



УНІВЕРСИТЕТ імені АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

І.В. Гаркуша

**РИТОРИЧНА КУЛЬТУРА
МОВЛЕННЯ СУЧАСНОГО
ФАХІВЦЯ-ПСИХОЛОГА**

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

Дніпро
2019

Рецензенти:

І.Г. Батраченко, доктор психологічних наук, доцент
Університет імені Альфреда Нобеля

М.В. Бутиріна, доктор наук з соціальних комунікацій, професор
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Г 20

Гаркуша І.В.

Риторична культура мовлення сучасного фахівця-психолога: навчальний посібник / І.В. Гаркуша. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2019. – с.

ISBN

У посібнику викладено базові засади сучасної риторики та ораторського красномовства з позицій теорії спілкування і комунікації, вербальних мовленевих і психосемантичних невербальних засобів, новітніх уявлень про грамотні наукові тексти, усталеної на сьогодні риторичної культури.

Містить практичні завдання та психологічні тести, спрямовані на розвиток і закріплення ораторських навичок.

Посібник призначено для студентів, які навчаються за спеціальністю 053 «Психологія». Також матеріали посібника допоможуть усім, хто прагне навчитися гарно говорити, успішно спілкуватися та набути іміджу інтелігентної людини і компетентного фахівця.

Посібник має стати корисним не тільки для студентів-психологів, що опановують інтерпретаційні техніки проективних тестів, а й для всіх, хто зацікавлений в особистісному розвитку.

УДК

ISBN

© Гаркуша І.В., 2019

© Університет імені Альфреда Нобеля,
оформлення, 2013

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	5
-----------------------	----------

РОЗДІЛ 1. РИТОРИКА ЯК НАУКА І МИСТЕЦТВО	8
--	----------

1.1. Виникнення і розвиток риторики.....	8
1.2. Українська риторична школа. Мета і завдання сучасної риторики.....	18
1.3. Неориторичний підхід до культури мовлення психологів.....	22
1.4. Професійні та особистісні якості психолога.....	28
Контрольні питання і завдання	31

РОЗДІЛ 2. КУЛЬТУРА І ТЕХНІКА МОВЛЕННЯ ПСИХОЛОГА	32
---	-----------

2.1. Професійна мова і мовлення – основа ефективного спілкування психолога.....	32
2.2. Риторична культура мовлення в системі комунікативної компетентності майбутнього фахівця з психології.....	50
2.3. Мовний етикет.....	57
2.4. Техніка мовлення психолога	59
2.5. Інтонаційна виразність мовлення психолога	63
Контрольні питання і завдання	65

РОЗДІЛ 3. СПІЛКУВАННЯ ПСИХОЛОГА	
--	--

ТА ВМІННЯ СЛУХАТИ	67
3.1. Моделювання психологом усного мовлення	67
3.2. Переконавання й навіювання спілкуванні психолога	73
3.3. Уміння слухати у професійній діловій комунікації.....	80
3.4. Зворотний зв'язок у професійній комунікації.....	85
Контрольні питання і завдання	89

РОЗДІЛ 4. ОСНОВИ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ ФАХІВЦЯ	90
4.1. Культура ділового спілкування. Правила культурного спілкування	90
4.2. Телефонна розмова. Наради та їх проведення.....	94
4.3. Спілкування в кризових ситуаціях.....	98
4.4. Риторика влади.....	102
<i>Контрольні питання і завдання</i>	<i>107</i>
ПРАКТИКУМ.....	109
ТЕСТИ.....	121
ЛІТЕРАТУРА.....	142

ПЕРЕДМОВА

Професійна діяльність психолога передбачає постійну комунікацію, взаємодію, тому сформована риторична культура значною мірою визначає характер цієї діяльності, уможливорює подальше професійне зростання та самореалізацію спеціаліста. Сучасний психолог має бути не тільки спеціалістом вузького профілю, але й висококультурною, духовно багатою, інтелегентною людиною, яка має глибокі знання та, відповідно, вміє аналізувати окремі факти, співвідносити їх і подавати інформацію у цілісному образі, критично мислити. Мистецтво ефективної усної переконувальної комунікації, безумовно, становить фундамент професіоналізму психолога. Психологія вивчає почуттєво-емоційну сферу життєдіяльності людини, сферу підсвідомого і закони, які нею управляють; риторика виявляє інтерес лише до тієї чуттєво-емоційної сторони, яка активно впливає на сферу вербального мислення і від управління якою значною мірою залежить ефективність мисленнєво-мовленнєвої переконувальної діяльності.

На сьогодні украй актуальним є моральний аспект сучасної риторики:

- навчати прийомів риторичного «самозахисту»;
- активно протистояти руйнівному впливу агресивного, бездуховного слова, а також аморального оратора;
- сприяти вихованню в суспільстві якомога більшої кількості риторично освічених людей.

Риторика в різні часи у різних народів була неодмінною частиною освіти. З моменту свого виникнення риторика не була спрямована на масовий «продукт», а орієнтована на формування особистості. Наставники-ритори виробили певний комплекс умов, набір характерних рис майбутнього оратора: особливий тип мислення, якість мови та мовлення, культура спілкування, фізіологічні обмеження та протипоказання, моральні та етичні якості, яких необхідно неухильно дотримуватися. Ці правила були сформульовані у зв'язку з величезною відповідальністю перед суспільством, усвідомленням можливості завдати невинної шкоди суспільству, якщо слово, зброя оратора, потрапить у непрофесійні, «нечисті», недостойні руки.

Наразі комунікативні навички сучасного психолога, психолога-викладача, консультанта, психотерапевта виступають одним з найважливіших детермінуючих факторів успішності їхньої професійної діяльності.

Психолог повинен вміти слухати, сприймати мовленнєві варіації. Недостатня мовна культура помітно знижує рейтинг, може негативно позначитися на кар'єрі. Сучасний психолог має володіти не тільки мистецтвом ефективної усної переконувальної комунікації, а й вміннями написання якісної наукової роботи. Створення наукових праць з психології є невід'ємною складовою професійної діяльності багатьох психологів у системі освіти, сфері медицини, у військових і юридичних установах, бізнесі, на виробництві. Звідси й коло питань, які цікавлять психологів: як побудувати текст, щоб він був сучасним і водночас відповідав вимогам наукового стилю.

Для того щоб майбутній психолог умів працювати, спілкуватися публічно, він повинен мати не тільки певну загальнокультурну, освітньо-професійну підготовку, відповідні психофізіологічні риси, але й необхідний рівень риторичної культури, що включає в себе знання, уміння й навички змістової та мовно-культурної підготовки, керування власною поведінкою, застосування різних засобів підвищення ефективності спілкування, урахування специфіки різних форм ораторства, деякі інші професійні навички. Це вимагає залучення сучасної риторичної науки, яка сприяє розвитку культури мислення (ерудичії, оперативності, відкритості, самостійності, самокритичності), культури мовлення (відповідності мовлення нормам літературної мови, ясності, стислості, доцільності, правильності дикції та інтонації), культури поведінки (ввічливості, тактовності, поваги до співрозмовників тощо).

Посібник укладено відповідно до рівня підготовки студентів гуманітарних спеціальностей. Модульна структура видання дозволяє застосовувати інтегративний підхід при вивченні різних аспектів риторичної культури психологів. Посібник можна використовувати як базовий під час вивчення окремого курсу або частково запозичувати його модулі для інших навчальних дисциплін.

Посібник містить контрольні питання, вправи, завдання, необхідні для вивчення студентами своїх індивідуальних можливостей, що сприятиме цілеспрямованому виробленню риторичних умінь, навичок, основну та додаткову літературу, яка може допомогти у творчому засвоєнні конкретних тем.

Практичний курс спрямовано на формування таких основних умінь і навичок:

- вибір теми виступу;
- добір необхідної літератури;
- раціональне опрацювання тексту (план, тези, конспект, реферат);
- володіння технікою і культурою мовлення;
- дотримання культури переконувальної комунікації (спір, полеміка, дискусія) та законів аргументації;
- встановлення контакту з аудиторією;
- вироблення індивідуального ораторського стилю.

Результатом сформованості в майбутніх психологів риторичної культури є розвинені вміння слухати і чути співбесідника, ставити питання різних типів у коректній формі, вставляти репліки, вступати у розмову, доповнюючи й розвиваючи тему бесіди або аргументовано заперечуючи сутність предмета; здатність брати участь у суперечках з проблеми, в якій той, хто говорить, є компетентним, ясно й лаконічно, в гарній літературній формі викладати свої думки у вигляді суворо регламентованого виступу; уміння вести дискусії, додержуючись усіх логічних, етико-психологічних законів і правил, послідовно й доказово відстоювати переконання; виголошувати яскраві й переконливі публічні промови на будь-яку тему, починаючи з тем соціально-побутового характеру, закінчуючи суспільно-політичними; здатність вільно викладати у вигляді листа, статті, есе тощо власні думки, переконання, співвідносячи стиль і форму з обраним жанром.

Які ж проблеми постають сьогодні під час оволодіння ораторською майстерністю? Головне – вчитися не тільки на досвіді й помилках минулого, але й просто навчатись ораторської майстерності. При цьому недоліки оратора-початківця можна класифікувати так: має неглибоке уявлення про ситуацію; поверхово знає зміст матеріалу, з яким виступає; не вміє налагодити контакт з колегами та клієнтами; неспроможний донести свої ідеї і факти; нездатний «запалити» слухачів; забагато користується написаним текстом; не вміє поводитися за трибуною; має слабкий, нетренований голос; формально ставиться до слухачів та клієнтів тощо. Тому закони риторики мають стати у пригоді майбутнім психологам не лише при опануванні правил ефективної усної переконувальної комунікації, а й для досягнення майстерності у створенні численних наукових праць.

