваш партнер, не наполягайте на негайній відповіді (швидше за все ви змусите його відповісти вам „ні”). Звичайно, через день-два в бесіді з вами він відповість на ваше запитання.

Уміння правильно формулювати запитання має не тільки пізнавальне, а й практичне значення. Уміння правильно формулювати запитання залежить від знання правил граматики, логіки, а також тієї сфери реальності, яка відображається в запитанні.

Залежно від обраної основи (принципу) поділу за специфікою структури запитання поділяють на:

- запитання-уточнення (*Правда, що деякі народні депутати України виступають проти вступу України в ЄС?*);
- запитання-доповнення (*Хто очолює партію підприємців?*).

Залежно від відповіді запитання ще поділяють на

- відкриті (розгорнута відповідь) та
- закриті (відповідь обмежується словами „так” або „ні”).

Крім того, виділяють ще:

*Альтернативні запитання* – це щось середнє: ставлять їх у формі відкритого запитання, але при цьому пропонують варіанти відповіді.

*Риторичні запитання* не потребують відповіді, на відміну від звичайних. До них вдаються у двох випадках: 1) відповідь і так усім слухачам відома, треба тільки актуалізувати її для сприймання слухачем; 2) таке запитання, на яке ніхто не знає відповіді або її й зовсім не існує, на взірць: *Хто винен? Що робити? Куди йдемо?* Однак промовець, не чекаючи відповіді, вважає за потрібне поставити запитання, щоб підкреслити незвичайність ситуації.

*Стверджувальні запитання* (техніка Сократа): одержати від співрозмовника низку відповідей „так”, щоб або створити атмосферу згоди, або додати розмові інерції та змусити вимовити „так” на головне запитання.

Це можна зробити за допомогою зв'язок, тобто фраз, складених за схемою: спочатку твердження, потім запитання, що потребує твердження. Стандартні зв'язки: *Правда? Ви згодні? Справді? Правильно? Дійсно? Чи не так? Чи не правда?*

*Спрямовувальні запитання* використовують тоді, коли потрібно скерувати розмову в потрібному напрямі.

*Запитання-кристалізатори* допомагають шліфувати думку.

*Проблемні запитання* формулюють мету виступу, мікротему, визначають завдання.

*Провокаційні запитання* підбурюють на певні дії, спонукають до бажаних.

*Навідні запитання* стимулюють мислення, спрямовують хід думок у потрібному напрямі (*Що б трапилося, якщо... ? Чи віддасте ви перевагу...?*), на отримання відповіді, яка зміцнить позицію промовця (*Так, Ви думаєте, що було б доцільно... ?*).

*Прикінцеві запитання* використовують на етапі завершення розмови / виступу, їм мають передувати одне-два стверджувальні запитання: *Чи переконалися ви, наскільки ця думка є слушною? Чи зміг я вас переконати, у чому перевага саме цієї пропозиції?* Потім без додаткового переходу можна ставити прикінцеве запитання.

Формулюючи запитання, необхідно дотримуватися певних правил:

- запитання має бути осмисленим, коректним;
- запитання треба формулювати стисло, зрозуміло. Нечітко сформульовані запитання ускладнюють їх розуміння й пошуки відповіді;
- складні запитання доцільно розбити на прості;
- перераховуючи альтернативи, необхідно називати всі варіанти (*Ми перенесемо переговори на завтра чи на післязавтра? – у запитанні не сказано „чи на інший день”*).

Правильно сформульоване запитання є необхідною умовою ефективних пошуків відповіді (отримання необхідної інформації).

## ЛЕКЦІЯ 4 (2 години)

Тема: *Мистецтво переконання*

### План

1. Оратор й аудиторія. Зовнішня культура оратора в академічній сфері.

2. Полемічна майстерність в академічній сфері.

3. Мистецтво аргументації та критики. Сутність тези, аргументу, способу доведення та вимоги до них.

4. Види аргументів, система риторичних методів аргументування та сфери їх застосування в академічній риторичі.

**1. Ораторське мистецтво** – це живий багатогранний процес, зумовлений духом часу; воно має неабияке значення як знаряддя діяльності для всіх, хто використовує слово при виконанні своїх службових функцій і в спілкуванні.

Ораторське мистецтво – уміння виголосити промову так, щоб вона створила бажаний ефект на публіку. Оратор повинен володіти високим ступенем майстерності при бесіді з людьми, а також уміти професійно поводитися зі словом.

Професійним оратором можна назвати людину, яка повинна бути:

- ерудованою;
- високоінтелектуальною;
- охайною, здатною привертати увагу.

„Оратор” – багатозначне слово, воно може бути визначено, як:

- 1) людина, яка виступає з публічною промовою;
- 2) людина, яка має дар красномовства.

Найвищий прояв майстерності публічного виступу, найважливіша умова ефективності ораторської промови – це контакт зі слухачами. Як кажуть досвідчені оратори, це заповітна мрія кожного промовця. Дійсно, адже промова виголошується, щоб її слухали, правильно сприймали, запам'ятовували. Якщо оратора не слухають, а аудиторія під час промови займається „своїми” справами, то дієвість такого виступу зводиться до нуля.

За визначенням психологів, контакт – це спільність психічного стану оратора й аудиторії, це взаєморозуміння між промовцем і слухачами. У результаті чого виникає ця спільність? Перш за все на основі спільної розумової діяльності, тобто оратор і слухачі повинні вирішувати одні й ті самі проблеми, обговорювати однакові питання – оратор, викладаючи тему свого виступу, а слухачі, стежачи за розвитком його думки. Якщо оратор говорить про одне, а слухачі думають про інше, контакту не буде. Спільну розумову діяльність оратора й аудиторії вчені називають *інтелектуальним співпереживанням*. Не випадково в народі кажуть: „Слово належить наполовину тому, хто говорить, і наполовину тому, хто слухає”.

Для виникнення контакту важливим є й емоційне співпереживання, тобто оратор і слухачі під час виступу повинні відчувати подібні почуття. Ставлення оратора до предмета промови, його зацікавленість, переконаність передаються слухачам, викликають у них відповідну реакцію.

Отже, контакт між оратором і аудиторією виникає в тому випадку, коли обидві сторони зайняті однією і тією ж розумовою діяльністю і мають подібні переживання.

Про наявність чи відсутність контакту свідчить і поведінка оратора. Якщо оратор говорить упевнено, поводить себе природно, часто звертається до слухачів, тримає весь зал у полі зору, значить, він знайшов потрібний підхід до аудиторії. Промовець, який не вміє встановити контакт з аудиторією, зазвичай говорить плутано, невиразно, не бачить своїх слухачів, ніяк не реагує на їхню поведінку.

Іноді оратору вдається встановити контакт тільки з частиною слухачів, а не з усією аудиторією. Отже, **контакт** – це величина змінна. Він може бути повним і неповним, стійким і нестійким, змінюватися в процесі виступу оратора. Звичайно, кожен промовець повинен прагнути встановити зі своїми слухачами повний контакт, стійкий від початку до кінця промови. А для цього необхідно враховувати низку чинників:

- на встановлення контакту оратора зі слухачами впливають насамперед актуальність обговорюваного питання, новизна у висвітленні цієї проблеми, цікавий зміст виступу. Саме цікавий зміст значною мірою визначає успіх ораторського мовлення, є запорукою встановлення контакту між оратором і аудиторією;
- великий вплив на встановлення контакту з аудиторією надає особистість оратора, його репутація, громадська думка, що склалася про нього. Якщо оратор відомий як людина ерудована, принципова, людина, у якої слово суголосно справі, людина, яка не кидає слів на вітер і виступає „не заради красного слівця”, то аудиторія буде відчувати довіру до такого оратора;
- щоб установити контакт зі слухачами, важливо враховувати особливості аудиторії, у якій належить виступити.

Оратор – така сама людина, як і всі інші. Перед виступом у нього можуть виникнути неприємності, непередбачені ускладнення, нарешті, він може раптом відчутти нездужання. Проте аудиторію, як правило, не цікавлять особисті переживання оратора. Отже, йому треба вміти приховати свій настрій, на час відключитися від усього, що не пов'язане з виступом в аудиторії. Антон Макаренко вчив педагогів-вихователів: „Настрій у вас може бути яким завгодно, а голос у вас повинен бути справжнім, хорошим, твердим голосом. Ніякого відношення до вашого голосу настрої не має ... Потрібно зробити так, щоб ваша фізіономія, ваші очі, ваш голос були в деяких випадках автономними”. Рекомендації А. С. Макаренка, безсумнівно, корисні і для ораторів.

Які ж вимоги до оратора? По-перше, це зовнішній вигляд. Одяг повинен відповідати характеру обстановки, у якій вимовляється промова, бути охайним й акуратним. По-друге, поведінка оратора під час промови: аудиторія уважно стежить за його поведінкою під час промови. Зайві, механічні рухи відволікають увагу слухачів, стають предметом обговорення аудиторії. Звертають увагу слухачі й на позу лектора. Інші промовці, діставшись до трибуни, лягають на неї, розгойдуються то вправо, то вліво, переминаються з ноги на ногу, топчуться на місці. Усе це негативно діє на слухачів, не сприяє встановленню контакту з оратором. По-третє, слухачам далеко не байдуже, куди дивиться оратор. Нерідко можна спостерігати таку картину: промовець під час виступу дивиться у вікно, оглядає стіни, опускає очі на підлогу, піднімає їх до стелі, розглядає свої руки, тобто дивиться куди завгодно, тільки не на слухачів.

Буває ще гірше: оратор дивиться на аудиторію, як у порожній простір відсутнім поглядом. Чи можна в такому разі говорити про справжнє взаєморозуміння між оратором і аудиторією? Звичайно, ні! Правда, зоровий контакт зі слухачами зовсім не означає, що потрібно весь час намагатися дивитися на всіх і кожного. Але якщо під час промови повільно переводити погляд з однієї частини аудиторії на іншу, то можна створити враження гарного зорового контакту зі слухачами.

Форма подання матеріалу істотно впливає на взаємини оратора й аудиторії. Чи необхідно категорично заборонити всім читати текст, крім доповідей, де укладена колективна думка? Мимоволі виникає питання, а хто повинен заборонити читати текст промови з аркуша? Звернемося до методичної літератури. Жоден з авторів не рекомендує читати текст, як написано. Більше того, психологи попереджають: при читанні тексту з аркуша в півгодинному виступі його зміст сприймається лише на 17%. Питання „Читати або говорити?“ – одне з вічних питань історії ораторського мистецтва. Традиція написання й читання з аркуша ораторських промов народилася задовго до наших днів. Так, з кінця V століття до н.е. в Афінах з'явилися логографи, тобто укладачі промов для виступу позовних сторін

у суді. Вони готували промови з урахуванням індивідуальності „замовника”. Найбільш відомим логографом Стародавньої Греції був Лісій, який складав промови для учасників численних в Афінах судових процесів. У Франції у XVIII столітті вважалося непристойним виходити на кафедру без задалегідь написаної промови. Текст промови обов'язково зачитувався. Таким був звичай.

Отже, установлення контакту, оволодіння увагою аудиторії забезпечує успіх публічного виступу, є необхідною умовою для передачі інформації, надання бажаного впливу на слухачів, закріплення в них певних знань і переконань.

2. Обов'язковим для сучасної ділової людини є вміння компетентно обговорювати життєво важливі проблеми, доводити й переконувати, аргументувати, відстоювати свої погляди й відкидати думку опонента, тобто володіти ***полемічною майстерністю***.

Складники „полемічної майстерності”: знання предмета суперечки, розуміння суті публічної суперечки та її різновидів, дотримання основних вимог культури суперечки, уміння довести висунуті положення й відкинути думку опонента, використання полемічних прийомів, уміння протистояти хитрощам супротивника.

Слово „полеміка” (*polemikos*) походить з давньогрецької мови і перекладається як войовничий, ворожий. Дійсно, на відміну від дискусії, у полеміці присутні змагальність, боротьба, певний ступінь войовничості й ворожості, що пов'язано з метою, яку переслідують учасники полеміки. Саме тому у свідомості більшості людей полеміка асоціюється з комунікативним актом, називається *гострою суперечкою*.

Полеміка багато в чому подібна до дискусії, проте відрізняється від останньої і своєю метою, і застосовуваними засобами.

*Мета полеміки* – не досягнення згоди, а перемога над іншою стороною. Засоби, ужиті в полеміці, повинні бути коректними, але не обов'язково такими, щоб з ними погоджувалися всі учасники.



Розглянемо узагальнені *типи* полеміки:

- *пізнавальна* (логічна, діалектична) полеміка, орієнтована на логічний, текстовий рівень у сенсі філософського мистецтва досягнення істини;
- *ділова* полеміка (дипломатична, комерційна, процесуальна, конформістська), спрямована на досягнення й фіксацію певного, соціально вагомого результату (наприклад, комюніке, договір, акт експертизи, протокол наради, угода, вирок);
- *ігровий* (спортивний, полемічний) тип полеміки. У процесі цього типу на передній план виходять особистісні мотиви. Полеміка ігрового типу подібна до спортивного змагання, у якому досягнення суб'єктивних цілей є важливіше істини і згоди.

Існує дві *форми* полеміки – усна та письмова. *Усна форма* передбачає безпосереднє спілкування конкретних осіб. Усні суперечки обмежені в часі й замкнуті в просторі: вони ведуться на заняттях, конференціях, засіданнях, різних заходах. Письмові форми більш тривалі, ніж усні.