РОЗДІЛ 1

РИТОРИКА ЯК НАУКА І МИСТЕЦТВО

1.1. Виникнення і розвиток риторики

Вивчаючи, аналізуючи досвід комунікативної діяльності, ораторське мистецтво часів античності, можна збагатити власний досвід. Оволодіння прийомami красномовства сприятиме підвищенню професійної майстерності спеціалістів різних сфер діяльності, зокрема сучасних психологів.

Риторика (від грец. $\rho\eta\tau\omicron\rho\iota\kappa\eta\ \tau\epsilon\chi\nu\eta$ – ораторське мистецтво) – теорія ораторського мистецтва; наука красномовства; наука про закони управління мисленнево-мовленнєвою діяльністю.

Риторика – технологія переконуючої комунікації. Це набір прийомів, порад, рекомендацій щодо вдосконалення вміння переконувати інших.

На землі Еллади народилося переконання, що риторика (від грец. «ритор» – оратор і вчитель красномовства у Стародавньому Римі та Стародавній Греції) – наука красномовства [24]. Там вона вважалася «царицею всіх мистецтв» через сильний вплив як на вирішення державних справ, так і на розум, почуття людей і громадську думку.

Красномовство – здатність, уміння говорити красиво, переконливо; ораторський талант; вправне мовлення, побудоване на ораторських прийомах; ораторське мистецтво, риторика.

Зародження риторики пов'язують із греко-римською цивілізацією, хоча корені її сягають значно глибше.

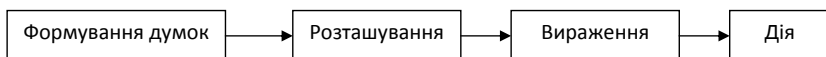
Існує безліч визначень риторики. Однак всі їх можна об'єднати у дві групи, залежно від основної традиції, що обумовлювала дефініювання цього поняття.

Перша традиція найбільш яскраво репрезентована у творчості давньогрецького філософа Аристотеля (IV ст. до н. е.). У її межах риторика визначається як «мистецтво переконання». Відповідно до цієї традиції головне завдання оратора – переконувати аудиторію.

Друга традиція представлена концепцією давньоримського ратора Квінтіліана (I ст. н. е.). Відповідно до неї риторика визначається як «мистецтво говорити витончено». Згідно з цією традицією завдання оратора – досягти краси, вишуканості, витонченості у висловленні думки. Переконавання ж виступає як можлива, проте далеко не головна мета оратора (цит. за Лебедєвим [35]).

У V ст. до н. е. формується культура монологічної мови, завданням якої вважалося роз'яснення, спонукання (до мислення, рішень, дій), надання задоволення. При цьому «тішення слухачів» новою і сміливою думкою, високими і шляхетними почуттями вважалося найважливішим завданням оратора. Вираз «*vox populi*» (лат. «голос народу») у Давньому Римі відображав шанобливе ставлення до громадської думки. Антична риторика накопичила значний арсенал різноманітних прийомів та засобів переконання. Вагомим внеском у риторику стали розроблені Аристотелем три види засобів переконання: логічні докази, моральні докази (довіра до оратора) та емоційні впливи [4].

Аристотель подав риторику крізь призму логіки, вказав на принципи, якими має керуватись оратор (правові, професійні, морально-етичні), зосередив увагу на особистісних якостях промовця (знання, порядність), виклав теоретичні засади ораторського мистецтва, розглядаючи мову, стиль і структуру публічної промови. Структура, яка існувала у перших античних риторів, відрізнялася від тієї, що дійшла до наших днів. Спочатку вона мала чотири складові:



Перевага стилю, на думку Аристотеля, полягає в якості промови. Стиль не має бути ні занадто низьким, ні занадто високим, головне, щоб він відповідав предмету мовлення. Філософ розглянув три види промов: дорадчі, або політичні, епідейктичні, або урочисті, та судові.

Аристотель вважав, що дорадчі промови покликані «схиляти чи відхиляти», судові – «звинувачувати чи виправдовувати», епідейктичні – «хвалити чи гудити». Кожна промова, на думку автора, віддає перевагу тому чи іншому прийому зображення. Так, в епідейктичних творах часто використовують перебільшення, у дорадчих – приклади, у судових – висновки. У промові філософ виділяє чотири частини: передмову, розповідь, докази, висновки. Таким чином, теорія ораторського мистецтва Аристотеля визначила напрями розвитку риторики та на багато століть установила загальні закони красномовства.

Ядром античної риторики став класичний риторичний канон, який описував шлях від думки до слова, що був поданий як послідовність п'яти етапів (рис. 1.1).

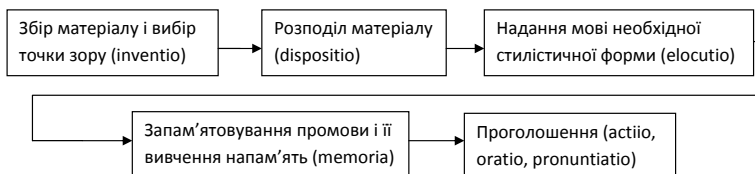


Рис. 1.1. Стадії риторичного акту

Розроблений Аристотелем канон передбачав відповіді на запитання: що сказати? де сказати? як сказати? Послідовність етапів відповідала особливостям перебігу мовно-мисленнєвої діяльності людини, яка здійснювала публічну комунікацію:

1. Inventio – винахід (інвенція) – етап створення змісту майбутньої промови.

2. Dispositio – розташування (диспозиція) – етап створення образу майбутньої промови, її композиції.

3. Elocutio – словесне вираження (елокуція) – етап роботи над словесною оболонкою майбутньої промови.

4. Memorio – запам'ятовування (меморія) – етап запам'ятовування основних положень майбутньої промови і послідовності їх викладу.

5. Actio – проголошення – етап презентації промови слухачам (цит. за Медведєвою [23]).

Риторичний канон свідчить про те, що риторику зазвичай цікавили процеси породження мовлення. Спираючись на структуру риторичного канону, можемо чітко виокремити тут докомунікативну та комунікативну фази формування промови. Перша фаза співвідноситься з внутрішнім мовленням, а друга – із зовнішнім (табл. 1.1). Наприклад, у рекламній практиці означене розшарування стосується різних фаз втілення технології створення рекламного звернення.

Таблиця 1.1

Структура риторичного канону

Докомунікативна фаза		Комунікативна фаза	
Інвенція	Диспозиція	Елокуція	Акція
Що сказати?	Відповідно до якого порядку сказати?	Як сказати?	
Внутрішнє мовлення		Зовнішнє мовлення	

Усі етапи риторичного канону працюють на «переконання» лише в системі, тобто за умов єдності взаємопов'язаних і взаємообумовлених структурних елементів.

Як наукова дисципліна риторика також має свої наукові категорії – пафосу, етосу, логосу. Призначення риторики реалізується через означені категорії (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Складові риторичного тексту, за Аристотелем

Етос являє собою умови мовлення, певні конвенції, на засадах яких ритору дозволено діяти. Етосом передбачається реалізація моральної позиції комуніканта, який своєю промовою здатний вплинути на реципієнта, ініціювати у нього певні реакції когнітивного й поведінкового планів. Відомо, що, розвиваючи засади античної риторики, Феопан Прокопович подавав етос риторики як види чеснот: мудрість, справедливість, добрість, поміркованість. Кожна з цих чеснот описувалася як комплекс рис промовця, правил поведінки і дій, які мають вести до вдосконалення моралі й етики особистості [4].

Умови, передбачені етосом, стосуються часу, місця, каналу мовлення, визначають частину змісту промови, її тему, яку реципієнт може вважати доречною або недоречною. На нашу думку, етос як риторична категорія співвідноситься з референтною функцією комунікації.

Пафос – це задум риторичного повідомлення. Через пафос вносяться елементи новизни у тему й форму промови. З позиції загальних цілей і завдань комунікації за допомогою пафосу ритор створює думку-воління аудиторії, яка уможливорює певні реакції та дії.

Пафос ритора орієнтований на аудиторію, що являє собою не просто скупчення, але спільноту людей, яка організовується словом. Як зазначає О.О. Волков, підставою для організації аудиторії можуть бути духовно-моральні цінності або матеріально-практичні інтереси. Співтовариство, об'єднане духовно-моральними цінностями, називається собором, а спільнота, об'єднана матеріально-практичними інтересами, виступає як зборище [25].

Можна стверджувати, що категорією пафосу позначається емотивна функція у комунікації, тобто функція висловлення волі й почуттів комуніканта.

Логос – це думка, яка передається промовою. Логосом вважають систему доцільних засобів вираження задуму промови і їх реалізацію у формі, прийнятній і переконливій для аудиторії. Логос є вторинною знаковою системою, за допомогою якої моделюється висловлювання, відбувається процес кодування повідомлення. У системі комунікації логос виконує металінгвістичну функцію.

Узагальнюючи функції риторичних категорій, Ю.В. Рождественський зазначає: «Етос реалізується у законах і правилах, таких як етикет, регламент зборів, процесуальний кодекс (у суді), цензурні правила тощо, пафос реалізується під впливом потреби у здійсненні спільної діяльності; логос реалізується у формуванні загальних місць через діалог: найширших (мораль) і найвужчих (сімейна традиція чи напрям діяльності конкретної організації)» [27].

У риториці логос називають також критерієм істинності, етос – критерієм щирості, пафос – критерієм відповідності мовної поведінки.

Риторичний канон, а також риторичні категорії пафосу, етосу і логосу виступають методологічним підґрунтям низки сучасних риторичних концепцій.