В усній полеміці, особливо якщо вона ведеться в присутності слухачів, важливу роль відіграють зовнішні і психологічні моменти. Велике значення має манера впевнено триматися, швидкість реакції, жваве мислення, гострий розум. Боязлива, сором'язлива людина програє самовпевненому противнику. Тому письмова полеміка більш придатна для встановлення істини, ніж усна. Але в ній є певні недоліки: іноді вона тягнеться дуже довго, упродовж кількох років. Читачі, а то й самі учасники полеміки, забувають окремі положення й висновки, не мають можливості відновити їх у пам'яті.

Полеміка буває організована та неорганізована. *Організована* – планується, готується, проводиться під керівництвом спеціалістів. Полемісти мають можливість заздалегідь ознайомитися з предметом суперечки, визначити свою позицію, дібрати необхідні аргументи, продумати відповіді на можливі питання опонентів. Але суперечка може виникнути стихійно. Таке нерідко трапляється в освітньому процесі, на зборах і засіданнях, у побутовому спілкуванні.

*Неорганізована* полеміка менш продуктивна, оскільки виступи її учасників недостатньо аргументовані.

Поведінка учасників полеміки зумовлюється повагою до опонента, витримкою й володінням собою в суперечці.

Здатність полемістів правильно формулювати запитання й уміло відповідати на них багато в чому визначає ефективність публічної дискусії.

Правильно поставлене запитання дає змогу уточнити погляд опонента, отримати від нього додаткові дані, зрозуміти його ставлення до проблеми, яка обговорюється.

Класифікація запитань: 1) уточнювальні та доповнювальні; 2) прості й складні; 3) коректні й некоректні; 4) доброзичливі й недоброзичливі; 5) гострі.

Незалежно від характеру й виду запитання полемісту слід дотримуватись основного принципу – відповідати на запитання лише в тому випадку, коли до кінця зрозумілою є його суть, коли знаєш правильну відповідь.

У суперечці дуже цінуються дотепні відповіді. Винахідливість полеміста, його вміння зорієнтуватися в ситуації, швидка реакція допомагають вийти зі скрутного становища.

Отже, полемістам необхідно знати основні вимоги культури суперечки, дотримання яких підвищує її ефективність, сприяє успіху в дискусії. Вони вироблені практикою публічної полеміки, наводяться в книгах з мистецтва суперечки: уміння чітко виділити предмет, визначити позицію полемістів, правильно оперувати поняттями.

**3. Аргументація** в широкому сенсі означає майстерний добір переконливих доказів. В основі аргументації лежить складна логічна операція, що є комбінацією суджень як елементів доведення.

*Доведення* – це сукупність логічних засобів обґрунтування істинності будь-якого судження за допомогою інших істинних і пов'язаних з ним суджень. Структура доведення складається з тези, аргументів, демонстрації (форми доведення).

*Теза* – це судження, істинність якого потребує доведення.

Переконати когось у своїй правоті означає створити в нього впевненість в істинності тези. Порушення цього правила призводить до логічної помилки – утрати або підміни тези. Якщо втрата тези є мимовільною помилкою недосвідченого оратора, то підміна тези – цілеспрямованою дією особи, яка її висунула.

*Аргументи* (докази) – це ті істинні судження, якими послуговуються під час доведення тези. Розрізняють такі види аргументів: вірогідні одиничні акти, визначення, аксіоми та постулати, раніше доведені закони науки та теореми.

Докази мають відповідати таким логічним вимогам, як істинність, підтвердження висунутої тези, очевидна істинність поза висунутою тезою. Необхідно заздалегідь підготувати достатню кількість аргументів, які повинні бути вивіреніми. Важливе значення має послідовність наведення аргументів.

*Демонстрацією* (формою доведення) називається засіб логічного зв'язку між тезою та аргументом, який веде до встановлення бажаної істини.

За формою докази поділяють на *прямі* й *непрямі*. *Прямим* називають такий доказ, у якому безпосередньо (прямо) обґрунтовують істинність тези. *Непрямим* називають такий доказ, у якому істинність обґрунтовується шляхом доведення помилковості протилежного твердження. Інколи непрямий доказ називають доведенням за допомогою доведення до абсурду.

Спростування – це логічна операція, спрямована на зруйнування доведення шляхом установлення хибності або необґрунтованості висунутої тези. Тезою спростування називають судження, за допомогою якого заперечується теза. Існують три засоби спростування: критика аргументів, спростування тези (пряме й непряме), виявлення неспроможності демонстрації.

Критика аргументів, висунутих опонентом в обґрунтуванні його тези, реалізовується доведенням їхньої хибності або неспроможності. Але хибність аргументів ще не означає хибності самої тези.

Спростування тези досягається відкиданням фактів, установленням хибності (або суперечності) наслідків, що

впливають з тези, спростуванням тези через доведення антитези.

Виявлення неспроможності демонстрації полягає в тому, що встановлюються помилки у формі самого доведення.

Правила доказового міркування, що стосуються тези: по-перше, теза повинна бути логічно визначеною, ясною і чіткою; по-друге, вона повинна лишатися тотожною самій собі впродовж усього доведення.

Правила щодо аргументів: вони мають бути істинними й не суперечити один одному, достатньою основою для підтвердження тези, такими судженнями, істинність яких доводиться самостійно, незалежно від тези.

Правило щодо форми обґрунтування тези: вона повинна бути висновком, що логічно випливає з аргументів за загальними правилами висновку або має бути одержаною згідно з правилами непрямого доведення.

Обговорення теоретичних і практичних проблем іноді переростає в *дискусію* – широке публічне обговорення якого-небудь спірного питання, висловлення різних думок з приводу певного питання. Логічною основою дискусії є правильно побудований процес доведення тези та її спростування. Суб'єктами дискусії є пропонент, опонент та аудиторія.

*Пропонент* (від лат. *proponens* – той, хто щось стверджує, доводить) – учасник дискусії, доповідач, дисертант, дипломник, що висунув і відстоює певну тезу, ідею або концепцію.

*Опонент* (від лат. *oppones* – той, що протиставляє, заперечує) – особа (учасник дискусії, співдоповідач або рецензент), яка заперечує або спростовує думки пропонента чи оцінює їх.

Існують різні ступені незгоди опонента з пропонентом: незгода у формі сумніву (у пасивній формі висловлюється певний сумнів щодо тези пропонента); деструктивна незгода (руйнується теза пропонента); конструктивна незгода (не тільки руйнується теза пропонента, а й висувається і доводиться інша, власна, теза).

Якщо опонент не погоджується з аргументом пропонента, то останній може обрати той чи той варіант поведінки:

відмовитися від аргументу; замінити його іншим; знайти додаткові факти на користь висунутого аргументу.

*Аудиторія* – це третій, колективний суб'єкт дискусії, оскільки і пропонент, і опонент не тільки намагаються переконати один одного, а й схилити всіх присутніх на свій бік.

Уміння переконувати потребує глибоких знань, умінь, життєвої мудрості і є необхідним складником більшості публічних виступів.

Ученими-психологами було встановлено, що на дієвість аргументів під час переконування впливають такі чинники:

- 1) характер джерела інформації, тобто того, хто переконує;
- 2) характер самої справи, тобто переконливість того, про що говориться;
- 3) характер групи (тобто її склад і погляди), яку переконують;
- 4) характер і важливість погляду, який має бути змінений;
- 5) характер слухачів.

До людини, яка переконує, слухачі можуть ставитися: а) з довірою; б) із сумнівом; в) з недовірою.

Під час обговорення треба стежити за тим, щоб:

- усі пункти обговорювалися послідовно один за одним;
- не пропустити жодного важливого чинника;
- усі учасники обговорення мали можливість висловити свою думку;
- ніхто не відхилявся від суті справи;
- було відзначено, у яких пунктах учасники дійшли згоди, а в яких – ні;
- результати обговорення були записані в протоколі чітко та недвозначно.

Поряд з прийомами обґрунтування тези мистецтво аргументації передбачає також оволодіння раціональними прийомами критики. Критика – це процедура, спрямована на руйнування процесу аргументації, який відбувся раніше.

За формою вираження критична аргументація буває неявною та явною. Неявна критика – це скептична оцінка позиції опонента без конкретного аналізу недоліків і точної вказівки на слабкі місця. Сумнів у цьому випадку висловлюють

приблизно в такій формі: „Ваші ідеї мені здаються сумнівними”, „Я ставлюся до ваших тверджень дуже скептично” тощо. Прохання про уточнення й конкретизацію такої критики зазвичай залишають без відповіді. Явна критика – вказівка на конкретні недоліки, виявлені в аргументації опонента.

За спрямованістю явна критика може бути трьох видів: 1) деструктивна, 2) конструктивна і 3) змішана.

#### 1. Деструктивна критика

Деструктивною будемо називати критику, спрямовану на руйнування аргументативного процесу шляхом критики тези, аргументів чи демонстрації.

*Критика тези* – вельми ефективна за руйнівною силою операція, мета якої – показати неспроможність тези. Така критика називається спростуванням тези.

*Критика аргументів* – опонент указує на неточний виклад фактів, двозначність процедури узагальнення статистичних даних, висловлює сумніви в авторитетності експерта, і т. п. Він повинен або підтвердити свої аргументи, або відмовитися від них.

*Критика демонстрації* – третій спосіб деструктивної критики. У цьому випадку показують, що в міркуваннях опонента немає логічного зв'язку між аргументами й тезою. Якщо теза не випливає з аргументів, то вона вважається необґрунтованою.

**4.** Залежно від модусів публічного виступу розрізняють види аргументів в ораторській промові:

- аргументи до логосу;
- аргументи до етосу;
- аргументи до пафосу.

*Аргументи до логосу* – це твердження, які стосуються предмета промови, тези, яка захищається оратором. Вони отримали назву *argumentum ad rem* („до суті справи”).

*Аргументи до етосу* й *аргументи до пафосу* – це твердження, які апелюють не до суті справи, а до учасників спілкування (і самого оратора, і аудиторії). Їхню основу

становить група аргументів, що отримали назву *argumentum ad hominem* („до людини”).

Найбільш поширеними серед аргументів до етосу є:

- аргумент до авторитету;
- аргумент до особи.

Аргумент до авторитету (лат. *argumentum ad verecundiam*) – це наведення оратором на підтримку своєї тези тверджень чи дій людей, що є певним зразком для аудиторії. У деяких випадках оратор може насправді й не поділяти думок авторитетних джерел, проте він розраховує на те, що слухачі не наважаться сперечатися з такими положеннями. Аргумент до авторитету має багато різноманітних форм:

- авторитет конкретної людини (наприклад, цитати), авторитет суспільної думки;
- авторитет установи, авторитет посади, авторитет віку, власний авторитет тощо.

Аргумент до особи (лат. *argumentum ad personam*) – це твердження, що підкреслюють особистісні якості іншої людини. Якщо оратор апелює до позитивних рис, тоді цей аргумент постає як різновид аргументу до авторитету. Загальну схему його застосування можна представити таким чином: *X є хорошою людиною*. Отже, її аргумент слід прийняти.

Власне аргументом до особи вважається все ж таки посилення на реальні або уявні недоліки інших людей. За допомогою такого аргументу опонент постає в кумедному вигляді або як ненадійна людина, якій не можна довіряти. Загальну схему застосування аргументу до особи можна представити таким чином: *X є поганою людиною*. Отже, її аргумент не слід приймати.

Аргумент до особи здебільшого використовують при критиці тверджень інших людей. Оратор у своїй промові намагається продемонструвати, що певні думки не є переконливими, оскільки людям, які їх наводили, не можна довіряти.

Узагалі будь-яка риса людини може стати об'єктом аргументів до етосу. Однак ефективними вважаються такі

аргументи, за допомогою яких оратору вдається переконати аудиторію в прийнятності чи неприйнятності певних положень.

*Аргументи до пафосу* – це твердження, які апелюють до почуттів.

Вони спрямовані на те, щоб викликати в аудиторії такі почуття, які б сприяли прийняттю слухачами тез оратора. Ставка виключно на логос не завжди приносить бажаний ефект.

Більшість аргументів до пафосу теж належать до групи *argumentum ad hominem*. Поширеними серед них є:

- аргумент до вигоди;
- аргумент до пихи;
- аргумент до жалю;
- аргумент до сили;
- аргумент до публіки.

Аргумент до вигоди (лат. *argumentum ad utili*) – це твердження, що стимулюють усвідомлення аудиторією своїх особистих інтересів у тій проблемі, яка обговорюється.

У сучасній практиці спілкування аргумент до вигоди найчастіше застосовується в рекламі.

Аргумент до пихи (лат. *captatio benevolentiae*) – це твердження, що підкреслюють певні якості співрозмовників, розхвалюють їх. Оратор розраховує на те, що під впливом компліментів інша людина стане більш поступливою, тому їй простіше буде нав'язати свою думку.

Аргумент до жалю (лат. *argumentum ad misericordiam*) – це твердження, які викликають співчуття до того, що виголошує оратор. У подібних випадках посилаються на тяжкі обставини, скрутне становище для того, аби розжалобити аудиторію й домогтися від неї прийняття положень оратора. Найчастіше подібним аргументом користуються студенти на іспитах чи заліках.

Аргумент до сили (лат. *argumentum ad baculum*) – це твердження, які вказують на неприємні для аудиторії наслідки в разі відмови від положень оратора.

Аргумент до публіки (лат. *argumentum ad populum*) – це звернення до почуттів аудиторії з метою відвертання слухачів



від об'єктивного розгляду певної проблеми та схиляння їх до рішення у потрібному оратору напрямі.