Античних часів сягають також витoki негативних значень слова «риторика». Гіперболізуючи роль вербальних стимулів, наставники у деяких давньогрецьких школах красномовства трактували риторику як мистецтво словесних пишнот і декорів. Занедбання філософсько-духовного начала, посилення сервілістичних та формальних тенденцій, надуживання словесними прийомами коштували риториці суттєвих втрат престижу. Як зазначає Л. Павлюк, «Платон навіть вважав за можливе писати про риторику... як «псевдонауку», «ремесло кухарів», «косметичний засіб». Спадщиною риторики, породженої егоцентричними настановами мовців, залишається пейоративний компонент її семантики – «марнослів'я», «балаканина», «зовнішньо красива, але беззмістовна мова». У такому значенні, пов'язаному з порушенням ідеалу правдивості, слово виступає як негативна характеристика мови та публічного діяча («це все лише риторика», «фальшива риторика»)» (цит. за Паламар [4]). Проте Аристотель покладав відповідальність за невинправдані використання риторичної зброї не на професійний цех загалом, а на окремих його представників. На його думку, риторика – це «двосічний меч», мистецтво обґрунтовування протилежності. Від особистості ритора залежить, яким етичним змістом буде наповнений і якій меті підпорядковуватиметься арсенал формальних прийомів – «техне».

Особливу роль у зазначений період відіграли софісти (грец. – знавець, мудрець) – давньогрецькі філософи, фахівці у навчанні мудрості і красномовства, платні вчителі філософії, математики, міфології, поетики, етики, політики й особливо риторики. Вони вчили виголошувати промови на певні теми, вели бесіди з питань політики, красномовства, під час яких уперше почали опрацьовувати питання стилю і сприяли розвитку граматики [24].

Філософ-софіст Протагор (V ст. до н. е.) одним із перших застосував діалогічну форму викладу думок і класифікував висловлювання на питання, відповіді, накази і прохання. Спочатку софісти вчили правил логічного мовлення, прийомів доведення і спростування, але дуже скоро відійшли від цього. Головною ознакою їх промов стало застосування різного роду словесних і логічних вивертів, за допомогою яких можна добитися перемоги над супротивником. Це викликало критику на адресу софіс-

тів з боку інших риторичних течій, проте софістика активно сприяла розвитку риторики та піднесенню престижу освіченості. Саме тут створювалася особлива атмосфера для розквіту красномовства. Оскільки верховним органом у таких містах були народні збори, до яких політичний діяч звертався безпосередньо, тому щоб залучити на свій бік народ (демос), виникала потреба презентувати свої ідеї якнайкраще. Саме з цього часу в Елладі з'явилися нові професії: ритор – учитель красномовства, логограф – укладач промов.

Одним із провідних софістів вважають Горгія (485–380 рр. до н. е.) – творця грецької художньої прози. Саме він звернув увагу на звукову організацію словесних прийомів, які використовувалися в молитвах і поезії, та переніс їх у свої твори. Ним була розроблена методика впливу на слухачів засобами слова, завдяки застосуванню таких прийомів (горгіївські фігури), як алітерація, асонанс, повтори, антитези, паралелізми, що створюють виражальний ефект.

Подальший розвиток античного красномовства пов'язаний з іменем Ісократ (436–338 рр. до н. е.). Він організував в Афінах школу для підготовки ораторів, де навчалися майбутні політичні діячі, історики, полководці. Саме у своїй школі Ісократ уперше запропонував практичні заняття з риторики, акцентував увагу на похвальних промовах, прийомах створення похвали. Він, зокрема, радив перебільшувати заслуги і чесноти людини, на честь якої писався твір, а все непристойне випускати. Методи похвали, розроблені Ісократом, пізніше втілювалися в життях святих та урочистих біографіях; сьогодні їх використовують журналісти та іміджмейкери.

Античний філософ-ідеаліст Сократ (469–399 рр. до н. е.) був творцем евристичного методу, поширював своє філософське вчення у формі діалогу (евристичної бесіди). Цей так званий сократичний метод змушував слухачів спільно шукати правильні відповіді, розвивати свою мову та самодіяльність. У спільних пошуках істини зі своїми учнями Сократ виходив зі знаменитого положення: «Я знаю тільки те, що я нічого не знаю». Загальновідомим став його вислів: «Заговори, щоб я тебе побачив». Він поділяв свій метод на дві частини: іронію (заперечну частину спільного дослідження, виявлення суперечностей у міркуваннях учнів, переконання в помилці) і маевтику (частину позитивну, відшукування істини). У побудованих за цим методом бесідах Сократ часто починав з конкретних предметів і явищ, добре знайомих співрозмовнику, від яких переходив до висновку. З цього методу згодом розвинувся «метод навідних питань», або «евристичний метод», під час якого учень, відповідаючи на низку поставлених учителем запитань, що апелюють до запасу уявлень учня, поступово підводиться вчителем до бажаного висновку, а від нього – до іншого.

Творець ідеалістичної філософії Платон (427–347 рр. до н. е.) поглибив учення Сократа у своїх працях «Протагор», «Софіст», «Федр» та ін. На думку Платона, кожен оратор повинен виробити в собі дві риси: 1) уміти все розділити на частини; 2) уміти все узагальнити і підпорядкувати одній

ідеї. Платон ставив вимоги й до розміру та побудови промови. Він наголошував, що все у промові має бути гармонійно поєднане, «всяка розмова має бути сформована, як жива істота, – у неї має бути тіло з головою й ногами, до того ж тулуб і кінцівки мають пасувати одне одному і відповідати цілому» (цит. за Сагач [29]).

Слова мислителя Демокрита (460–370 рр. до н. е.) про те, що «ні мистецтво, ні мудрість не можуть бути досягнуті, якщо їх не вчити» (цит. за Піскуновим [26]), цілком справедливі й щодо ораторського мистецтва. Він наголошував, що у процесі навчання слід прагнути не до багатознайства, а до оволодіння мудрістю, яка допоможе добре мислити, добре говорити, добре діяти.

Розвиток риторики Стародавньої Греції пов'язаний з іменами Демосфена, Цицерона, Аристотеля, Квінтіліана та інших. Вони володіли правилами і формами усного мовлення, знали закони логіки, вміли вселити думки й почуття слухачам. У ті часи постійно виникали словесні баталії у спритності й дотепності, віртуозності й умінні спілкуватися з людьми. У цих змаганнях були свої переможці та переможені.

Так, Демосфен (384–322 рр. до н. е.) – **найвидатніший майстер ораторського мистецтва – умів майстерно драматизувати свою промову**, використовуючи риторичні запитання, на які відразу ж сам відповідав. Демосфен був автором 61 тексту промов, 56 вступів до промов. Деякі його промови, наприклад «Про злочинне посольство», «За Ксенофонта», склалися зі 100 і більше сторінок. Це говорить про те, що виступи красномовця тривали кілька годин. Урочиста ораторська промова ставала видовищем, тому що використовувалася різноманітна жестикуляція, ораторська поза, модуляції голосу і багато чого іншого, що збуджувало слухачів.

Виходячи із сучасних поглядів, у промовах Демосфена використовувалися різні складові комунікативності ораторів [31]:

– *пізнавальні риси* – різноманітний фактичний матеріал, особисті спостереження, характерні деталі. Наприклад, його знамениті «філіпіки» спрямовані на підбурювання людей дати відсіч ворогу – македонському царю Філіпу II. **В одному з них Демосфен говорив: «Отже, насамперед випливає, громадяни афіняни (пряме звернення), не падати духом, дивлячись на теперішній стан, яким би поганим він не уявлявся».** Його послідовна позиція з цього питання гідна подвійної поваги, тому що після захоплення Греції цим царем Демосфен добровільно пішов з життя (отруївся);

– *численні експресивні риси* – іронія над людьми-невдахами, використання риторичних запитань (наприклад, «До чого це я говорю?» – «Для того, щоб...» чи «Що ж саме?» – і знову відповідь). Іноді він залишав запитання без відповіді – нехай думають слухачі, вдавався до драматизації промов, читання віршів, вигуків («Добре!», «Відмінно!») чи заперечень (наприклад, «Чому я так говорю? Тому що я...»). За допомогою категоричних форм він привертав до своєї промови особливу увагу: «Ні, це не так, це рішуче не так!». Іноді він вигукував: «Хто б міг подумати, що це

станеться!» або «А після цього всього ви ще запитуєте, чому державні справи у такому занепаді!?!», «Ні, ніколи!», «Але це не так, так, не так!» – подвійне заперечення. Особливо сильними були його клятви: «Клянуся богами, я висловлю вам відверто всю правду і нічого не приховую!». Іноді він закликав до колективних клятв: «Клянемося Зевсом!» і т. д. Його виклад був ясний, фрази у промовах, як правило, короткі. Порівняння й метафори посилювали враження від його виступів;

– *управлінські риси* – вплив на людей у ролі моралізатора, суспільного судді і політичного лідера, спритного полеміста та глибокого психолога, який вмів у будь-якій ситуації змусити себе слухати і вислухати до кінця. Демосфен не залишав без відповіді жодної з реплік на свою адресу, не губився, коли кипіли пристрасті, а атмосфера розпалювалася (самоврядування). Швидко й ефективно він парирував галас і сперечання, перед усіма соромив тих, хто «викликав до себе ганьбу», «Прошу не піднімати шуму, слухайте, як люди!» – у такому звертанні скоріше наказ, ніж прохання. При цьому – мужня поза, переконаність у правоті, обличчя мислителя з всевидючим поглядом, який моментально може стати заклопотаним, гнівним.

Демосфен також заклав теоретичні основи ораторського мистецтва. У промові «Про справи Херсонеса» він стверджував, що ритор не повинен керуватися ворожістю до будь-кого чи бажанням лестити будь-кому – тільки правда! Тому що брехливі промови шкідливі для держави. Шкідливі також і довгі промови, і людина, «яка безмірно розтягує свою промову через лінощі розуму та не здатна нікого переконати», – як говорив учень Сократа Платон. Демосфену також належить порівняння укладачів промов із заклинателями: «Укладачі промов здаються розумними. Але це заняття – те саме, що заклинання. Заклинателі впливають на змій, тарантулів та іншу гидоту. Укладачі промов впливають на людей» [31].

Відомо, що Демосфен, для того, щоб принести користь, задоволення слухачам, намагався постійно розширювати свої знання, займався самоосвітою. Для цього, наприклад, він переписав усю історію Фукідіда вісім разів, щоб повністю засвоїти зміст і форму найвидатнішого історичного твору свого часу.