При цьому промовець намагається продемонструвати аудиторії, що він є ніби „своєю” людиною, яка дуже добре розуміє потреби слухачів. Подібний аргумент широко застосовується в політичних промовах, коли оратор безпосередньо звертається до присутніх, апелюючи не до їхнього розуму, а саме до почуттів. Цей прийом часто називають ще демагогією.

Розглянуті вище різновиди аргументів є найбільш поширеними й, звичайно, не вичерпують усіх способів переконання.

# ПЛАН ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

## АКАДЕМІЧНА РИТОРИКА

### Заняття 1

#### Ораторська (риторична) компетенція

##### Контрольні питання

1. Риторика як наука переконання та мистецтво красномовства. Основні поняття риторики.
2. Система законів риторики: концептуальний закон, закон моделювання аудиторії, стратегічний закон, тактичний закон, мовленнєвий закон, закон ефективної комунікації, системно-аналітичний закон.
3. Види і жанри (стилі) красномовства.
4. Роль риторики а) у становленні особистості; б) у суспільному житті; в) у професійній діяльності.

##### Практична частина

1. Підготуйте відповіді на контрольні питання.
2. Прокоментуйте твердження Гайдегера, що вся діяльність людини „*перебуває під знаком Слова*”, а також інші запропоновані вислови:

*Красномовство належить до тих мистецтв, які все здійснюють і всього досягають словом (Платон).*

*Красномовство – дар, який дозволяє нам оволодіти розумом і серцем співрозмовника, здатність тлумачити чи навіяти йому все, що нам потрібно (Ж. Лабрюйєр).*

*Ти сказав мені вперше – і я повірив. Ти повторив – я засумнівався. Ти сказав утретє – і я зрозумів, що ти говориш неправду (Східне прислів'я).*

*Є три причини, які збуджують довіру до людини, яка говорить, тому що є саме стільки речей, у силу яких ми віримо без доказів, це – розум, доброчесність та прихильність (Аристотель).*

3. Доберіть афоризми, прислів'я і приказки про красу й силу слова (*не менше 5*), а також вислови з негативною

конотацією (пусте говоріння; нещирість; фальш мовлення). Прокоментуйте по одному вислову.

4. Прокоментуйте подані і сформулюйте та запишіть власні твердження (3 – 4 позиції) про труднощі, які виникають, коли потрібно висловити свою думку або виступити публічно:

- 1) слова випереджають думки;
  - 2) бракує слів, починаєш запинатися;
  - 3) важко подолати сором'язливість, боїшся помилитися;
  - 4) виникає непереборне хвилювання.
5. Розкажіть про зв'язок вашої професії з риторикою.

6. Напишіть текст рекламного оголошення про курси з риторичної майстерності. Сформулюйте мету курсу, укажіть програмні результати навчання.

## **Заняття 2**

### **Історичний розвиток ораторського мистецтва**

#### **Контрольні питання**

1. Історія становлення риторики як науки.
2. Виникнення й розвиток риторики у Стародавній Греції.
3. Основні критерії професіоналізму ораторів Стародавнього Риму.
4. Особливості розвитку риторики в епоху Відродження.
5. Ораторське мистецтво в Європі Нового часу.

#### **Практична частина**

1. Підготуйте відповіді на контрольні питання.
2. Підготуйте реферат за однією з тем:  
Риторичне вчення Аристотеля.  
Ораторська слава Демосфена.  
Софісти та їхній вклад у розвиток риторики.  
Історичні трактати Цицерона.  
Риторичні традиції Давнього Єгипту.  
Красномовство Давньої Індії.  
Риторичний характер літератури Давнього Китаю.  
Оратори періоду Реформації.

3. Якось одного гладіатора запитали: „Хто сильніший – ти чи Перикл?“, на що той відповів: „Якщо я навіть покладу Перикла на обидві лопатки, то й тоді він доведе, що переможений я, і народ повірить йому“. Хто такий Перикл? Чим він був сильніший за гладіатора?

4. Здійсніть риторичний аналіз промови видатного оратора давнини за власним вибором.

### **Заняття 3**

#### **Вітчизняне ораторське мистецтво**

#### **Контрольні питання**

1. Витоки давньоукраїнського красномовства (Київська Русь). Оратори періоду Київської Русі.
2. Українське красномовство в XIII – XVII ст.
3. Києво-Могилянська академія й риторична думка.
4. Видатні промовці та лектори XIX ст.
5. Розвиток сучасної української риторики.

#### **Практична частина**

1. Підготуйте відповіді на контрольні питання.

2. Дайте відповіді на додаткові питання.

Який художній твір Київської Русі вважають взірцем високої риторичної культури й чому?

Що ви розумієте під поняттям „говорити витончено“?

Хто, на вашу думку, є найуспішнішим оратором сучасності? Укажіть на чинники його успіху.

Чи важливо володіти словом сьогодні?

3. Обґрунтуйте тезу Д. Дідро: „Злободенне питання несподівано пробуджує красномовство в людині“. Дайте приклади із сучасної історії, як певні події сприяли процесові народження ораторів.

Проаналізуйте одну промову (текст промови обов'язковий) сучасного політика або урядовця (з указівкою автора).

4. Підготуйте повідомлення (*номери в списку журналу відповідають номеру теми повідомлення; шостий за списком обирає тему першу, сьомий – другу і т.п.*):

1. Митрополит Іларіон – видатний християнський проповідник Київської Русі.
2. Володимир Мономах – проповідник ранньоукраїнської доби.
3. Мовний стиль риторики Івана Вишенського.
4. Філософія слова Григорія Сковороди.
5. Промови, що змінили світ.

## **Заняття 4**

### **Оратор і аудиторія**

#### **Контрольні питання**

1. Оратор і аудиторія. Функції оратора.
2. Мета оратора. Індивідуально-психологічні якості оратора.
3. Характеристика мовного типу оратора.
4. Ознаки аудиторії: соціально-демографічна, соціально-психологічна, формально-ситуативна.
5. Контакт оратора й аудиторії, шляхи його встановлення.
6. Суб'єктивні й об'єктивні перешкоди контакту аудиторії й оратора, способи їхнього подолання.
7. Зовнішня культура оратора.

#### **Практична частина**

1. Підготуйте відповіді на контрольні питання.
2. Прокоментуйте думку Р. Емерсона: *„...дійсне красномовство не має потреб ні в колокольному дзвоні, аби скликати народ, ні в поліції, аби підтримувати порядок. Оратор цього досягає вмінням проголошувати промову. Існує думка, що є три категорії ораторів: „Одних можна слухати, інших неможливо слухати, третіх не можна не слухати”.*
3. Чи погоджуєтеся ви з наведеними твердженнями? Обґрунтуйте свою думку.

*Якщо хтось мислить інакше, ніж я, він не тільки не засмучує мене, але, навпаки, збагачує мене. Нікому не цікаво слухати власне відлуння (А. Сент-Екзюпері).*

*Слова наполовину належать тому, хто говорить, і наполовину тому, хто слухає (Нар. мудрість).*

*Найкращий оратор той, який своїм словом і повчає слухачів, і дає можливість отримати насолоду, і сильно вражає (Цицерон).*

4. Складіть портрет сучасного оратора (не менше 10 пунктів).

5. Наведіть словесні формули привертання уваги слухачів (не менше 10). Поясніть їхню роль.

6. З'ясуйте, що означають такі комунікативні вміння людей, як рапорт і пейсинг. Випишіть визначення понять у зошит.

*Розіграйте ситуацію:* до завідувача лабораторії, який працює над розробкою нової вакцини проти коронавірусу, приходять аспірант зі своєю ідеєю, перебиваючи його напружену роботу. Виконайте ролі завідувача лабораторії й аспіранта, які володіють і не володіють технікою пейсингу.

## **Заняття 5**

### **Риторична техніка**

#### **Контрольні питання**

1. Загальна характеристика елементів техніки мовлення: володіння голосом; інтонування; управління аудиторією.

2. Дикція, орфоепія. Причини порушення орфоепічних норм у мовленні.

3. Наголос. Типи наголосу.

4. Основні властивості сучасного риторичного тексту: звуковий, лексичний, синтаксичний, стилістичний рівні.

#### **Практична частина**

1. Підготуйте відповіді на контрольні питання.

2. Перевірте ваш звичайний темп мовлення: візьміть будь-який текст і порахуйте, скільки слів за хвилину (з дотриманням

норм) ви вимовляєте. Порівняйте з нормою (120 – 150 слів за хвилину). Зробіть належні висновки.

3. Підкресліть слова, які можна вживати у сфері академічного красномовства. До яких груп лексики належать інші запропоновані слова?

*Файний, екологія, ідіома, глаголити, предки, дослідження, інновація, Вірунька, хронологія, асиміляція, лейтмотив, вузький, чкурнути, диференціація.*

4. Відредагуйте речення. Укажіть, які норми порушено.

*Дякуючи підтримці профспілкової організації, студенти провели зимові канікули в Карпатах.*

*На зборах трудового колективу були підведені підсумки роботи університету за рік.*

*Завідувач відділу кадрів відзначив, що співробітники добре зробили доручену роботу.*

*Вистава Українського академічного театру збагатила наш кругозір.*

*Живу увагу аудиторії викликала лекція про глобальне потепління планети.*

*Наукова бібліотека надає не лише необхідну літературу і проводить зустрічі з письменниками.*

5. Доберіть текст публіцистичного стилю (150 – 200 слів), підготуйтеся до читання або виголошення його в аудиторії з дотриманням мовних норм і елементів техніки мовлення.

6. Назвіть наведені стилістичні фігури: тавтологія (плеоназм), каламбур, парадокс. Чи доцільно / недоцільно вживати в публічних виступах такі фігури? Обґрунтуйте свою думку.

*Як усі оратори, що ставлять собі за мету вичерпати тему, він вичерпав терпіння слухачів (О. Уайльд).*

*Якщо дотримуватися маленьких правил, то можна порушувати великі (Дж. Оруел).*

*Це твердження неправдиве.*

*Ну й ніс – для празника ріс, а ти в будень носиш!*

*Місяць лютий, як правило, дуже суворий.*

*Основний лейтмотив твору – любов до своєї Батьківщини.*

*Ваша думка мені глибоко ворожа, але за ваше право її висловити я ладен пожертвувати своїм життям (Ф. Вольтер).  
На столі стоїть ірис, на столі є хліб і рис.  
Щасливий хепі-енд.*

## **Заняття 6 – 7**

### **Риторичний аспект публічного мовлення**

#### **Контрольні питання**

1. Цілі й завдання публічного мовлення. Якісні та кількісні параметри публічного мовлення.
2. Типи сучасного публічного мовлення: суспільно-політичне, академічне, церковне, урочисте. Загальна характеристика кожного типу.
3. Види промов. Загальні правила підготовки промов різних видів.
4. Робота над вибором теми промови.
5. Структура риторичного виступу.
6. Добір матеріалу і його опрацювання.
7. Особливості підготовки до виголошення промови.
8. Культура сприйняття публічного виступу (*повторення*: Модуль 1, заняття 4: Слухання. Види слухання. Види запитань).

#### **Практична частина**

1. Підготуйте відповіді на контрольні питання.
2. Підготуйте промову з однієї й тієї самої теми для трьох різних аудиторій (три тексти виступу; тему оберіть самостійно). Зазначте категорію аудиторії (учні, студенти, учені, іноземна делегація, відвідувачі музею, діти дошкільного віку та ін. ).
3. За поданим питальним планом напишіть тезовий план.

##### **Питальний план**

1. Яку країну вважають батьківщиною красномовства?
2. Де виступали античні оратори?
3. Хто такі логографи й чим вони займалися?
4. Чому Сократ і Платон кинули виклик софістам?
5. У чому цінність теорії краси Платона?



6. Хто написав книгу „Мистецтво говорити”?

7. Що означає поняття „епідейктична промова”?

8. Кому належить вислів: „Поетами народжуються, ораторами стають”?

4. Напишіть текст епідейктичної промови до Дня Незалежності України.

5. Чи доводилося вам імпровізувати? Якщо так, то з якими труднощами ви стикалися? Будьте готові до імпровізованої промови (експромту) в аудиторії:

*Імпровізація на задану тему.* Викладач або сам студент відкриває книжку на будь-якій сторінці. З якого слова (фрази, речення) ця сторінка починається, це й буде темою вашого виступу. Розкрийте цю тему (згадайте цікаві факти, наведіть приклади з життя тощо).

6. *Рольова гра.* 1) Уявіть, що ви відома людина (респондент) (*спортсмен, науковець, письменник, артист, політик та ін.*), й інтерв'юер (кореспондент) / журналіст ставить вам запитання. Розподіліть ролі: „відома людина (респондент)”, „інтерв'юер (кореспондент)” / „журналіст”. Проведіть інтерв'ю, уживаючи запитання й відповіді різних типів.

2) Вас запросили на урочисту церемонію нагородження переможців Всеукраїнського конкурсу наукових робіт. Складіть **тексти** вітальних промов на адресу переможців і на адресу організаторів конкурсу.

7. Перебудуйте пропоновані поетичні тексти (за вибором) у сферу риторичного слова, не відступаючи від теми, зберігаючи при цьому найяскравіші поетичні образи, уживаючи різноманітні мовні засоби (епітети, порівняння, метафори, гіперболи тощо). Допускається доречне вживання цитат з поетичного твору.

1. *На світі так мало потрібно людині –*

*Лиш дах, трохи їжі та трохи тепла,*

*А одяг – пусте (зневажаю донині).*

*Аби лиш від погляду вкрити тіла.*

*Але для душі треба більше людині.*

*Багато що треба, щоб дійсно жила, –*

*І пісня, і сонце, і цвіт на калині,*

*І зорі на небі, і добрі діла.  
Душі ще потрібно багато любові,  
І віри, й надії, й молитви у слові (І. Коваленко).*

*2. Ми діти, що сховані в темряві,  
За горами чи за скелями,  
Ми діти, що світу не бачили,  
А вже його переінакишили.  
Ми люди, ми грати руйнуємо,  
Які потім самі ж і будуємо,  
І гарні ми лиш для належності,  
Ми залежні від незалежності.  
Ми жити вже звикли спектаклями,  
Очима дивитися збляклими,  
І нікуди все це подіти –  
Ми 21-го століття діти (Prosto Vilna)/*

*3. Є слова правильні  
Є слова вчасні  
Їх небагато –  
Буквально на фразу  
Правильне слово не дасть пропасти  
Або принаймні – не вже  
Не відразу  
Правильне слово живе собі тихо  
То в шарудінні а то у спазмах  
Треба притлумити власну пиху  
Щоби почути його виразно  
Треба притлумити власну пісню  
Власну гординю  
І голос власний  
Правильне слово – воно не зловісне  
Цим і цілюще  
Цим і прекрасне  
Слів же неправильних – їх легіони*

*Небом летять мов похмурі хмари  
Роблюсь від них я вже зовсім хворим  
Роблюсь від них я цілком безрадним..  
Що може дати людина людині?  
Трохи тепла  
Трохи любові  
Часом любов – це одне-єдине  
Правильне слово  
Потрібне слово (Ю. Іздрик).*

## **Заняття 8**

### **Основи полемічної майстерності**

#### **Контрольні питання**

1. Способи мовленнєвого впливу: переконання, навіювання.
2. Форми навіювання.
3. Мовні засоби переконання.
4. Науковий публічний спор. Сутність, різновиди (дискусія, полеміка, диспут, суперечка, еристика).
5. Полеміка як форма ораторського мистецтва. Принципи, прийоми полеміки.
6. Характеристика запитань і відповідей у полеміці. Правила проведення полеміки.
7. Причини вербальної агресії під час проведення наукової дискусії, полеміки.
8. Ознаки ораторського таланту й риси індивідуальності в полемічному мистецтві.
9. Дискусія як вид суперечки.

#### **Практична частина**

1. Підготуйте відповіді на контрольні питання.
2. З'ясуйте, яких полемічних прийомів найчастіше бракує сучасному студенту й чому.
3. У британському парламенті йшли дебати. Промову виголошував Вільям Черчіль – лідер консерваторів. Він, як завжди, висміював своїх опонентів – лейбористів. Нарешті,

не витримавши, схопилася з місця лейбористка похилого віку та непривабливої зовнішності й вигукнула на весь зал: „Містер Черчіль, ви нестерпні! Якщо б я була вашою дружиною, то налила вам у каву отруту!” Почувся сміх. Черчіль витримав паузу і промовив: „Якщо б ви були моєю дружиною, то я б цю отруту з насолодою випив”.

*Який тактичний прийом впливу в суперечці використав В. Черчіль?*

4. Запишіть етикетні словесні формули, якими доцільно послуговуватися під час обговорення гострих наукових проблем. Обґрунтуйте роль і сутність такої етикетної вимоги, як внутрішня дисциплінованість оратора у виборі мовних засобів під час дискусії, полеміки. Наведіть приклади вживання етикетних мовних засобів з професійної діяльності вченого, журналіста, політика, менеджера, викладача, адвоката та ін. (письмово, з указівкою конкретної особи).

5. Розробіть модель уявної дискусії навколо тези Цицерона: „*Ніколи не слід заперечувати очевидне*”.

6. Підготуйте дискусію для своїх однокласників на одну із запропонованих тем або оберіть тему самостійно (актуальну на сьогодні).

*Патріотизм: внутрішнє почуття кожного чи новий модний тренд?*

*Професійна армія: за і проти.*

*Вища освіта: достойне майбутнє чи данина моді?*

*Репетиторство в процесі підготовки до вступу в заклади вищої освіти: за і проти.*

*Українське телебачення: теперішнє й майбутнє.*

*Соціальні мережі: переваги чи недоліки для студентів?*

*Чи існує проблема батьків і дітей?*

*Українська вишиванка: модний тренд чи традиції з віковою історією?*

*Реклама на телебаченні: негативний або позитивний вплив.*

*Шлюбний контракт: за чи проти.*

*Ненароджені діти: чи є в них право на життя?*

*Евтаназія: за та проти.*

*Неокульти: небезпечне явище чи нове явище в релігії, яке має право на існування.*

## **Заняття 9**

### **Мистецтво аргументації та критики**

#### **Контрольні питання**

1. Аргументація як процес наведення доказів. Типи аргументів.
2. Теза. Демонстрація.
3. Загальні правила успішної аргументації.
4. Чинники, що послаблюють ефективність аргументації.
5. Рецензія як жанр наукової комунікації.

#### **Практична частина**

1. Підготуйте відповіді на контрольні питання.
2. Доведіть або спростуйте логічним аргументом справедливість наведеної думки: *„Твердий порядок викладу на папері будь-якої ідеї – це перший крок втілення її в життя” (І. Томан).*
3. Сперечальник покликається на наукову монографію, хоча насправді ніколи не читав її, а, може, і взагалі такої монографії не існує: *„Науково встановлений факт”*, – говорить він.  
*Як називається такий аргумент та до якої категорії він належить?*
4. Прокоментуйте в контексті комунікативних ознак і проілюструйте яскравими прикладами сформульований німецьким мислителем Г. Лейбніцем закон достатньої підстави: *„Усяка правильна думка має бути обґрунтована іншими думками, істинність яких уже доведено”*. З’ясуйте, чому обґрунтованість висловлювань є однією з важливих вимог до наукової комунікації.
5. Ознайомтеся з лексико-граматичними засобами для вираження впевненості, припущення, критики (непогодження). З’ясуйте, які з них є недоречними в тексті рецензії. Напишіть рецензію на фахову статтю, підручник, посібник, словник (за

вибором), дотримуючись реквізитів і використовуючи доречні для рецензії лексико-граматичні засоби.

*Упевнений (упевнена) у (в)тому, що...*

*Безумовно...*

*Доведено, що...*

*Я вважаю, що...*

*Не можна не зважати на те, що...*

*Автор переконливо доводить, що...*

*Є серйозні розбіжності в поглядах на...*

*Навряд чи можна погодитися з...*

*Висновки не підтверджені фактами...*

*Є дискусійним питання...*

*Допустімо, що...*

*Є підстави висунути гіпотезу...*

*Можна висловити припущення...*

## **Заняття 10**

### **Мистецтво презентації**

#### **Контрольні питання**

1. Презентація як різновид публічного мовлення. Типи (види) презентацій.
2. Способи створення та побудови текстів презентацій (теза, аргументи, демонстрація).
3. Принципи створення комп'ютерного дизайну презентацій.
4. Мовленнєві, стилістичні й комунікативні принципи презентацій.
5. Техніка проведення презентацій.
6. Імідж презентатора.
7. Аналіз власних та чужих сценаріїв риторичної поведінки під час усної презентації.

#### **Практична частина**

1. Підготуйте відповіді на контрольні питання.

2. Запропонуйте текст презентації власної риторичної школи. Оберіть для себе роль сучасника або історичного персонажа, змоделюйте уявну чи реальну аудиторію, зацікавте слухачів, заігуйте їх записатися до вашої школи, переконайте у важливості риторичних знань і вмінь.

Тривалість виступу – 1 – 1,5 хв.

3. Створити презентацію проведення уроку зі спеціальності (для майбутніх учителів) і рекламну презентацію фірми (для непедагогічних спеціальностей).

## Заняття 11

### Слухання й обговорення виступів на задану тему

Підготуйте публічний виступ (до 5-ти хвилин) на задану тему: „**Без українців світ не мав би...**”. Під час виступу використовуйте наведені нижче фрази (за вибором):

*Як було сказано (показано, зауважено, зазначено, з'ясовано)...*

*Відповідно до цього / згідно з цим...*

*У зв'язку з викладеним вище...*

*Далі з'ясуємо...*

*На противагу (чому?)...*

*Разом із тим...*

*Таким чином...*

*По-перше, по-друге... тощо.*

**УВАГА!** Текст виступу структуруйте, вичитайте. Обсяг – 2 – 3 сторінки стандартного аркуша А4; текст надрукований або написаний від руки.

Регламент заняття:

1. Публічний виступ.
2. Аналіз публічних виступів (самоаналіз, взаємоаналіз).
3. Оцінювання публічних виступів.

## КСР

**Порада!** *Перед виконанням самостійної роботи обов'язково повторіть теоретичний матеріал.*

1. Презентація як різновид публічного мовлення.
2. Типи презентацій.
3. Імідж презентатора.

**Мультимедійна презентація (з обговоренням в аудиторії)**

*Обов'язкові компоненти:* промова доповідача / доповідачів (текстовий матеріал), слайди або фото.

*За бажанням:* звуковий супровід, відеокліпи й анімація, роздатковий матеріал в аудиторії, тривимірні графіки тощо.

**Пам'ятайте,** що головним у презентації є те, що говорить доповідач. Зображення на екрані – це допоміжний інструмент.

### Орієнтовні теми презентацій

#### Факультет природничих наук

Вплив хімічних сполук на довкілля.

Ефективне використання відходів.

Використання енергії природних джерел (сонячна енергія, вітроенергетика, біопаливо, геотермальна енергетика тощо).

Охорона навколишнього середовища.

Глобальні проблеми людства.

Екологічні проблеми водойм Луганської області.

Шкідливі звички серед молоді. Вплив на здоров'я й екологію.

Визначні місця України (Слобожанщини).

Природні заповідники України.

Україна – туристична держава.

Сім чудес України.

Гідроніми Луганської області.

Найменші / найбільші держави планети.

Європейські країни-карлики.

Держава „традиційного нейтралітету”

Рослини / тварини Червоної книги України.



Флористичні / зоохімічні назви населених пунктів Луганщини.  
Найбільші / найменші тварини світу.  
Тварини – довгожителі.  
Рідкісні кристали.  
Сучасні методи молекулярної генетики.  
Штучні водосховища.  
Особливості японських садів.  
Ландшафтний дизайн.  
Ліси Слобожанщини.  
Люди для лісу – ліс для життя.  
Географія лісової промисловості світу.  
Садово-паркове мистецтво в Україні.  
Паркові ансамблі України.  
Агрометеорологія.  
Органічне землезнавство.  
Агрономічний менеджмент.  
Селекція та генетика.  
Водні біоресурси та аквакультура.  
Винаходи медичних приладів / препаратів в Україні.  
Мікробіологія.  
Застосування ДНК-діагностики у спорті.  
Наркотики й наркоманія.  
Профілактика йододефіциту й цукрового діабету.  
Винахід пеніциліну.  
Хвороби ХХІ століття.  
ГМО: міфи та реальність.  
Спадкові захворювання людини.  
Відомі українські вчені-природознавці.  
Місце європейського регіону в міжнародному туризмі.  
Українське географічне товариство.  
Географічні/біологічні/медичні відкриття, які здивували світ.  
Рослини нашого краю, занесені до Червоної книги.  
Мапа Луганщини в легендах і переказах.  
Теорії походження життя.  
Цитаміни, їхня характеристика та біологічна роль.  
Роль білків, жирів, вуглеводів у житті людини.  
Чи можна врятувати світ від екологічної катастрофи?

Етика довкілля (екологічна етика).  
Джерела забруднення атмосфери.  
Медичне страхування в Україні.  
Аграрна реформа в Україні та її вплив на розвиток агропромислового комплексу.  
Живлення рослин і застосування добрив.  
Сучасне землеробство.  
Ерозія ґрунтів та боротьба з нею.  
Шкідники та хвороби сільськогосподарських культур.

### **Факультет української філології та соціальних комунікацій**

Літературне краєзнавство.  
Літературна мапа Луганщини.  
Художня література для дітей.  
Історичний роман II половини XIX століття.  
Англomовне графіті XXI століття: прагматичний аспект.  
Особливості бібліографічної прози XX століття.  
Історія писемності в Україні.  
Становлення й розвиток наукового стилю української мови.  
Мовне законодавство та мовна політика в Україні.  
Мова як провідний чинник об'єднання українського народу.  
Народ без мови – не народ (П. Перебийніс).  
Порятунок прийде лише тоді, коли стрепенеться душа народу (П. Загребельний).  
А ви думали, що Україна – так просто? (Л. Костенко).  
Душа тисячоліть шукає себе в слові (Л. Костенко).  
І чужому навчайтесь, й свого не цурайтесь (Т. Шевченко).  
Поки жива мова в устах народу, до того часу живий і народ (К. Ушинський).  
Писати добре – значить писати правдиво (Е. Хемінгуей).  
Нації вмирають не від інфаркту. Спочатку їм відбирає мову (Л. Костенко)  
Репортаж як спосіб подачі новин.  
Телевізійний подорожній нарис.  
Регіональна публіцистика.  
Місцеві періодичні видання.  
Ранкові розважально-інформаційні програми.

Медіаобраз Луганщини в інформаційному просторі України.  
Реклама в мас-медіа.  
Проект українськомовного жіночого / чоловічого видання.