Піонером теорії ораторського мистецтва був Аристотель (384–322 рр. до н. е.). Його праці «Органон» («Аналітики»), «Риторика» [4] є творчим розвитком логіки, мислення. У них автором приділяється увага мові, стилю та структурі мови. «Якщо мова неясна, вона не досягне мети». У працях Аристотеля ми знаходимо положення про те, що мова не повинна містити часто вживані слова. Вона має відрізнятися красою та шляхетністю, бути ясною і зрозумілою. Стиль також повинен бути ясным і відповідати предмету мови. Підбір слів вимагає виключення всіх неоднозначних висловів, правильного застосування роду іменників, узгодження однини і множини. У промові рекомендується використовувати загадки, епітети, гіперболи, зменшені імена, порівняння тощо. Оратор має бути помірним, тобто не намагатися за 2-3 хвилини використати всі засоби мови та стилю. Гар-

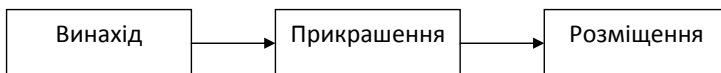
ною є лише та промова, яка «відразу ж повідомить нам знання», емоційна, коли ритор «заволодіє своїми слухачами і надихнув їх похвалою чи осудом, гнівом чи дружбою», – писав Аристотель [4]. Одним із перших він приділив увагу стилю письмового й усного мовлення, з яких перше – точне, але сухе, непривабливе, друге ж – живе, артистичне.

Одним з найславніших римських ораторів був Марк Тулій Цицерон, промовам якого, як відомо, було притаманне розмаїття виражальних засобів. Вивчаючи риторику Стародавньої Греції, промови Демосфена як зразок, Цицерон наголошував, що греки за 400 років зробили такий величезний внесок у цю науку, що додати нового вже неможливо. Але, як показав досвід самого Цицерона і ораторів, які творили протягом двох тисяч років після нього, риторика – наука невичерпна. Одним з найважливіших його творів став трактат «De oratore» («Про оратора»), де він визначив п'ять традиційних частин риторики, проаналізував функції мови, наголосивши на її чистоті і ясності, необхідності вибору слів і ритму мови, важливості спеціальної підготовки ораторів, значущості аргументованих доказів – основи виступу і тренування пам'яті. Ці рекомендації щодо формування якостей мови залишаються актуальними і для сучасного психолога.

Якщо Демосфен займався ораторською практикою, то оратори Стародавнього Риму, у тому числі і Цицерон, енергійно розробляли теорію цього процесу.

Видатним римським оратором вважався Марк Фабій Квінтіліан (42–118 рр.), прихильник та учень Цицерона, автор твору «Виховання оратора». Він наполягав на тому, щоб усі, хто виховує (батьки, педагоги, няні), добре знали мову як універсальний засіб спілкування, передавання життєвого, історичного досвіду, засіб виховання, складову культури. Ідеал Квінтіліана – бездоганний державний діяч, який відповідно до вимог епохи повинен бути добрим оратором.

У своїй праці «Дванадцять книг настанов з риторики», яка мала на меті виховання громадського і судового оратора, він фактично будує систему освіти, у якій передбачені: тілесне та духовне виховання оратора; мовна освіта, освіта в галузі права та філософії; тренування у продукуванні думок, вивчення прецедентів ораторської практики, виховання етики; врахування інтересів аудиторії, організація мовлення за частинами мови; розгляд пристосування оратора до суспільної сфери. Поряд з цим Квінтіліан відзначав, що деякі ритори відмовилися від четвертої складової риторичної структури (змістом її вважали інсценування та декламацію), мотивуючи це тим, що вона надумана та неприродна. Сам автор готував свої промови за класичною тріадою:



Цінність праці Квінтіліана не тільки в підбитті підсумків феномена мовлення оратора, але й у тому, що його настанови створили педагогічну систему, в якій були розроблені основи загальної освіти. Формування власне ораторських навичок розглядалося Квінтіліаном як вершина підготовки до комплексу предметів загальної освіти. Оратор не забував і про емоційні чинники у спілкуванні. Так, навчаючи молодих адвокатів, він говорив: «Докази, звичайно, можуть змусити суддів поставитися до нашої справи прихильніше, ніж до справи нашого супротивника. Але прояви почуттів сильніші від доказів: вони змусять суддів хотіти, щоб нашу справу було вирішено краще. А чого хочуть, у те й вірять» [5, с. 135].

На той час теорія ораторського мистецтва була добре розроблена, про що свідчить посібник для складання промов одного з римських ораторів. На думку його автора, кожна промова повинна мати такі елементи: екзордіум (кілька вступних зауважень щодо теми промови); експозицію (визначення поняття, характеристика обсягу та важливості теми); кауза (логічні аргументи, що підтверджують правильність судження, прямі дедуктивні докази); контраріум (спростування думки супротивника, непрямі дедуктивні докази); сіміле (подібні явища в інших сферах, аналогії); екзеplюм (приклади з історії та повсякденного життя, індуктивні докази); тестимоніум (висловлювання славетних людей, прислів'я, авторитетні судження); конклюдіо (резюме, висновки, їх використання) [5, с. 115].

Ідеї Сократа, Аристотеля, Квінтіліана, Цицерона набули подальшого розвитку у творах інших грецьких та римських філософів та риторів – Лукреція, Сенеки, Плутарха.

У середні віки риторика була визначена засобом оформлення навколишнього світу (не стільки у сутності речей, скільки у сутності слова). «Визначте значення слова і позбавте світ від половини помилок», – говорив Р. Декарт [15, с. 7]. Риторика була включена до обов'язкових дисциплін, що вивчалися в усіх навчальних закладах того часу, і мала визначати значення слів і робити все, щоб вони не перешкоджали відображенню думки, а допомагали найточніше її передати.

В епоху Просвітництва набуло цінності ораторське мистецтво для тих, хто хотів переконливо говорити та продуктивно мислити, тому що зростало соціальне замовлення суспільства на людей талановитих, лідерів у різних сферах життєдіяльності.

М.В. Ломоносов [21] для успішного впливу на слухачів рекомендував добре вивчити людину, враховувати стан оратора і слухачів (вік, стать, виховання, звички, рівень освіти тощо), силу красномовства. Він вважав, що оратор має контролювати свої пристрасті, вміти збуджувати та гасити свої почуття, тоді слухачі будуть знати, що ця людина чесна, сумлінна, їй не чужі ті пристрасті, які вона хоче збудити в слухачів. Силу красномовства М.В. Ломоносов убачав у гострому розумі, розгляді етич-

них мотивів тієї чи іншої дії (добра вона чи зла). Найбільше, з його погляду, сприяє збудженню пристрастей яскраве, виразне і зриму словесне зображення подій, яке збуджує уяву слухачів і малює перед їхніми очима ясні картини.

Талановитий ритор, автор славнозвісних «Правил вищого красномовства», М.М. Сперанський головною вважав необхідність добре знати предмет, визначити частини мови, відрізнити істинне красномовство від псевдориторики: «Плач сам, якщо хочеш, щоб я плакав», – стверджував Гораций [32, с. 21].

Цікавими та корисними є погляди М.М. Сперанського на стиль висловлення думок: ясність, багатоманітність, єдність, відповідність предмету думки, вимова, зовнішній вигляд оратора, його обличчя, голос, рухи, жести тощо. Доказ має бути стислим, ясным, чистим, «приправленим філософською сіллю». «Сила, істинність змісту можлива за умови підготовки душ до сприйняття», – вважав учений [32]. Для цього необхідно оволодіти мистецтвом розташування матеріалу, коли всі думки промови підпорядковані головній, домінантній.

Риторика активно розвивалася до XVIII ст., після чого інтерес до неї згас. Ренесанс цієї науки спостерігається, починаючи з 60-х рр. XX ст., що пов'язано зі значною потребою суспільства в людині, яка мислить і говорить.

1.2. УКРАЇНЬСЬКА РИТОРИЧНА ШКОЛА. МЕТА І ЗАВДАННЯ СУЧАСНОЇ РИТОРИКИ

Українська риторична школа вирізняється цікавими теоретичними розробками та самобутніми зразками промов.

В Україні, починаючи з епохи трипільської культури (IV–III тис. до н. е.), мистецтво красномовства розвивалося на власному ґрунті. «На наших землях з трипільських часів у центрі уваги й пошани стояла вільна, не досліджена, незашарована тоталітарними імперативами людська особистість...» [33]. Сприяло цьому магічне слово, в силу якого з давніх часів вірили праукраїнці, оскільки воно вважалося запорукою істинності, накопичувало в собі життєвий досвід багатьох людей, за його допомогою передавалися людські почуття та наміри. Непересічні моральні норми співіснування були неписаними законами народної педагогіки і за допомогою фольклору передавалися із покоління в покоління. Тож вітчизняне мистецтво красномовства було цілком самостійним, оскільки зароджувалося на власному ґрунті. В основу його було покладено народні прислів'я, приказки, пісні.

Українське ораторське мистецтво з періоду Київської Русі успадкувало збірники перекладних та оригінальних риторичних творів, які ушляхуляли персонажів міфології, філософії і художньої літератури Стародавніх Греції та Риму. Поширенню риторичних традицій сприяли: прийняття християнства, проповідь, яка відігравала роль наймасовішого пропагандистського засобу, діяльність солунських братів Кирила й Мефодія, які заклали основи слов'янської писемності й переклали основну богословську літературу. З періоду Київської Русі відомі списки збірників ораторських творів – перекладних та оригінальних. Хроніки Іоанна Малали, Георгія Амартола, «Ізборник» (1073) та ін. повідомляли про античну міфологію, науку та літературу. З цих джерел давньоруські книжники черпали знання ораторського мистецтва, знайомились із сюжетами й образами античної та християнської міфології. Так, «Ізборник» є своєрідною енциклопедією візантійської вченості, оскільки містить уривки з церковних творів, історичних і філософських трактатів, різні підходи до теорії риторики. Відомості тодішньої науки, правила поведінки оратора, мовленнєвий етикет подавались у популярних на той час виданнях – «Шестидневи», «Пчела» та ін.

Відомими пам'ятками, що підтверджують прагнення суспільства Київської Русі вплинути на людину, на її думки та почуття, є твори першого митрополита Київської Русі Іларіона – **першого християнського проповідника** і його риторичного твору «Слово про Закон і Благодать», виступи великого князя Київської Русі Володимира Мономаха і його «Повчання дітям» (XI ст.) та **оратора й мислителя Кирила Туровського**. Один із тогочасних видатних мислителів-гуманістів Василь Великий виклав справжню програму культури спілкування, зазначаючи: «Вітай з приємністю, відповідай зі світлим обличчям, до всіх будь прихильним, доступним... Не будь тяжким у виговоріннях, звинувачуй не скоро і не з пристрасним рухом, бо це – ознака зарозумілості, не засуджуй за малозначуще, ніби ти сам суворий праведник...» [2, с. 194].

Яскравим прикладом розвитку української риторики XV ст. стала творчість Івана Вишенського, твори якого являли собою послання. Увага акцентувалася на дохідливості, зрозумілості й доступності проголошуваного для слухачів.

Складати проповіді вчили і в Києво-Могилянській академії. Порядок викладання риторики визначався спеціальною інструкцією 1787 р., яка містила такі положення:

1. Навчати красномовства російського та латинського. Правила риторики заучувати.
2. Промови Цицерона читати в понеділок, середу, п'ятницю. Обов'язково робити риторичні розбори та імітації, з поміткою фразерів і перекладу.
3. У вівторок, четвер, суботу читати промови М. Ломоносова та проповіді.
4. Щоб досягти успіхів, треба частіше учнів тримати в риторичних заходах та імітаціях кращих авторів, як латинських, так і російських [3, с. 302].

Найдавнішим відомим підручником, складеним українським автором, був курс професора Йосифа Кононовича-Горбацького. На перше місце науковець ставив не форму, а зміст: практичну значущість промови, здатність оратора відобразити актуальні проблеми сучасності, вимагаючи від промовця широкої освіченості та компетентності, знання духовної культури свого народу. Вихованці академії, а згодом і вчителі – Л. Баранович, І. Галятовський, І. Гізель, А. Радилівський, С. Яворський – стали яскравими представниками української риторики XVII ст. У цей час з'являються перші східнослов'янські підручники з риторики – «Сказання про сім вільних мудростей», «Риторика» митрополита Макарія. Згодом античні традиції були перенесені на терени естетики бароко. І. Галятовський уклав збірник проповідей «Ключ розуміння» і теоретичний трактат «Наука, альбо способ звоження казання», який став першим українським підручником церковної риторики. Автор акцентував увагу на будові проповіді, в якій виділив три основні частини (початок, повість, кінець казання), особливостях її викладу.

У Києво-Могилянській академії XVII ст. риторика була провідною навчальною дисципліною. Етико-естетичні погляди на вміння виголошувати промови відображено у стародавніх літописах України, давніх слов'янських риториках періоду українського Ренесансу XVI–XVIII ст. У румунському місті Нямці знайдено анонімний український підручник «Риторика» випускника академії. Так, у «Риториці» 1620 р. зазначене уміння, визначене як «велика й чесна, вільна мудрість, джерело красномовства, мудрість солодкомогового говоріння, солодощі чудового й стрункого казання, доброта незменшваного багатства, скарб неокраденої корисності, велемовність, яка не обтяжує слуху, від людей темне ворогування відганяє, чесноту стверджує як світла слава й розумна сила...» [3].

Стефан Яворський створив оригінальний самобутній твір «Риторична рука» (XVIII ст.), де коротко і змістовно виклав теоретичні засади риторики, виділивши п'ять основних частин: винахід, розміщення, вітійство (опис риторичних фігур), пам'ять і виголошення. Ці частини були замкнені в міцній «риторичній» руці: визначення риторики написано на зап'ясті, а назви частин – на пальцях.

Вагомий внесок у розвиток української риторичної школи зробив Феофан Прокопович. Автор, перейнявшись естетикою класицизму, розкритикував у курсі риторики, який читав у Києво-Могилянській академії, крайнощі барокового стилю. Основні питання цього курсу він виклав у трактаті «Про риторичне мистецтво». Його риторика увібрала в себе прогресивні ідеї Аристотеля. До неї входили десять книг, що містили: загальні вступні настанови; добір доказів і ампліфікацій; розташування матеріалу; мовностилістичне оформлення промови; прийоми трактування почуттів; метод писання історій та молитов; судовий і дорадчий вид промов; епідейктичні орації, священне красномовство; особливості пам'яті оратора і виголошення ним промов [3, с. 103-435]. Ф. Прокопович вважав, що риторика, позбавлена свого специфічного предмета, охоплює всі предмети, які

цікавлять людину. Основне завдання риторики він убачав у тому, щоб навчити оратора за допомогою мистецтва слова давати відповіді на важливі запитання та переконувати слухачів, що ці відповіді є правильними; виступав проти пустого, примітивного мовлення. Видатний ритор визначив такі функції ораторського мистецтва: соціально-організаційну (засіб агітації, мобілізації), культурно-освітню (життя народу, країни), одержання нових знань, вплив на громадську думку.

Одним з випускників Києво-Могилянської академії був Г.С. Сковорода, який згадував, що у класі риторики велика увага приділялася тренуванню пам'яті, вмінню логічно мислити й викладати свої докази. Мову студенти академії удосконалювали, складаючи вірші й промови – привітальні, панегіричні, судові, вчилися писати листи – вдячні, вітальні, прощальні тощо. Риторика Г.С. Сковороди («Розмова п'яти подорожніх про істинне щастя в житті», «Симфонія про пізнання самого себе», «Розмова про премудрості») була універсальним засобом моральної перебудови світу і визначала самопізнання, тому що головне в житті, на думку філософа, – пізнати в собі «справжню людину».

Практична риторика продовжувала розвиватися в Україні до середини XIX ст. Проте численні заборони польського, румунського та австро-угорського урядів на різних територіях України, а також ціла низка указів російських царів про заборону української мови, книгодрукування, українського театру (указ Петра I (1720 р.), указ Катерини II (1754 р.), Валуєвський циркуляр (1863 р.), Емський указ (1876 р.), указ Миколи II (1914 р.) негативно вплинули на розвиток в Україні науки в цілому і риторики зокрема.

У середині XIX ст. почався період занепаду риторики, яка зблизилася з поетикою і з часом розчинилась у стилістиці. Більш пізні «Керівництво з теорії словесності» Д.І. Овсянико-Куликовського зовсім відійшло від риторичних традицій та всю увагу приділило художньому мовленню.

На початку XX ст. особливо з утвердженням тоталітаризму в СРСР помітним стає занепад риторики як науки і мистецтва мовлення та, незважаючи на це, розвиток риторики продовжується й до сьогодні. Адже слово залишається головним знаряддям спілкування між людьми, а володіння основами ораторського мистецтва є важливою ознакою не лише загальної культури людини, а її успіху й благополуччя в житті. Недарма за твердженням деяких дослідників (Е.А. Ножин, Н.Н. Кохтев, Ю.В. Рождественський), у людині закладений «ген» риторичних здібностей, який варто розвивати кожному.

Риторика сьогодення – це складна наукова система, що розглядає основні форми організації мовлення та його впливу на слухачів, а саме: стосунки між учасниками комунікації; оцінка загального змісту та структури промов; факторний аналіз сприйняття у психологічному та соціальному аспекті; підготовка сучасного оратора з метою активізації його дій і проектів.

Отже, красномовство (риторика) існує відтоді, відколи існує мова. Становлення його як науки простежується ще на античному ґрунті, і за весь період існування суспільства воно пройшло чимало етапів. Нового розвитку риторика набуває наприкінці ХХ ст., що дає змогу окремим авторам говорити про неї як про оновлену риторику – неориторику.

1.3. НЕОРИТОРИЧНИЙ ПІДХІД ДО КУЛЬТУРИ МОВЛЕННЯ ПСИХОЛОГІВ

Сучасна оновлена риторика одержала назву «неориторика» (Rethorika nova). Вона являє собою пряме продовження класичної риторики і мало чим відрізняється від неї. За визначенням одного із засновників неориторики А. Річардса, являє собою «вивчення непорозуміння між людьми і пошук засобів до усунення втрат у процесі комунікації» [5]. Вона актуалізує трансцендентну функцію мови, що дозволяє оптимізувати комунікацію навіть у невербальних системах. Так, сучасна промова повинна включати такі елементи, як: екзодіум – кілька вступних зауважень щодо теми виступу; експозицію – визначення поняття, характеристика обсягу та важливості теми (те, що ми зараз називаємо науковим апаратом, предметом, об'єктом дослідження); кауза – логічні аргументи, що підтверджують правильність судження, безпосередні дедуктивні докази; сіміле – подібні явища в інших сферах, аналогії; екземплум – приклади з історії і повсякденного життя, індуктивні докази; тестимоніум – висловлювання славетних людей, прислів'я, авторитетні судження; конклюдіо – резюме, висновки, їх використання.

Сучасні уявлення про риторику – це нове осмислення суті і можливостей. Поль Валері, французький поетик, визначав риторику так:

- 1) мовленнєва модифікація засвоєної мови;
- 2) наука про мовні відхилення;
- 3) мистецтво вербальних скорочень з додаваннями (субституції), покликаними служити оптимізації мови.