### **Факультет іноземних мов**

Михайло Булгаков і Україна.  
Реалізм як напрям у світовій літературі  
Антична література.  
Оноре де Бальзак і Україна.  
Міфи й легенди Давньої Греції  
Біблійні сюжети в художніх творах.  
Джонатан Свіфт – творець прекрасного.  
Дискурс харизматичного лідера: інавгураційна промова  
Д. Трампа / іншого президента.  
Вербальні й невербальні маркери маніпулятивних стратегій (на матеріалі промов Д. Трампа / іншого президента).

### **Інститут торгівлі, обслуговуючих технологій та туризму**

Туристичне краєзнавство.  
Організація готельного господарства.  
Організація ресторанного господарства.  
Інновації в розвитку туризму.  
Роль реклами в роботі туристичних агенцій.  
Романтичний Старобільськ.  
Транспортні екскурсії.  
Продукти для спеціального дієтичного споживання  
(спортсмени, шахтарі, люди з надлишковою вагою тощо).  
Захист прав споживачів.  
Товарознавча експертиза виробів для немовлят.  
Історія й сьогодення Луганської митниці.  
Дослідження споживчих переваг сучасної побутової техніки.  
Захист прав споживачів при купівлі товарів в інтернет-  
магазинах.  
Мода ХХІ століття.  
Зелений туризм в Україні.  
Провідні готелі світу.  
Привілейовані готелі й курорти світу.

Якість товару – здоров'я людини.  
Автомобіль – це розкіш чи засіб пересування?  
Краса врятує світ : міф чи реальність?  
Індустрія гостинності.

### **Інститут історії, міжнародних відносин і соціально-політичних наук**

Козацтво – ментальність українського народу.  
Цікаві факти про Богдана Хмельницького.  
Українські січові стрільці.  
Історичні постаті України ХХ століття.  
Розстріляне Відродження.  
Політичний портрет Маргарет Тетчер.  
Світ у ХХІ столітті: прогнози й перспективи.  
Історія українського тризуба.  
Геральдичні символи княжої Руси-України.  
Не крутяться назад історії колеса (М. Бажан).  
Історія – це ліхтар у майбутнє, який світить нам з минулого (В. Ключевський).  
Родина Ганді на політичній арені Індії.  
Демографічна ситуація в Україні.  
Етика відносин з державами (міжнародна етика).  
Жінка й політика: у пастці гендерних стереотипів.  
Завдяки історичній пам'яті людина стає особистістю, народ – нацією, країна – державою (М. Грушевський).

### **Інститут фізики, математики та інформаційних технологій**

Математика в архітектурі.  
Симетрія у природі.  
Використання енергії природних джерел.  
Оптичні явища у природі.  
Видатні фізики та їхні відкриття.  
Вплив електричного поля на живі організми.  
Реактивний рух у природі та техніці.  
Коло і круг.  
Комп'ютерні віруси та антивірусний захист.  
Вплив ПК на особистість.

Безпечна робота в Інтернеті.  
Сучасний погляд на комп'ютеризацію навчання.  
Фізика і лірика – дискусія століть.  
Математика – цариця наук.  
Наука – це драма ідей (А. Ейнштейн).

### **Інститут економіки та бізнесу**

Сучасний менеджмент: сутність, зміст, основні моделі.  
Економіка України: сучасні тенденції розвитку.  
Гроші як економічна категорія та їхнє місце в ринковій економіці.  
Банк як суб'єкт економічної системи.  
Фінанси Європейського Союзу та особливості їхньої організації.  
Інформаційні системи й технології у фінансах.  
Історія фінансової справи.  
Антикризовий менеджмент підприємства.  
Діджиталізація менеджменту у сфері послуг.  
Вільні економічні зони в ринковій економіці.  
Підприємництво у сфері надання лізингових послуг.  
Антивірусний захист на підприємстві.  
Перспективи розвитку інтернет-торгівлі в Україні.  
Франчайзинг у підприємницькій діяльності.  
Стратегічне планування маркетингових комунікацій.  
Управління логістикою на підприємстві.  
Маркетингова діяльність у рекламному бізнесі.  
Стан та перспективи розвитку фондового ринку.  
Корупція: сутність і генезис в умовах ринкової економіки.  
Офшорний бізнес: міжнародний досвід.  
Антимонopolна діяльність держави в ринкових умовах.  
Малий бізнес: від ілюзії до успіху.  
Реформування оплати праці в Україні.  
Інвестиційна діяльність у ринкових умовах.

### **Інститут культури і мистецтв**

Сучасний стан розвитку українського мистецтва.  
Готичний стиль в архітектурі.

Національний стиль в українському народному мистецтві початку ХХІ століття.

Образотворча спадщина Тараса Шевченка.

Музично-просвітницька діяльність викладача.

Музичне просвітництво: історія та сучасність.

Музика як один із найважливіших складників культури суспільства.

Музика серйозна й музика легка.

Відлуння епох у музичному мистецтві.

Історія розвитку бандурного мистецтва.

Ранкові програми на телебаченні.

Конфлікт як основа телевізійних ток-шоу.

Репортаж на телебаченні: особливості створення.

Молодь і музика.

Розвиток культури східних слов'ян.

Телебачення в Україні: учора, сьогодні, завтра.

Сергій Параджанов „Тіні забутих предків”.

„Айседора Дункан. Мистецтво пластики”.

Українські талант-шоу: бізнес чи культура?

### **Інститут фізичного виховання і спорту**

Відомі спортсмени Луганщини.

Історія гри в шахи (у теніс, у футбол, баскетбол тощо).

Неолімпійські види спорту.

Паралімпійські ігри / Паралімпійських рух в Україні / Відомі українські паралімпійці.

Спортивне орієнтування.

Нетрадиційні методи оздоровлення на заняттях з фізичної культури.

Фізична терапія в неонатології та педіатрії.

Технічні засоби у фізичній терапії, ерготерапії.

Здоров'я людини – здоров'я нації.

Олімпійський спорт в Україні.

Рухливі гри в дошкільних закладах і їхній вплив на здоров'я дитини.

Перемоги й поразки українських спортсменів на світових аренах.

## ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. *Унормована, відшліфована форма загальнонародної мови, яка має розгалужену систему функціональних стилів*

- А** літературна мова
- Б** національна мова
- В** літературна норма
- Г** етикетна норма

2. *Промови на захист себе в античності називалися*

- А** легати
- Б** апології
- В** логографи
- Г** інвенції

3. *Заборона вживання в мовному спілкуванні носіїв певної культури окремих слів і словосполучень*

- А** тематичні табу
- Б** контактні табу
- В** мовні табу
- Г** мовний етикет

4. *Здатність особи або групи осіб користуватись по чергово двома мовами для забезпечення комунікативних потреб*

- А** дедукція
- Б** індукція
- В** койне
- Г** білінгвізм

5. *Сукупність комунікативних знань, умінь і навичок людини, які дають змогу їй ефективно спілкуватися в усній і писемній формах*

- А** комунікативна грамотність
- Б** комунікативний паспорт людини
- В** мовленнєвий паспорт людини
- Г** комунікативна поведінка

**6.** *Рецептивний вид мовленнєвої діяльності; слухання, смислове сприйняття усного повідомлення*

**А** атмосферне спілкування

**Б** аудіювання

**В** білінгвізм

**Г** мовленнєва взаємодія

**7.** *Вид мовленнєвої діяльності з використанням вокального каналу комунікації, який полягає у створенні повідомлень, скерованих адресатові*

**А** аудіювання

**Б** говоріння

**В** слухання

**Г** читання

**8.** *Міра точності, розбірливості вимови фонем, морфем, слів, фраз, яка визначає розбірливість мовлення, а значить і його розуміння іншими людьми*

**А** дикція

**Б** виразність

**В** пауза

**Г** інтонація

**9.** *Результат переведення адресатом опрацьованого тексту в словесно-знакову форму, наділення його індивідуальним смислом*

**А** інтонація

**Б** інформація

**В** інтерпретація

**Г** інтерактивність

**10.** *Одна з найважливіших складових кінесики, пов'язана з різноманітними виразами обличчя, рухами його частин*

**А** жести

**Б** поза

**В** міміка

**Г** постава



**11.** *Форма мовлення, витворена внаслідок активної мовленнєвої діяльності адресанта, розрахована на пасивне й опосередковане її сприйняття адресатом (авдиторією)*

- А** бесіда
- Б** діалог
- В** полілог
- Г** монолог

**12.** *Групи комунікантів, які виникають спонтанно, унаслідок соціальної взаємодії людей, зацікавленості, симпатії тощо*

- А** неформальні групи
- Б** соціальні групи
- В** малі групи
- Г** академічні групи

**13.** *Просторові взаємини людей у процесі спілкування*

- А** кінесика
- Б** ольфакторика
- В** проксеміка
- Г** хезитація

**14.** *Специфічно мотивований і організований адресантом процес представлення інформації про себе у вербальній чи невербальній формах*

- А** монолог
- Б** самопрезентація
- В** мозковий штурм
- Г** бесіда

**15.** *Спілкування незнайомих або недостатньо знайомих людей, зокрема, з особами, які зайняті виконанням службових обов'язків*

- А** фатичне спілкування
- Б** соціально орієнтоване спілкування
- В** формальне спілкування
- Г** мовленнєве спілкування

**16. Непряме вербальне спілкування**

- А** нарада, лекція
- Б** запрошення, лист
- В** доповідь, диспут
- Г** дискусія, запрошення

**17. Опосередкована форма спілкування**

- А** бесіда, рецензія
- Б** диспут, звіт
- В** доповідь, пояснювальна записка
- Г** план, діловий прийом

**18. Метод різнобічного впливу на свідомість, почуття, волю співрозмовника**

- А** громадська думка
- Б** лекції
- В** вправи
- Г** заохочення

**19. Процес організованих вербальних і невербальних взаємодій, які виникають під час спілкування**

- А** інтуїція
- Б** інтеракція
- В** креативність
- Г** перцепція

**20. Бесіда, дискусія, робота з книгою – це**

- А** словесні методи
- Б** методи стимулювання
- В** метод спостереження
- Г** мотивація

**21. Володіння учасниками спілкування нормами усного й писемного мовлення, уміння використовувати зображальні засоби мовного коду в різних умовах і сферах спілкування відповідно до мети і змісту комунікації**

- А** культура мови

- Б** культура мовлення
- В** культура взаємостосунків
- Г** культура праці

**22.** *Відповідність мовлення меті та умовам спілкування, уміння виступати з певною темою в різних типах аудиторії, мовне чуття, яке допомагає керувати поведінкою*

- А** правильність мовлення
- Б** виразність мовлення
- В** доцільність мовлення
- Г** логічність мовлення

**23.** *Диспути, бесіди, вечори, свята – це*

- А** заходи
- Б** засоби і форми
- В** інноваційні технології
- Г** методи і форми спілкування

**24.** *Форма людських взаємин, – необхідна умова успішного спілкування*

- А** такт
- Б** стиль
- В** етикет
- Г** протокол

**25.** *Психологічні перешкоди, які виникають у спілкуванні, характеризуються неадекватною пасивністю, нездатністю реагувати на ситуацію та її вирішувати*

- А** технологія спілкування
- Б** засіб спілкування
- В** принципи спілкування
- Г** бар'єри спілкування

**26.** *Інструментарій матеріальної й духовної культури, який використовується для розв'язання завдань спілкування*

- А** професійне спілкування
- Б** принципи спілкування

- В** засіб спілкування
- Г** пряме вербальне спілкування

**27.** *Викликаний різними причинами невдалий початок адресантом комунікативного акту; раптова перерва в мовленні адресанта, яке він щойно розпочав*

- А** фальстарт
- Б** хезитація
- В** реприза
- Г** повтор

**28.** *Різновид паузи, викликаний обдумуванням можливих варіантів продовження мовлення, пошуком потрібного елемента мовного коду тощо*

- А** акція
- Б** аргумент
- В** хезитація
- Г** фальстарт

**29.** *Шрифт, курсив, фарба, малюнки, таблиці тощо, представлені в письмових і друкованих текстах*

- А** опосередковані кінеми
- Б** безпосередні кінеми
- В** текстові кінеми
- Г** індивідуальні кінеми

**30.** *Твір „Про оратора” написав*

- А** Цицерон
- Б** Аристотель
- В** Платон
- Г** Сенека

**31.** *Прихований зміст тексту, що розуміють „між рядками”:*

- А** фраза
- Б** підтекст
- В** епіграф
- Г** реприза

**32.** *Коротка фраза, породжена необхідністю термінового заперечення, уточнення, підтримки тощо; найбільш уживана в судовому красномовстві*

- А репліка
- Б резюме
- В реприза
- Г епіграф

**33.** *Закон, який формується на основі ознак трьох груп: соціально-демографічних, соціально-психологічних, індивідуально-особистісних*

- А концептуальний закон
- Б стратегічний закон
- В закон моделювання аудиторії
- Г тактичний закон

**34.** *На це вміння греки звертали особливу увагу: „Усе, що Ви сказали спочатку, нами забуте, бо це було давно. А кінець Вашого мовлення нам не зрозумілий, бо забутий початок”*

- А уміння зосередитися
- Б уміння говорити суттєво
- В уміння впливати на почуття аудиторії
- Г уміння управляти поведінкою аудиторії

**35.** *Про значення правильності він писав так: „ ... уміти правильно говорити... ще не заслуга, а не вміти – уже ганьба, тому що правильне мовлення, по-моєму, не стільки достоїнство хорошого оратора, скільки властивість кожного громадянина”*

- А Платон
- Б Сократ
- В Аристотель
- Г Цицерон

**36.** *Творчо використовуючи досягнення античної риторичної науки, він розробляє вчення про три стилі: високий, квітчастий і низький*

- А Феофан Прокопович
- Б Іоникій Галятовський
- В Лазар Баранович
- Г Іларіон

**37.** *Це слово походить від грецької polis – місто*

- А олігархія
- Б демократія
- В політика
- Г наука

**38.** *Завершальний етап ораторської дії, виголошення промови*

- А акція
- Б акумуляція
- В аллюзія
- Г аргумент

**39.** *Підстава, досвід, що використовується для підтвердження власної думки*

- А антифраза
- Б аргумент
- В антитеза
- Г висновки

**40.** *Коротке, лаконічне судження, що у стислій, зручній для запам'ятовування формі містить глибоку думку*

- А анафора
- Б алегорія
- В аналогія
- Г афоризм

**41.** *Виголошення промови без підготовки*

- А дискусія
- Б полеміка
- В експромт
- Г репліка

**42.** *Поява університетів у Західній Європі сприяла розвитку такого виду красномовства*

- А** судового
- Б** церковного
- В** академічного
- Г** політичного

**43.** *Логічна операція обґрунтування істинності якого-небудь положення (судження) за допомогою інших істинних суджень*

- А** репліка
- Б** апеляція
- В** переконання
- Г** доказ

**44.** *Український письменник, автор роману „Перехресні стежки”, сюжет якого взятий з кримінальних справ кінця 19 ст., пристрасний судовий оратор*

- А** І. Франко
- Б** М. Коцюбинський
- В** В. Винниченко
- Г** М. Стельмах

**45.** *Мета полеміки*

- А** здобути перемогу над опонентом, відстояти й затвердити власну позицію
- Б** зіставляючи суперечливі судження, намагатися дійти єдиної думки, знайти загальні рішення, встановити істину
- В** дослідити природу предмета, явища
- Г** установити зв'язки між причинами й наслідками дій

**46.** *Процес обґрунтування людиною певного положення (твердження, гіпотези, концепції) з метою переконання в його істинності, доцільності*

- А** логіка
- Б** план
- В** аргументація
- Г** презентація

**47.** Швидкість загалом і тривалість звучання окремих слів, складів, а також пауз у поєднанні з ритмічною організованістю, розміреністю мовлення становлять його

- А** інтонацію
- Б** темпоритм
- В** інтонаційний малюнок
- Г** партитуру

**48.** Крилатий вислів: „*Душа людська – християнська*” належить

- А** Орігену
- Б** Тертулліану
- В** Августина Аврелію
- Г** Ієроніму

**49.** Початок Києво-Могилянській академії поклала

- А** християнська релігія
- Б** неориторика
- В** Київська братська школа
- Г** Острозька академія

**50.** Система безпосередніх конкретних дій оратора, спрямованих на ефективну реалізацію стратегії

- А** етика промовця
- Б** емоційність промовця
- В** стратегія оратора
- Г** тактика оратора



## ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ ДЛЯ ІНДИВІДУАЛЬНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

1. Прокоментуйте вислів: „*Спілкування – це мистецтво. І як будь-яке мистецтво, його не можна вивчити або знати – його можна лише практикувати: покращувати, постійно навчаючись. Бо немає межі досконалості, і справжнім Майстром життя стає лише той, хто щоденно відточує власну майстерність*” (Р. Кушнір).
2. Обґрунтуйте важливість зворотного зв'язку у спілкуванні.
3. У чому полягає сутність принципу етикетності спілкування?
4. Які ситуативні чинники мають найпомітніший вплив на перебіг і зміст спілкування? Обґрунтуйте свою думку.
5. Обґрунтуйте роль індивідуального стилю спілкування.
6. У яких параметрах комунікації найповніше виявляється мовна особистість?
7. Обґрунтуйте роль у комунікації контекстуальних і ситуативних чинників.
8. Сформулюйте роль комунікативної компетенції у спілкуванні.
9. Охарактеризуйте найважливіші типи комунікативних невдач, пов'язаних з особою адресанта; з особливостями використання каналів спілкування
10. У чому виявляється специфіка полілогу в малих мовних групах?
11. Наведіть приклади впливу лідера на комунікативну поведінку членів малої групи.
12. На які аспекти міжособистісного спілкування мають вплив національно-культурні чинники?
13. Роль національно-культурних символів і стереотипів у процесах міжкультурної комунікації.
14. Охарактеризуйте KISS-принцип у діловій комунікації.
15. У чому полягають секрети успішного спілкування з дітьми, підлітками та молоддю? Особливості спілкування з людьми середнього та старшого віку.

- 16.** Наведіть приклади малюнків, знаків, схем тощо з навколишнього життя, за допомогою яких можна передати інформацію.
- 17.** Сформулюйте найважливіші комунікативні риторичні вимоги до зразкового літературного мовлення.
- 18.** Що таке тональність спілкування і які чинники комунікації впливають на формування типів тональності?
- 19.** Наведіть фрази та кілька прийомів активізації уваги слухачів, завдяки яким зазвичай досягається контакт між доповідачем і слухачами.
- 20.** Наведіть та обґрунтуйте загальноновизнані правила ефективного опрацювання (читання) наукового тексту.
- 21.** Яка роль у комунікації належить блогерам? Чи читаєте ви блоги відомих фахівців у вашій галузі? Яких?
- 22.** Поміркуйте, чи достатньо сучасній людині опанувати лише офіційно-діловим, науковим та розмовним стилем для успішної комунікації? Яке місце художнього, публіцистичного, епістолярного стилю в сучасній комунікації? Чи потрібне володіння ними сучасному професіоналу?
- 23.** Наведіть приклади фраз-конфліктогенів та фраз-гармонізаторів спілкування. У чому полягають шляхи гармонізації ділового спілкування?
- 24.** Яку стратегію поведінки на співбесіді з питань працевлаштування ви оберете? Чому?
- 25.** Чи слід застосовувати гендерно марковані комунікативні стратегії і в яких випадках? Обґрунтуйте свою позицію.
- 26.** Що таке маніпулятивна риторика? Чи різняться поняття маніпулятивна риторика й мовна маніпуляція?
- 27.** Чи варто застосовувати прийоми мовної маніпуляції під час переговорів та ділових бесід?
- 28.** Коли критика перетворюється в різновид маніпуляції? Як протидіяти критикам-маніпуляторам?
- 29.** На чому ґрунтуються мовні маніпуляції в рекламі? Наведіть приклади (місцева реклама, телевізійна реклама).

**30.** З'ясуйте, чи відрізняється повний друкований (писаний) текст доповіді та його усний (виголошений) варіант, і, якщо так, поясніть, у чому і як саме виявляється відмінність.

**31.** Поясніть сутність і функції поняття *коректні полемічні прийоми*. Наведіть переконливі приклади їхнього застосування у професійній діяльності.

**32.** Прокоментуйте в ракурсі причин і наслідків наукової дискусії, диспуту, полеміки відому сентенцію Р. Декарта: „Точно використовуйте слово, і ви позбавите світ від половини непорозумінь”.

**33.** Поясніть, яких правил не дотримуються полемісти, якщо повністю забувають первинний предмет суперечки, упускають з виду (іноді свідомо) головні положення, які спричинили суперечку, нечітко визначають власну позицію.

**34.** Доведіть, що дієвими засобами формування й удосконалення полемічної майстерності є не лише теоретичні знання, але й активна участь у диспутах, дискусіях, полеміці, ділових та рольових іграх, практикумах, семінарах тощо.

**35.** З'ясуйте, чому марно вести полеміку, дискусію, дебати без визначення опонентами поняттєвого змісту використовуваних ними термінів і яку роль відіграє терміносистема в наукових дискусіях.

**36.** З'ясуйте причини та проілюструйте прикладами різні форми вербальної агресії під час наукової дискусії та полеміки: а) за інтенсивністю; б) за ступенем усвідомлення „агресором” та цілеспрямованістю; в) за кількістю учасників; г) за об'єктом.

**37.** Здійсніть лексичний аналіз науково-навчального тексту (текст оберіть самостійно; обсяг до трьох сторінок) за обраним фахом, розподіливши лексику за групами: а) загальноживана; б) власне термінологічна; в) слова – організатори думки; г) слова – конкретизатори думки; д) слова-домінанти (ключові слова). Визначте функції кожної лексичної групи.

**38.** Змоделюйте (визначте тему *(тему оберіть самостійно)*, завдання, проблематику, учасників, можливі тези, аргументи, контраргументи) наукову дискусію й наукову полеміку

за спільною темою, визначивши аналогію між ними та їхню специфіку.

**39.** Проілюструйте переконливими прикладами відомий афоризм: „*Ми слухаємо не промову, ми слухаємо людину, яка говорить із нами*”.

**40.** Ознайомтеся з текстом виступу Демосфена  
**„Друга промова проти Філіппа”**

*(1). Афіняни! Кожного разу, коли мова йде про дії Філіппа й порушення ним мирного договору, завжди я бачу одне й те саме: промови на захист наших інтересів здаються доречними й щирими, закиди ж проти Філіппа, як видно, обґрунтовані, але насправді нічого з необхідних заходів нітрохи не виконується, навіть настільки, щоб варто було слухати ці промови. (2). Мало того, наша політика докотилась до того, що чим переконливіше можна викрити Філіппа у порушенні договору і ворожих діях проти всієї Греції, тим важче стає знайти пораду, як бути далі. (3). У чому ж справа? А в тому, що загарбників треба зупиняти не словами, а ділами. Тим часом, насамперед ми самі, оратори, які промовляємо з трибуни, боячись викликати незадоволення з вашого боку, не даємо ділових порад і пропозицій, а тільки багато говоримо, як то обуриливо поводить себе Філіпп і т. д. і т. д. З другого боку, і ви, що сидите тут, краще від Філіппа вмієте виголошувати справедливі промови й розуміти думки будь-якого оратора, зате ви зовсім не квапитеся, щоб перешкодити Філіппові у здійсненні його теперішніх задумів. (4). І ось унаслідок цього склалося становище, думаю, закономірне і, я б сказав, навіть природне: хто чим наполегливіше займається, то в нього краще й виходить: у Філіппа діла, а у вас ... слова. Отже, якщо ви й тепер задовольнитесь тим, що ваші промови справедливіші, ніж його, то це найлегше, і до цього не треба докладати будь-яких зусиль.*

*(5). Якщо ж подумати над тим, як виправити нинішнє становище, щоб стан справ непомітно не гіршав надалі і щоб ми не опинились віч-на-віч з величезною силою, якій не зможемо протистояти, то треба покінчити з дотеперішнім способом обговорення справ, а також і ми – промовці, всі як один, і ви,*

слухачі, повинні поставити собі за мету знайти якнайкращі й найдійовіші засоби порятунку, а не найлегші і найприсмніші.

(6). Отже, насамперед афіняни, мене дивує наївність тих людей, які бачать, якої сили набрався Філіпп і яку територію він підкорив своїй владі, а думають, що все це не становить серйозної небезпеки для нашої держави. Я хотів би просити всіх вас, щоб ви вислухали мої стислі міркування, які змушують мене чекати протилежного і вважати Філіппа нашим ворогом. Якщо визнаєте мене більш далекозорим, то ви мене послухаетесь, якщо ж – смільчаків, що повірили Філіппові, – присєднаєтесь до них.

(7). Отож, афіняни, мої міркування такі: чим заволодів Філіпп насамперед [295] після укладення договору? Пілами і всіма справами у Фокіді. Ну, а далі? Як він цим скористався? Він волів діяти на руку фіванцям, а не нашій державі. Чому так? А тому треба припускати, що, розраховуючи на загарбання і на підкорення всіх своїй владі, а не на збереження миру, спокою й справедливості, (8) він ясно побачив, що нашу державу і нашу чесність не можна нічим спокусити і нічого такого зробити, що спонукало б вас заради вашої власної вигоди дати на поталу будь-кого з інших греків, але помітив, що ви зважаєте на моральний бік усього і жахаєтесь ганьби, зв'язаної з брудною справою, передбачаєте всі наслідки, через те при першій-ліпшій спробі з його боку зробити якусь підлоту, ви дасте відсіч його зазіханням, немовби у вас була з ним війна.

(9). Він розраховував (як це і сталося), що фіванці за виявлені їм послуги залишать йому свободу дій у всьому іншому і не тільки не будуть йому пакостити й перешкоджати, але навіть самі підуть воювати разом з ним, якщо їм накаже. З тих же міркувань він піддобрюється месенцям і аргосцям. Це якраз і є великою похвалою для вас, афіняни. (10). Адже у зв'язку з вашою поведінкою ви маєте таку славу, що ви одні з усіх греків не зрадите ні за що у світі загальногрецької справи, не проміняєте своєї відданості Греції на будь-яку вигоду і користь. І цілком зрозуміло, що він про вас виробив собі такий погляд, а протилежний про фіванців і аргосців, бо він узяв до уваги не тільки сучасність, але й наше минуле. (11). Дізнався

він, очевидно, і чув про те, що ваші предки, хоч і мали змогу верховодити над усіма іншими греками при умові, якщо самі підкоряться персидському цареві, не тільки відхилили таку пропозицію, коли до них прибув як посол Александр, предок сьогоднішніх македонських царів, але навіть воліли покинути країну й перетерпіти будь-які злигодні, потім вони здійснили подвиги, які завжди всі греки хочуть прославляти, але ніхто досі не зумів належно про них розповісти, тому і я не буду про них говорити, а перейду до порядку денного, – це буде справедливо (подвиги їх занадто великі, щоб хтось міг їх належним чином описати словами), а предки фіванців і аргосців – одні прямо брали участь у поході персів проти нас, а другі не чинили їм опору. (12). Таким чином Філіпп знав, що одні й другі задовольняться особистою користю, а не будуть мати на увазі загальне добро усіх греків. Ну, ось він так і розраховував, що коли вам дасть перевагу, то вибере друзів на засадах законності; якщо ж зв'яжеться з тими, то в них знайде помічників для своєї загарбницької ненажерливості. Ось чому він більше цінує їх, ніж вас. Адже більше трієр, звичайно, ніж у нас, він у них не бачить. Справа не в тому, щоб він, знайшовши якусь сухопутну державу, відмовився з уваги на це від приморської країни і торгових портів, і не в тому, щоб він не пам'ятав промов і обіцянок, завдяки яким домігся укладення миру.