Професора філософії Брюссельського університету Х. Перельмана вважають засновником неориторики. Саме брюссельська школа започаткувала дослідження аргументації у філософії та гуманітарних науках. Зокрема у 1958 р. виходить праця Х. Перельмана і Л. Олбрехт-Тітекі «Нова риторика: Трактат про аргументацію» [40]. Ця робота знаменує собою початок нового етапу в розвитку риторики. Предметом таких досліджень стала публіцистична практика газетярів, політиків у їхніх промовах, адвокатів у їхніх виступах, суддів у їхніх обґрунтуваннях судових постанов. Слід підкреслити, що неориторика не заперечує досягнення класичної риторики, а намагається їх переосмислити та дослідити механізми впливу в різноманітних типах повідомлень.

У Франції неориторика пов'язується з діяльністю Ролана Барта; найбільшого розвитку набула метариторика, яка займається теорією риторики та інтерпретацією її понять (у Франції перевидали класичні праці з риторики французьких авторів XVI–XVIII ст., на них і спираються сучасні дослідники). У США – це риторична критика і риторична методологія. В Італії неориторика розвивається в межах літературної критики. Два напрями нової риторики в Бельгії:

- 1) аргументативна риторика (Перельман);
- 2) загальна риторика («Група мю» з Льежського університету – Жак Дюбуа та ін. – названа на честь першої літери грецького слова «метафора», найбільш чудової, вважають вони, з фігур риторики).

Поява нової риторики додала до визначення поняття «риторика» два аспекти:

- 1) вузький – як позначення комплексної дисципліни, що вивчає ораторське мистецтво;
- 2) широкий – при якому об'єктом риторики є будь-які різновиди мовленнєвої комунікації, що розглядаються через «призму» здійснення заздалегідь обраного впливу на одержувача повідомлення. У цьому випадку риторика – це наука про переконуючу комунікацію. В теперішній час з'явилася і третя точка зору. Сучасний італійський фахівець у галузі семантики Умберто Еко вважає, що риторика – це наука про породження висловлювань.

Риторика набуває свого розвитку і в межах психолінгвістичного напрямку, вивчення практик ділового спілкування, юридичної герменевтики і судового красномовства, поетики, логіки, гомілетики, що відроджується в суспільстві, публіцистичного досвіду ЗМІ, реклами, логіки, філософії, теорій діалогу, психології, її основу становить семіотика (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Фундаментальні основи неориторики

Семіотичні, лінгвістичні, комунікативні основи неориторики		
Ч.У. Морріс	Ф. де Соссюр	Р. Якобсон
Три розділи семіотики (<i>наука про знаки</i>), два типи денотата (знака)	Відмінності позначеного – <i>денотата</i> та позначуваного – <i>конотата</i>	<i>Модель комунікації</i>

Як відгалуження семіотики нова риторика ґрунтується на понятті знака й тексту і здебільшого пов'язана з аналізом текстів комунікації, тобто вивчає відносини між людьми крізь призму мови й мовлення.

На думку Х. Перельмана, *знак* є єдиною реальністю, що постає мисленню та процесам спілкування й водночас відображує об'єкти матеріального світу (рис. 1.3).

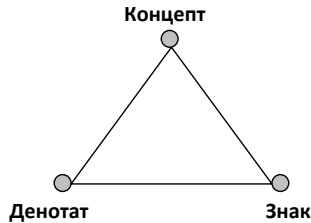


Рис. 1.3. Логічний трикутник Г. Фреге

Об'єкт, що репрезентує знак, вчені-логіки називають *денотатом*, а розумове уявлення про денотат іменується *концептом* (Ч.У. Морріс, Ч. Пірс). На рис. 1.3 трикутник Г. Фреге демонструє залежність знака як від об'єктивної реальності (денотату), так і суб'єктивних уявлень про цю реальність (*концепту*, або *конотату*). Лінгвісти услід за Ф. де Соссюром теж розрізняють *денотат* – позначене (об'єкт, предмет – матеріальний чи ідеальний) та *конотат* – позначуване (уявлення, смисл, значення). Причому зв'язок позначеного та позначуваного відповідає відношенню: «смысл (концепт) – ім'я», або «зміст (денотат) – його словесне вираження (значення)». Це, власне, і є семантичне відношення. Водночас у логіці, де широко використовується трикутник Г. Фреге, семантичним вважається зв'язок «денотат – знак», а зовсім не «денотат – концепт». Тобто у трикутнику Г. Фреге ототожнено знак та ім'я. Звісно, для риторики, комунікативної семіотики та психології бажанішим є тлумачення Ф. де Соссюра, ніж Г. Фреге, оскільки рушії соціальної комунікації – смисли, а не денотати.

У центрі дослідницької антропологічної парадигми перебуває людина в мові – мовна особистість. Для розуміння закономірностей функціонування комунікаційних технологій теоретичні уявлення виявляються важливими. Розвивається прикладна теорія переговорів. Аналіз дебатування і мовної педагогіки також проводиться в неориториці. Аргументація, висновки, рішення проблеми, легітимність, авторитет, страх, альтернатива, як повідомлення в рамках психологічних операцій, – це все привертає увагу дослідників. Обговорюється підготовка програми комунікативних кампаній – визначення аудиторії; переконання, ставлення, думки і мотивації цільової аудиторії; вразливість точки зору; пропаганда і коментування.

Неориторика акцентує увагу на вивченні процесу оволодіння мовою, побудови теорії діалогу та полілогу, зворотного зв'язку в спілкуванні; спрямовує свої зусилля на пошук шляхів практичного застосування ораторської майстерності у професійному (усному й писемному), особистісному спілкуванні і навіть у спілкуванні із самим собою (тобто у внутрішньому мовленні).

Завданнями сучасної риторики є:

1. Сприяти формуванню: спрямованого й керуючого мовлення; певних реакцій на нього з боку слухачів; інтересу до предмета викладу; переконаності людини у необхідності зробити те, до чого її закликають.

2. Навчати: аргументовано доводити власну думку, не піддавати навіть частковому, непомітному, на перший погляд, приниженню гідності співрозмовника; вміло ставати на його позиції, щоб розглянути предмет з його погляду; визнавати, у разі потреби, що власне твердження хибне.

3. Здійснювати організований словесний і невербальний вплив, логічно та естетично виправданий, виходячи з власних здібностей і вмінь, а також із психологічної готовності й потреби того, хто сприймає інформацію.

4. Прагнути до формування нормативного, яскравого та емоційного мовлення.

5. Формувати індивідуальну мовленнєву манеру промовця, яка впливає з його темпераменту, рівня ерудиції, самооцінки та інших факторів особистісного характеру.

6. Сприяти культурі діалогу зі слухачем, яка значною мірою стимулює сприймання.

7. Спрямовувати мовленнєвий акт на певне реагування, тобто звертання до аудиторії завжди в риторично оптимальній формі.

Універсалізм риторики проявляється у тому, що вона розвиває в людині цілу систему якостей: культуру мислення (самостійність, самокритичність, глибину, гнучкість, оперативність, відкритість мислення, ерудицію), мовлення (правильність, виразність, ясність, точність, стислість, образність, доцільність), підвищує рівень поведінки (ввічливість, тактовність, коректність, точність, розкутість), навчає спілкуванню (повага до співрозмовника через вивчення його інтересів, управління поведінкою аудиторії, залучення односторонніх, відповідальність за своє слово). Можна припустити, що риторика – найоптимальніший шлях особистісного розвитку людини, зокрема психолога.

Ключовим для сучасної дієвоорієнтованої риторики («неориторики») є поняття персуазивної комунікації (лат. *persuādeo* – *suāsī* – *suāsūm* – *ēre* – 1) переконувати, запевняти, вселяти, 2) спонукати, схилияти, умовляти [40]), яка являє собою соціально-комунікативну практику, історично сформований спосіб ментальномовної взаємодії індивідів або груп у певній комунікативній ситуації з метою спонукання реципієнта/-ів до посткомунікативної діяльності. З позиції дискурс-аналізу, орієнтованого на М. Фуко, можна говорити про персуазивну (або риторичну) дискурсивну практику як про особливу стратегію породження висловлювання в межах певної комунікативної події.

Інтерпретація риторики як персуазивної комунікації приводить до виникнення опозиційних підходів до (макро)риторичності, що пов'язано з подвійністю поняття персуазивності, об'єднуючого переконання і настав-

лення/умовлення, тобто раціональної аргументації та емоційного впливу. Низка концепцій (теорія риторичної комунікації Й. Коппершмідта, теорія соціальної дії Ю. Хабермаса) висувають як основну категорію персуазивної комунікації переконання, в той час як наставляння, умовлення «викриваються» як маніпулятивні й ідеологізовані, а тому неприйнятні способи досягнення мети. Основною метою персуазивної комунікації при цьому вважається досягнення консенсусу щодо мети подальшої спільної діяльності комунікативних партнерів.

Прихильники такого підходу виключають з предметної сфери дієвоорієнтованої риторики будь-які спроби підвищення ефективності риторичного впливу, позаяк звернення до емоційної сфери реципієнта призводить не до консенсусу, а до «емоційної інтеграції», що може бути інтерпретовано як прояв насильства у вигляді емоційного нав'язування думки.

Раціоналістичні концепції персуазивності справедливо критикуються за ідеалізм прихильниками дескриптивного (орієнтованого на реальні комунікативні ситуації) підходу до дослідження мовної дії [26]. Х. Перельман називає неориторику теорією аргументації, проте оперує не істиннісними, а ціннісними судженнями, які є неформальними, правдоподібними, імовірнісними і виступають як аргументи. Натомість були сформульовані правила організації реальної комунікативної діяльності, для якої важливими є не правильність, а ефективність, не логічність, а цінність для реципієнтів. Аргументація розуміється у неориторичі як іманентно властива мові, яка є інструментом комунікативних технологій у персуазивних контекстах.

Згідно з методологією неориторики, здатність ратора отримати прихильність аудиторії в експозиційній частині промови зумовлює її згоду й позитивні реакції також у висновковій частині.

Як аргументи в неориторичі постають не істинні, а ціннісні, вірогідні, правдоподібні судження, що дозволяє застосовувати їх, наприклад, як у політичній або рекламній комунікації, так і в комунікації психолога, для якої важливою є «емоційна інтеграція» комунікантів. Тож для неориторики однаково прийнятними й ефективними є і раціональні, і суто емоційні засоби переконання реципієнта. При цьому дослідники вказують на необхідність диференційованого тлумачення поняття персуазивності, до змісту якого входить і цілком легітимне переконання, і умовлення, яке класифікується й викривається як маніпуляційний засіб досягнення комунікаційної мети.

На поведінці реципієнта, який реагує на певні вербальні стимули, наголошує американська неориторика, тісно пов'язана з біхевіоризмом.

Таким чином, неориторика розглядає раціональний і емоційний спосіб переконання як рівноправні і однаково прийнятні в реальній персуазивній комунікативній ситуації.

Узагальнюючи результати досліджень представників дескриптивної теорії персуазивності, можна виділити такі суттєві параметри риторичності, як характеристики персуазивної соціально-комунікативної практики:

- метою спілкування є регулювання посткомунікативної поведінки реципієнта (спонукання його до дії в інтересах адресанта) через зміну переконань, думок, оцінок реципієнта;
- для риторичності характерна дихотомія раціонального переконання і емоційно-маніпулятивного «зваблювання» реципієнта;
- адресант і реципієнт перебувають у відносинах реальної або симульованої (насамперед адресантом) рівноправності;
- реципієнт приймає самостійне рішення про необхідність / бажаність / можливість вчинити певну дію в інтересах адресанта в ситуації вільного вибору;
- для риторичного висловлювання характерна аргументативна структура макропропозиції, мінімальною одиницею якої є аргументативний крок;
- у риторичному висловлюванні практичне аргументування підкріплюється маніпулятивними і сугестивними прийомами впливу на реципієнта.

Ці параметри риторичності (список їх, зрозуміло, неповний) ми вважаємо основними характеристиками риторичного метадискурсу.

Отже, неориторика сформулювала не лише засади сучасної теорії аргументації, а й виокремила механізми впливу на аудиторію і співбесідника задля переконання. Тому в неориторичі головне не аксіологія (етос), а аргументація (логос) і процеси спілкування (топос – мовні ситуації). У табл. 1.3 наведено схему зв'язків неориторики та її напрямів.

Таблиця 1.3

Змістова сутність неориторики та її напрямів

Неориторика	
Дисципліна на перетині теорії літератури, лінгвістики, логіки, філософії, яка не заперечує досягнення класичної риторики, але яка прагне дослідити механізми впливу на аудиторію розмаїття текстів і повідомлень	
Напрями неориторики	
Аргументативна риторика (Х. Перельман, Л. Ольбрехт-Тітек, Д. Уолтон, Ф.С. Хенкемас, І.А. Герасимова), предмет: способи аргументування, обґрунтування засад публічних виступів	Лінгвістична риторика (Р. Барт, У. Еко, Цв. Тодорова, О. Крістева, Ю.М. Лотман) предмет: засоби виразності та переконливості мовленнєвих повідомлень, текстів, особливості <i>гіпертексту</i>
Семіотика. <i>Головна теза:</i> будь-які мовні явища мають бути розглянуті з позиції їх знакового коду, конотативного вмісту	

Як бачимо, неориторика виступає кардинальним переосмисленням засад класичної риторики, перетворюючись у науку про переконуючу комунікацію. Але, з одного боку, це і є давнє ядро красномовства як первісне поняття – концепт переконання. З іншого боку, знак має значення й смисл, що припускає його внутрішню неузгодженість, суперечність, нетотожність, а тому в процесі комунікації цілком логічно виникають непорозуміння, перекручування, маніпуляції та ін. Відомий психолог О.О. Леонтьєв формулює цю відмінність так: сенси – це особистісна, суб'єктивна форма знання, а значення – об'єктивна, кодифікована форма існування суспільного знання. Таким чином, ренесанс риторики, який спостерігався з 60-х рр. XX ст., та інтенсивна розробка проблем неориторики й вітчизняного красномовства в останні роки пов'язані з тим, що починає відроджуватися теорія сучасного ораторства, комунікації та ефективного спілкування.

1.4. ПРОФЕСІЙНІ ТА ОСОБИСТІСНІ ЯКОСТІ ПСИХОЛОГА

Діяльність будь-якої людини, зокрема психолога, в умовах ринку змушує майже кожного бути оратором: переконливо та дохідливо виступати в різних аудиторіях, грамотно викладати думку в потоці ділових та життєвих ситуацій, грамотно оформлювати різноманітні листи та службові папери, складати документи, вести дебати, аналізувати та критично сприймати повідомлення ЗМІ, кваліфіковано користуватися новими інформаційними системами, активно протистояти руйнівному впливу агресивного, бездуховного та невігласного слова, а також аморальним ораторам, володіти прийомами риторичного «самозахисту». Сучасні, як правило безвідповідальні, технології ЗМІ пригнічують риторично невідготовлених слухачів та глядачів і маніпулюють ними. Тому кожній людині, пов'язаній з виробничою діяльністю у будь-якій сфері, необхідно опанувати бодай початки науки красномовства.

Психолог у класичному розумінні – це людина, яка логічно мислить, добре інформована, має мету, план і прагнення щодо досягнення поставленої мети; формує вміння вибудовувати систему аргументів і ілюстрацій для розкриття теми відповідно до обраної композиції і з опорою на логічні і психологічні закони певного типу мовлення; формує вміння висловлювати промову відповідними для кожної ситуації мовними засобами, зберігаючи ораторську індивідуальність і піклуючись про доступність мови для слухачів. І, нарешті, риторика повинна навчити психологів вільно і яскраво виголошувати промову в будь-якій аудиторії.

Психолог має бути орієнтований на завдання – зробити все можливе для створення сприятливого майбутнього, досконало володіти цією технологією. Це пов'язано з тим, що саме від нього залежить психологічний клімат організації, ефективність її роботи. Кожному психологу необхідно володіти, з одного боку, мистецтвом керування словом і почуттям, а з іншого – мистецтвом тонкого відбиття всієї гами зовнішніх проявів того чи іншого психічного стану підлеглих, колег; уміти правильно розуміти, коли ці «рухи душі» перебувають у повній відповідності зі змістом мовлення, а коли свідчать про відсутність щирості.

Найважливіша якість діяльності психолога – професійна компетентність. Вона включає в себе: професійні знання, вміння, навички та здібності.

До числа характеристик професійної компетентності також відносять: діапазон професійних можливостей, досконале володіння інструментарієм, прийомами і технологіями професійної діяльності. Професійна компетентність психолога проявляється в творчому характері його діяльності, в активному пошуку новаторських підходів та інноваційних технологій, особистої ініціативи і професійної комунікабельності.

Психолог повинен бути різнобічно підготовленим фахівцем. Тому його *професійна ерудиція* включає в себе не тільки знання психології, але і певну сукупність знань у сфері філософії, історії, культурології, педагогіки, економіки, соціології, політології, права, філології, фізичної культури, математики та інформатики, концепцій сучасного природознавства.

Професійні вміння визначають успішність практичної діяльності психолога, його здатність застосовувати психологічні знання до виконання своїх обов'язків: конкретні дії, прийоми, психологічні «техніки».

Професійні навички – це усталені, легко і впевнено виконувані професійні дії, які дозволяють психологу ефективно працювати. Чим більше досвід, тим більше професійних навичок набуває фахівець.

Розглянемо основні вимоги до підготовленості психолога, які необхідні для його успішної професійної діяльності.

У сфері психології фахівець повинен:

1. *Розуміти цілі, методологію і методи професійної діяльності психолога.*

2. *Володіти інструментарієм, методами організації та проведення психологічних досліджень.*

3. *Розуміти специфіку предмета психології, її зв'язки з іншими дисциплінами.*

4. *Знати основні галузі психології та можливості застосування психологічних знань у різних сферах життя.*

5. *Знати історію розвитку і сучасні проблеми психологічної науки.*

6. *Знати закономірності еволюції психіки тварин, схожість і якісні відмінності психіки тварин і людини; філогенез і онтогенез людської психіки.*

7. *Розуміти мозкові механізми психічних процесів і станів.*

8. *Знати механізми уваги, емоційних явищ, процеси вольової регуляції.*

9. Знати психологічні закономірності спілкування і взаємодії людей у групах, міжгрупових відносинах.

10. Знати основні сфери та види діяльності психолога.

11. Знати основи психодіагностики та психологічного консультування.

12. Знати основи психотерапії, корекційної та розвивальної роботи психолога [28].

На основі експертного оцінювання професійно важливих якостей психологів І.А. Мартинюк виділяє 12 груп комплексних якостей [2, с. 6-7], з яких важливими є комунікативні якості – вміння встановлювати контакти, виразність мови, вміння розрядити напруженість, вміння керувати самим собою і процесом спілкування, здатність знайти багато реакцій – вербальних та невербальних – на широкий спектр ситуацій та проблем, здатність практично вирішувати завдання на спілкування, комунікабельність, комунікативність, контактність, привітність, почуття гумору, товариськість.

Досить вдало, на наш погляд, структуру «таланту спілкування», розроблено Н.В. Бачмановою і Н.А. Стафуріною – «ескіз» комунікативного боку особистості психолога-практика. Якості особистості згруповані в такі блоки:

1) здатність до повного і правильного, реального сприйняття об'єкта;

2) здатність до розуміння внутрішніх властивостей і особливостей об'єкта;

3) здатність до співпереживання, емпатія, доброта і повага до людини та ін.;

4) здатність до самоаналізу, рефлексія;

5) уміння керувати самим собою і процесом спілкування, бути уважним;

6) уміння слухати та ін. [21].