(13). „Знаю все це, – скаже хтось, – але, клянусь Зевсом, не із загарбницьких мотивів і не з тих, які я йому закидаю, зробив це тоді Філіпп, а тому, що претензії фіванські були справедливіші, ніж наші”. Проте виправдовуватись цією обставиною він зараз не може. Справді, як людина, яка тепер вимагає від лакедемонян надання незалежності Мессенії, він може виправдати свої дії посиланнями на справедливість, після того як сам колись передав міста Орхомен і Коронею під владу фіванців.

(14). „Але ж ні, він, клянусь Зевсом, був змушений це зробити (це одне [296] залишається на виправданні) і погодився на це всупереч власному переконанню, опинившись, з одного боку, між фесальською кіннотою і, з другого боку, між

фіванськими гоплітами”. Прекрасно! Ось чому він, як кажуть, і думає поводитись з фіванцями обережно, а деякі людиці, розгулюючи по місту, пускають у хід плітки, начебто він збирається перетворити Елатею на фортецю. (15). Він думає і ще буде думати, як гадаю, а одночасно не бариться подавати мессенцям і аргосцям допомогу проти лакедемонян; він посилає їм наємників, відправляє гроші, і його самого чекають там з великим військом. То що ж: якщо він хоче знищити нинішніх ворогів Фів, тобто лакедемонян, так він буде рятувати фокейців, яких сам раніше погубив? (16). Хто в це може повірити? Навіть якщо припустимо, що Філіпп зробив це колись з необхідності і проти власної волі або тепер справді порвав стосунки з фіванцями, я особисто не уявляю собі, щоб він так вперто виступав проти їх ворогів. Його теперішня поведінка вказує на те, що він і тоді діяв з власної волі та й тепер, якщо тверезо дивитись на справу, все промовляє за те, що його діяльність цілком і повністю скерована проти нашої держави. (17). Таку політику веде він якоюсь мірою з необхідності. Справді, подумайте. Він хоче панувати, а противників цього він бачить тільки в одних вас. Беззаконня проти нас він допускається віддавна і сам це чудово розуміє. Захопивши колишні наші володіння, він забезпечує собі панування над усім іншим. Він усвідомлює, що, якби він випустив з рук Амфіполь і Потідею, то під ним горіла б земля на його батьківщині. (18). Таким чином він знає і те, і друге: і те, що він має ворожі наміри супроти нас, і те, що ви це помічаєте. Але, оскільки він вважає вас за людей, не позбавлених глузду, то він насторожився, чекаючи, що ви при будь-якій нагоді завдасте йому удару, якщо він вас не випередить. (19). Ось чому він став обережним, причаївся, підбурює декого проти нашої держави – саме фіванців і деякі пелопоннеські міста, які ведуть таку саму політику, і він свідомий, що заради загарбницьких зазіхань вони будуть крізь пальці дивитись на все, що робиться довкола, і при своїй обмеженості нездатні передбачити дальших наслідків. Але для людей, які мають хоч трохи глузду в голові, наочними прикладами можуть послужити ті випадки, про які я мав

нагоду розповісти месенцям і аргосцям, а, можливо, краще буде викласти їх і вам.

...(26). Погоджувались вони з моїми словами, вислухали промови багатьох інших послів у моїй присутності та й пізніше, вже без мене, але, як видно, вони не відмовляються ні від дружби з Філіппом, ні від його обіцянок. (27). В цьому немає нічого дивного, що месенці і ще дехто з пелопоннесців будуть діяти всупереч здоровому глузду, хоч бачать, що для них інше краще, але ви – люди, які самі розбираєтесь у становищі і від нас, ораторів, чуєте про хитрощі та спроби оточити вас, самі не отямитесь, як опинитесь у безвихідному становищі внаслідок бездіяльності і зволікання. Так безтурботність і задоволення сьогодні виявляються сильнішими, ніж користь, яку можна мати будь-коли в майбутньому.

(28). Отже, ви обміркуєте пізніше питання дальшого напряму вашої політики, якщо будете розсудливі. Поки що я пропоную текст відповіді Філіппу. Звичайно, личило б, афіняни, запросити сюди тих, які прийшли до нас з обіцянками, під впливом яких ви склали умови миру. (29). Адже я сам ніколи в світі не взяв би участі в посольстві, ні ви, я впевнений, не припинили б воєнних [298] дій, якби ви чекали такої подяки від Філіппа за укладення миру. Але тогочасні слова Філіппа далекі були від того, що тепер робиться. Слід було б, крім того, запросити сюди ще й інших. Кого ж? Саме тих промовців, які виступали проти мене, коли я вже після укладення миру, повернувшись відряджений вдруге з метою закріпити мирний договір присягою, помітив, що нашу державу морочать та й попереджав, застерігав, доводив, що ніяк не можна дати Філіппові на поталу Шли і фокейдів. (30). Тоді ці люди заявляли, що я п'ю тільки воду і тому, природно, став похмурий і лютий, а Філіпп, як тільки прийде сюди, здійснить усі наші бажання, зміцнить Феснії і Платеї, приборкає пиху фіванців, перекопає власними коштами Херсонес, а Евбею і Ороп віддасть вам за Амфіполь. Ви, очевидно, пам'ятаєте всі ці промови, виголошені з цієї трибуни, хоч ви забуваєте провини своїх кривдників. (31). Найбільша ганьба полягає в тому, що ви, ошукані надіями, поширили умови миру навіть на



майбутні покоління. До такої міри ви дали себе ошукати. Навіщо я про це згадую тепер і чому вимагаю, щоб їх викликати? Клянусь богами, я скажу вам щиро всю правду і нічого не приховую. (32). Не для того, щоб, завівши суперечку, самому говорити з ними перед вами на рівних правах, не для того, щоб тим, які виступали проти мене з самого початку, дати знову нагоду одержати хабара від Філіппа, не для того, щоб займатися пустими балачками.

(33). Небезпека, як бачу, дедалі зростає; я хотів би помилитись, але боюся, що вона вже занадто близько. Прийде така хвилинка, коли ви не зможете байдуже дивитись на події і не будете слухати про навислу небезпеку ні від мене, ні від когось іншого, але самі побачите і ясно зрозумієте, що так насправді стоїть справа. А тоді вас охопив гнів і лють. (34). Я боюся тільки, щоб послі не змовчали в тих справах, за які одержали хабарі і щоб ви звернули свій гнів проти тих людей, які намагатимуться виправити справи, яким вони спричинили шкоду. Взагалі я помічаю, що люди часто спрямовують свою лють не на винних, а на того, хто потрапляє їм під руку. (35). Тим-то поки небезпечно становище тільки складається і назріває, поки ми можемо обмінюватись думками, я хочу кожному з вас пригадати (хоч ви самі про це добре знаєте), хто намовив вас залишити без захисту Фокіду і Піли. Заволодівши ними, Філіпп став господарем дороги, яка веде до Аттики і Пелопоннесу, і через те примусив нас замислитись тепер не над темою справедливості, а над становищем в самій країні і над війною, яка загрожує Аттиці. Ця війна, звичайно, кожному принесе чимало горя, коли Філіпп з'явиться тут, але зародилась вона саме в той день – день підписання миру. (36).

Справді, якби вас тоді не ошукали, держава не була б у халепі. Адже Філіпп, зрозуміла річ, не міг би ні ввійти до Аттики на кораблях – раніше треба було б перемогти нас на морі - ні ввести військо через Піли і Фокіду, але йому довелося б або виконати умови миру і сидіти тихо, дотримуючись мирного договору, або опинитися перед загрозою війни так само важкої, як та, яка викликала в нього бажання миру. (37). Так ось тепер я досить сказав, щоб пригадати вам те, що

*було. Хай боги не допустять того, щоб ми все це відчули на власній шкурі. Нікому, навіть тим, хто заслужив би загибелі, я особисто не бажав би розплатитись карою, яка була б зв'язана з небезпекою і шкодою для всіх.*

***Зробіть риторичний аналіз промови за схемою:***

1. Знаковість для нації, держави, культури, суспільства постаті промовця. Як на нього реагувало суспільство?
2. Суспільно-політичні, суспільно-культурні, історико-національні елементи змісту: ідеологеми, міфологеми, події, факти, оцінки, контрасти, антитези тощо.
3. Як оратор сформулював тему, мету, представив предмет?
4. Чи спрямована композиція тексту (вступ, основна частина, заключна частина) на досягнення мети?
5. Логічність, послідовність, доцільність побудови промови.
6. Як сформульовані тези, наскільки вдало вибрано тип аргументації та види доказів?
7. Характеристика засобів милозвучності: евфонічні чергування; вимовна легкість (повноголосся, подовження, спрощення).
8. Засоби активізації уваги слухачів.

**41.** Розподіліть аргументи, які використовують в усній комунікації, на:

*а) сильні, вагомні аргументи;*

*б) слабкі аргументи;*

*в) некоректні аргументи:*

- 1) точно встановлені і взаємопов'язані факти, судження;
- 2) покликання на думки, настрої, почуття слухачів;
- 3) покликання, цитати, вислови маловідомих / невідомих людей;
- 4) оратор прагне привернути слухачів на себе і з їхньою допомогою здійснити психологічний тиск на опонентів;
- 5) доведення, версії або узагальнення на основі здогадок, припущень;
- 6) статистична інформація;
- 7) попередньо зібрані відступи, афоризми, вислови;

8) використання надмірних похвал з надією, що завдяки компліментам опоненти стануть прихильнішими;

9) посилення на особистісні якості опонентів, їхні смаки, зовнішність, плюси й мінуси, тиск на „больові точки” замість доказів;

10) покликання на власний позитивний досвід, проекти, дії, що виправдали себе.

**42.** Визначте, які невербальні засоби відображено в наведених фразеологізмах: *розводити руками, один на один, кривити губи, кивати головою, тикати пальцем, високо нестися.*

**43.** Про який емоційний стан особистості свідчать такі вирази очей: а) блискучі очі; б) широкі зіниці; в) короткі погляди в бік; г) погляд униз.

**44.** Знайдіть серед висловів мовленнєвого етикету вислови нейтральної тональності.

*Мені дуже шкода. Даруйте за клопіт. Прошу вибачення. Не може бути? Хто б міг подумати! Перепрошую. Ви мене дивуєте. Добридень! Здорові будьте! Про це не може бути й мови. На жаль, ні. Складаю щирю подяку! Салют. Не згадуйте про це.*

**45.** Виправте помилки, допущені під час телефонного спілкування.

*1. А хто це дзвонить?*

*2. Ви вже вдруге телефонуєте. Я ж вам сказала, що Миколи Петровича не буде.*

*3. Директорові ніколи з вами розмовляти.*

*4. Не заважайте працювати.*

*5. Це не моя справа, з'ясовуйте у свого керівника.*

*6. Та про що мова! Ви навіть не намагайтеся прийти з таким проханням.*

*7. Декан у відрадженні. Просив ні з ким не з'єднувати.*

**46.** Аналіз і виправлення мовностилістичних помилок.

*Це положення ще треба доказати; винести подяку колективу; відповідь вартує самої вищої оцінки; на ділі отримується щось друге; чимало сказано на вашу адресу; матеріальний відділок узгодив смету витрат; на рахунку*

*була кожна хвилинка часу; на ярмарку дешеві ціни; стаття легко знаходиться за пошуковим запитом; вирішив продовжити сімейну династію.*

**47.** Переробіть поетичний текст на прозовий (публіцистичний стиль), послуговуючись різноманітними риторичними фігурами.

*Кругом кричали „Вбийте Слово!  
Розпніть і випаліть в душі  
Пророка слави й віщу мову!” –  
Щоб збудувати світ на лжі!  
Не знали ж: Слово вбить не можна,  
Бо слово – Бог і в Слові – світ.  
І Слово те, одвічно Боже,  
Людські серця зове в політ (Р. Іванченко).*

**48.** Проаналізуйте наведені діалоги. З’ясуйте, у якому випадку комунікативний акт не досягає мети. Визначте комунікативні позиції співрозмовників та причини комунікативних невдач.

*Завідувач відділу – старший касир:*

*1) – Ви що, забули: через 10 хвилин відкриття магазину!? Чому товар на полицях без цінників?*

*– Які претензії? Я одна в торговельній залі й у мене не десять рук.*

*2) – Ірино Петрівно, залишилося зовсім мало часу до відкриття магазину. Я бачу, що не весь товар на полицях має цінники.*

*– На жаль, я одна в торговельній залі, але постараюся зробити все вчасно.*

**49.** Прочитайте текст. Прокоментуйте його. Наведіть приклади невербальних засобів, які роблять людину щасливою. Чи часто ви використовуєте такі засоби? За яких умов?

*– А ви своїм матерям хоч іноді цілуєте руки?*

*– Я цілую в щоку. А яка різниця?*

*– А ви знайдіть якийсь привід і поцілуйте руку.*

*Минув тиждень. Мій студент повернувся з дому.*

*– Я поцілував мамину руку. Такою щасливою я її ще не бачив. Вона аж заплакала.*

**50.** Ситуація: ви заходите в кабінет керівника, щоб вирішити виробничі питання. Ви ввійшли, а він кілька секунд (а може, і хвилини) продовжує розглядати (перекладати) папери в себе на столі. Потім дивиться на годинник і говорить відчуженим голосом: „Чим могу бути вам корисний?”

З яким почуттям ви будете ставити питання? Який тон розмови оберете? Про що „говорять” невербальні засоби керівника? Запропонуйте свій варіант (ви в ролі керівника).

**51.** Прочитайте текст. Дайте відповіді на речення з питальною інтонацією. Зробіть висновок, покликаючись на останнє речення.

*Чи легко ви знаходите спільну мову з іншими людьми? Чи вмієте вести себе люб’язно з людьми, які не викликають вашої симпатії? Чи можете проігнорувати чужими турботами, вислухати людей? Чи вмієте приховувати драгування або погані настрої?*

*Усі ці якості потрібні представникам тих професій, які потребують постійного спілкування з людьми (юристу, лікарю, учителю, журналісту, психологу, економісту та ін.).*

*Обираючи свою майбутню спеціальність, ви повинні не тільки думати про те, чого ви повинні навчитися, але і які риси характеру вам доведеться формувати.*

**52.** Вправа „Самоаналіз”. Заповніть графі анкети, об’єктивно оцінюючи себе та зазначаючи свої *сильні й слабкі* сторони

Мені добре вдається .....

Мені погано вдається.....

Мені не подобається.....

Мені цікаво.....

Я пишаюся.....

Я хотів би бути більш.....

Я хотів би бути менш.....

Я хотів би, щоб мені краще вдавалося.....

Найбільшим стимулом для мене є.....

Моє хобі – це.....

## ЦІКАВО ПРО МОВУ Й РИТОРИКУ

Відповідно до даних Національної академії України, сучасна українська мова містить приблизно 256 тис. слів. За лексичним складом українська мова є найбільш спорідненою з білоруською – 84% спільної лексики, із польською і сербською – 70% і 68% відповідно спільних слів, а з російською – 62%.

Словниковий запас звичайної людини в середньому за життя становить 4 – 5 тис. слів.

448 р. візантійський історик Пріск Панійський, перебуваючи в таборі гунського володаря Аттіли на території сучасної України, записав слова *мед* і *страва*. Це була перша згадка українських слів.

Українська мова має напівофіційний статус в окрузі Кук штату Іллінойс США. До складу округу входить місто Чикаго разом з передмістями, де існує велика українська спільнота.

У 1918 – 1920 рр. українська мова була офіційною мовою Кубанської Народної Республіки.

Перший український „Буквар” видав у 1574 році у Львові першодрукар Іван Федоров.

Найбільше перекладів серед українських творів має „Заповіт” Тараса Шевченка. Його переклали 147 мовами народів світу.

У місті Переяслав-Хмельницький відкрито музей „Заповіту” Тараса Шевченка.

Найстарішою українською піснею вважають баладу „Дунаю, Дунаю, чому смутен течеш?”

Найуживанішою буквою в українському алфавіті є літера „п”, саме з неї починається найбільша кількість слів. Натомість найменш уживана – буква „ф”, її вживають переважно в запозичених словах.

На відміну від решти східнослов'янських мов, іменник в українській мові має 7 відмінків.

Найдовше слово в українській мові складається з 30 літер: „дихлордифенілтрихлорметилметан” (це хімікат для боротьби зі шкідниками).

Однією з „родзинок” української мови є те, що вона багата на зменшувальні форми. Навіть слово „вороги” має зменшено-пестливу форму, яка вжита в гімні України: „...згинуть наші вороженьки, як роса на сонці”.

У нашій мові є особливі слова – паліндроми. Це так звані „дзеркальні” фрази або слова, їх можна читати як зліва направо, так і справа наліво: „Я несу гусеня” або ж „ротатор”.

\*\*\*

У середині 17 ст. Іоанікій Галятовський уперше створив курс риторики українською мовою, орієнтований на укладання церковних проповідей-трактатів.

Страх публічного виступу стоїть на другому місці після страху смерті, який є базовим і найсильнішим серед усіх страхів.

Монотонність є одним з найбільших ворогів оратора, і навпаки, управління інтонацією є одним з найсильніших союзників того, хто виступає.

Демосфен на своїх перших промовах був неодноразово осміяний публікою. Вісім років він працював над собою – виходив до моря й декламував, намагаючись перекричати шум хвиль, виступав перед дзеркалом, закладаючи при цьому в рот камінці; щоб позбутися нервового смикання плеча, вішав над ним меч і так тренувався у виступах.

Наполеон під час свого першого виступу в парламенті Франції втратив свідомість, хоча зараз його вважають одним з найбільш успішних ораторів в історії.

Джон Кеннеді, будучи одним з найуспішніших ораторів серед американських президентів, нічого не міг вдіяти з тремтінням у колінах під час публічних виступів.

Мартін Лютер Кінг 28 серпня 1963 року проголосив промову під заголовком „У мене є мрія”, яку вважають одним з найбільш успішних публічних виступів 20 століття.

## ЛІТЕРАТУРА ДО КУРСУ

1. Абрамович С. Д., Чікарькова М. Ю. Риторика : навч. посіб. Львів : Світ, 2001. 240 с.
2. Абрамович С. Д., Чікарькова М. Ю. Мовленнєва комунікація : підручник. Київ : Видав. дім Дмитра Бурого, 2013. 460 с.
3. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Академія, 2009. 375 с.
4. Вандишев В. М. Риторика: екскурс в історію вчень і понять : навч. посіб. Київ : Кондор, 2003. 264 с.
5. Голуб Н. Б. Риторика у вищій школі : монографія. Черкаси : Брама-Україна, 2008. 400 с.
6. Голуб Н. Б. Самостійна робота студентів з риторики : навч.-метод. посіб. Черкаси : Брама-Україна, 2008. 232 с.
7. Грицасенко Л. М. Основи красномовства : навч. посіб. Вид. 2-ге, доп. Київ : Видав. дім Дмитра Бурого, 2018. 260 с.
8. Гриценко Т. Б., Гриценко С. П., Іщенко Т. Д., Мельничук Т. Ф., Чуприк Н. В., Анохіна Л. П. Етика ділового спілкування : навч. посіб. Київ : Центр учб. л-ри, 2007. 344 с.
9. Дехтярьова К. В. Основи теорії мовної комунікації : навч.-метод. посіб. для студ. ф-ту філології та журналістики напряму підготовки 6.020303 „Філологія. Українська мова і література”. Полтава, 2012. 72 с.
10. Єлісовенко Ю. П. Ораторське мистецтво: постановка голосу й мови. Київ : Агіка, 2008. 204 с.
11. Каньоса П. С. Риторика : навч.-метод. посіб. Кам'янець-Подільський : Видавець ПП Зволейко Д. Г, 2016. 131 с.
12. Кацавець Р. С. Ораторське мистецтво : підручник. Київ : Алерта, 2018. 216 с.
13. Коваленко Сергій. Сучасна риторика : навч.-практ. посіб. Тернопіль : Мандрівець, 2007. 184 с.
14. Колотілова Н. А. Риторика : навч. посіб. Київ : Центр учб. л-ри, 2007. 232 с.
15. Корольов І. Р., Письменна Ю. О., Рожченко З. В. Основи лінгвістичних знань : навч. посіб. / за ред. І. О. Голубовської. Київ : ВПЦ „Київський університет”, 2013. 287 с.



16. Косенко Ю. В. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. Суми : Сумський держ. ун-т, 2011. 187 с.
17. Кочерган Михайло. Вступ до мовознавства : підручник. Київ : Академія, 2014. 304 с.
18. Куньч З. Українська риторика: історія становлення і розвитку : навч. посіб. Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2011. 248 с.
19. Кучерук О. А., Голуб Н. Б., Горошкіна О. М., Караман С. О., Караман О. В., Климова К. Я., ... Маліновська Т. В. Педагогічна риторика: історія, теорія, практика : монографія / за ред. О. А. Кучерук. Київ : КНТ, 2016. 258 с.
20. Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. 2-е вид., стер. Київ : Вища шк., 2006. 311 с.
21. Микитюк М. В. Факультативний курс з української мови. Риторика. Харків : Вид. група „Основа”: ПП „Тріада+”, 2007. 192 с.
22. Новий тлумачний словник української мови : у 3-х т. / укл. В. В. Яременко, О. М. Сліпущко. 2-е вид., випр. Київ : Аконіт, 2004. Т. 1. 926 с.
23. Новий український тлумачний словник. Близько 20 000 слів і словосполучень / уклад. Н. Д. Кусайкіна, Ю. С. Цибульник; за заг. ред. д-ра філол. наук, проф. В. В. Дубічинського. Харків : Книжковий Клуб „Клуб Сімейного Дозвілля”, 2008. 608 с.
24. Онуфрієнко Г. С. Риторика : навч. посіб. Київ : Центр учб. л-ри, 2018. 588 с.
25. Онуфрієнко Г. С. Науковий стиль української мови : навч. посіб. Київ : Центр навч. л-ри, 2006. 312 с.
26. Пинтосевич І. Уверенность в себе и ораторское мастерство. Киев, 2012. 262 с.
27. Погосова В. В., Лобунько Л. Н. К вопросу о паралингвистических средствах в языковой коммуникации. *Сопоставительное изучение языков и культур*. Ставрополь, 2000. С. 231 – 236.

28. Пономарів Олександр. Культура слова: мовностилістичні поради. 4-те вид., доп. Київ : Либідь, 2011. 272 с.
29. Сагач Г. М. Ділова риторика: Мистецтво риторичної комунікації : навч. посіб. Київ : Зоря, 2003. 255 с.
30. Сагач Галина. Риторика : монографія. Вид. 2-ге, переробл. і доп. Київ : Видав. дім „Ін Юре”, 2000. 565 с.
31. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації : підручник. Черкаси : Вид-во Чабаненко Ю. А., 2011. 350 с.
32. Сопер П. Л. Основы искусства речи. Москва : Феникс, 2006. 448 с.
33. Спанатій Л. С. Риторика : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ : Видавничий Дім „Ін Юре”, 2008. 144 с.
34. Требін М. П., Клімова Г. П., Осипова Н. П., Васильєв Г. Ю., Воднік В. Д., Волянська О. В., ... Сахань О. М. Ораторське мистецтво : підручник. 2-е вид. Харків : Право, 2015. 208 с.
35. Хміль Ф. І. Ділове спілкування : навч. посіб. Київ : Академвидав, 2004. 280 с.
36. Хоменко І. В. Еристика: мистецтво полеміки. Київ : Юрінком Інтер, 2001. 192 с.
37. Чибісова Н. Г., Тарасова О. І. Риторика : навч. посіб. Київ : Центр навч. л-ри, 2003. 228 с.
38. Чмут Т. К., Чайка Г. Л., Лукашевич М. П., Осечинська І. Б. Курс лекцій. 2-ге вид., стер. Київ : МАУП, 2003. 208 с.
39. Шевчук С. В. Українська мова за професійним спілкуванням : підручник. 2-е вид., випр. і доп. Київ : Алерта, 2012. 696 с.
40. Якобсон Р. О. Лингвистика и поэты. *Структурализм „за” и „против”* : сб. ст. Москва : Прогресс, 1975. С. 193 – 230.
41. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації : навч. посіб. Київ : Академія, 2010. 312 с.

## ЗМІСТ

<b>Передмова</b>	<b>3</b>
<b>МОДУЛЬ 1. ТЕОРІЯ Й ПРАКТИКА УСНОЇ Й ПИСЬМОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ</b>	<b>6</b>
Опорні конспекти лекцій	
Лекція 1	6
Лекція 2	17
Лекція 3	26
Лекція 4	34
Плани практичних занять	46
КСР	62
<b>МОДУЛЬ 2. АКАДЕМІЧНА РИТОРИКА</b>	<b>63</b>
Опорні конспекти лекцій	
Лекція 1	63
Лекція 2	75
Лекція 3	87
Лекція 4	100
Плани практичних занять	114
КСР	128
Тестові завдання для самоконтролю	135
Теоретичні та практичні завдання для індивідуальної роботи студента	145
Цікаво про мову й риторику	158
<b>ЛІТЕРАТУРА ДО КУРСУ</b>	<b>160</b>

Навчально-методичне видання

**БЕЗГОДОВА Надія Семенівна**  
**ВОЛОШИНОВА Марина Олексіївна**  
**НІКОЛАСНКО Ірина Олександрівна**

Навчальний посібник  
для студентів закладів вищої освіти

За редакцією авторів

---

Підп. до друку 26.03.2021 р.  
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.  
Друк ризографічний. Ум. друк. арк. 9,5.  
Наклад 80 прим. Зам. № 8

---

***Видавець і виготовлювач***  
**Видавництво ДЗ „Луганський національний університет**  
**імені Тараса Шевченка”**

пл. Гоголя, 1, м. Старобільськ, 92703. Т/ф: (06461) 2-26-70.

*Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3459 від*  
*09.04.2009 р.*