Загалом, науковці визначають структуру професіоналізму психолога за такими критеріями:

– *професійна культура*: сукупність професійних знань, умінь, навичок, що обумовлюють його професійну компетентність, яка за певних умов може перерости у творчу діяльність психолога;

– *ціннісно-мотиваційна й емоційна сфера особистості* психолога, його потреби, інтереси, життєві настанови, ставлення до навколишнього, бажання удосконалюватися;

– *здатність до співробітництва*, взаємодії у творчому процесі, прагнення до інноваційних форм діяльності, потреба у професійному зростанні;

– *високий ступінь розвитку мислення*, його гнучкість, нестереотипність, оригінальність, глибина, здатність швидко знаходити варіанти рішень і змінювати прийоми дій щодо нових умов;

– *здатність передбачати результати своєї творчої діяльності*, визначати найбільш ефективні способи вирішення проблем, аналізувати свою практичну та корекційну діяльність;

– *здатність до саморегуляції поведінки*, високий рівень розвитку психофізіологічних можливостей, висока загальна працездатність, велика внутрішня енергія;

– *культура мовлення*, що вимагає правильності, виразності, ясності, точності, образності, доцільності, експресивності;

– *культура спілкування*, що передбачає повагу до співрозмовника через вивчення його інтересів, управління поведінкою, відповідальність за своє слово.

Секрети гарного промовця, або Психологічний профіль оратора. За концепцією І. Франка, оратор – «дзеркало свого часу», «його сурмач і літописець», носій і «рефлектор» суспільних відносин. Риси характеру та мовлення оратора: оптиміст, добре розуміє психологію людей, в нього гуманне серце, «ясний погляд на світ і людей», він у міру об'єктивний та суб'єктивний (аристотелівський принцип метріопатії), тактовний, висловлює думки якнайясніше, якнайпростіше, якнайкоротше, добре володіє технікою мовлення, багато працює над собою, адже його успіх – це здобуток інтенсивної духовної, інтелектуальної праці «над власною освітою, над опануванням мови..., техніки».

Отже, велике значення для практичного психолога мають комунікативні якості його особистості: вміння розуміти інших людей і психологічно коректно впливати на них. Психолог повинен вміти працювати з людьми, розбиратися в характерах, володіти не тільки психологічними знаннями, а й психологічною інтуїцією. Комунікативними якостями психолога, важливими для його професійної діяльності, можна вважати привабливість, товариськість, тактовність, ввічливість, вміння слухати і розуміти іншу людину.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ

1. Які передумови зародження риторики?
2. У чому полягає основне завдання давньогрецького ораторського мистецтва?
3. Назвіть відомих вам теоретиків красномовства (зарубіжних, українських).
4. Що збереглося в неориторичі від традиційної науки про красномовство?
5. Складіть таблицю, що демонструє зв'язки риторики з іншими науковими дисциплінами.
6. Які складові комунікативності ораторів використовувались у промовх Демосфена?
7. Хто є піонером теорії ораторського мистецтва?
8. Розкрийте структуру професіоналізму психолога.
9. Здійсніть аналіз роботи одного з теоретиків красномовства. Оберіть матеріали, важливі для психолога-практика.
10. Назвіть якості особистості, за Н.В. Бачмановою і Н.А. Стафуріною.

РОЗДІЛ 2

КУЛЬТУРА І ТЕХНІКА МОВЛЕННЯ ПСИХОЛОГА

2.1. Професійна мова і мовлення – основа ефективного спілкування психолога

Сократ казав, що мовлення людей таке ж, як і їх буття: славне життя – високе мовлення, страждальне – низьке. Саме мовлення є мистецтвом, яке варто вдосконалювати.

Сьогодні деякі зарубіжні й вітчизняні автори висловлюють думку про те, що життя людини великою мірою насичене оповідями, історіями, в яких відображений увесь її досвід. Відповідно до цієї теорії, особистість усвідомлює себе в процесі мовлення, тобто через оповідання історій свого життя іншій людині, особистість стає відповідальною за нього (М. Вайт, Д. Карр, К. Метінгел). У психології така відповідальність береться за основу лінії життя в концепції наративної ідентичності (П. Рікер), а в лінгвістиці – мовної особистості.

Звертаючись до наукових засад мови, зазначимо, що мова – *сукупність звукових сигналів, письмових знаків та символів, за допомогою яких людина одержує, переробляє, зберігає та передає інформацію*. Окрім мови, як усім нам відомої природної знакової системи, існують і штучні знаки й знакові системи. Наприклад, емоційні сигнали, що поширені в мережі Інтернет – ☺ (смайлик); символічні записи, використовувані в нотній грамоті, як знаки нот – ♩, ♪, бемоль; знаки у математиці, такі як цифри і символи – «+» (плюс), «-» (мінус), «=» (рівняння); позначення в економіці – \$ (долар) та інших науках. У психології поняття «знак» виступає компонентом діяльності людини, це засіб її свідомого орієнтування в об'єктах зовнішнього світу, управління власною поведінкою і поведінкою інших людей. Притому що головною функцією мовлення є комунікативна (функція спілкування) та експресивна, або фатична (вираження думки).

Мова проявляється в конкретних актах мовлення, тобто у процесах висловлювання думок. Завдяки цьому мовлення є особливим видом суспільної діяльності.

Мовлення – конкретне використання мови для висловлювання думок, почуттів, настроїв; форма існування мови як особливого виду суспільної діяльності.

Термін мовлення вживають у трьох значеннях (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Три значення терміна «мовлення»

<i>Перше</i>	Мовлення як процес , синонім – термін « <i>мовленнєва діяльність</i> », тобто це перетворення думки в слово, матеріалізація думки (Л.С. Виготський)
<i>Друге</i>	Мовлення як продукт мовленнєвої діяльності , тобто це текст – письмовий, усний, мисленнєвий, як мовна тканина мовленнєвого твору, зафіксована будь-яким чином: книга, газета, магнітофонна плівка
<i>Третє</i>	Мовлення як жанр ораторського мистецтва , ораторського виступу

Варто враховувати, що як мовлення є одним з видів комунікативної діяльності людини, так і мова, на відміну від штучних знакових систем, є складовою спілкування й здатна передавати комунікативні повідомлення будь-якого змісту. Тобто мова і мовлення – універсальні засоби комунікації. Саме тому тут цілком доречною є модель комунікації Р.О. Якобсона (рис. 2.1), яка дуже схожа на схему Г. Ласвела. Щоправда, головним у ній вважається контекст, текст, мовні ситуації, а за суттю – замисли. Вона включає такі компоненти: хто говорить (адресант), хто слухає (адресат), контекст (обстановка, у якій продукується висловлення, наприклад, доповідь на конференції, застільна промова), передана інформація (повідомлення). Поняття «повідомлення» є специфічно соціально-психологічним, в ньому акцентується динамічний характер об'єкта висловлення, його включеність у комунікаційну систему. Під останнім мається на увазі залежність повідомлення від особистісних і групових особливостей комунікатора і реципієнта.

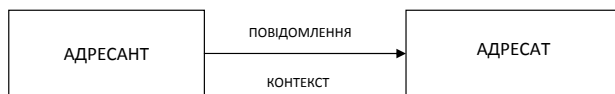


Рис. 2.1. Модель комунікації Р.О. Якобсона

Мовлення – спілкування людей між собою за допомогою мови; мовна діяльність; процес добору та використання засобів мови для спілкування з іншими членами певного мовного колективу; форма існування живої мови; функціонування мови у процесах вираження та обміну думками, конкретна форма існування мови як особливого виду суспільної діяльності. Мовлення не існує відірвано від мови і здійснюється певною мовою (українською, англійською, німецькою та ін.) з дотриманням законів і правил, які беруться з мовної практики людей. Отже, мовлення – основа створення мови, форма актуального її існування.

Мова й мовлення психолога багатофункціональні, завдяки чому він, організовуючи комунікативну діяльність, може досягти поставленої мети.

Зазначимо й таке: особливість міжособистісної комунікації полягає в тому, що комунікативний вплив як результат обміну інформацією можливий лише тоді, коли комунікатор-адресант і реципієнт-адресат володіють єдиною системою кодування і декодування знаків – *контекстом*, тобто коли вони говорять однією мовою. Це означає, що у людей, які спілкуються, має бути однакове розуміння не тільки значень одних і тих самих слів, а й їх смислу. Оскільки значення у єдності з особистісним смислом утворює структуру індивідуальної свідомості. *Смисл* – це той суб'єктивний зміст, якого набуває слово в конкретному контексті, в конкретній ситуації спілкування. Смисл, який вкладає в слово той чи інший індивід, може не збігатися із загальноприйнятим його значенням, що може бути бар'єром у спілкуванні. Отже, справжнє ефективне спілкування – це не стільки обмін значеннями, скільки обмін смислами, це пошук спільного смислу.

Звертаючи увагу на те, як відбувається збагачення наукових теорій, ми бачимо, що лінгвістика часто спирається на дані психологічних досліджень, риторика використовує їх на практиці. А ось для описання процесу пошуку спільного смислу маємо протилежну картину. Так, уже соціальна психологія запозичила з лінгвістики термін «тезаурус», яким позначається єдина система значень, прийнята всіма членами групи, учасниками комунікативного процесу. Проте кількість значень слова обмежена для кожного етапу розвитку мови, а кількість смислів практично є необмеженою.

Отже, обмін інформацією можливий лише за умови, що знаки і закріплені за ними значення відомі всім учасникам комунікативного процесу.

Виділяють такі функції мови: *емотивна* – функція вираження почуттів і волі того, хто говорить, вона є вираженням ставлення автора промови до змісту повідомлення; *конотативна*, тобто вокативно-імперативна, або модальна, *референтна (номінативна)* – функція позначення предметів зовнішнього світу; *метамовна*, що дає можливість говорити про мову за допомогою мови; *фатична* (функція встановлення контакту) і *поетична* (О.О. Леонтьєв): мовленнєвий контакт, який необхідний для спілкування, теж є функцією, що реалізується завдяки висловлюванням, які мають на меті встановити контакт, зав'язати розмову, продовжити або зупинити її; *поетична функція* означає наявність настанови щодо повідомлення як задоволення естетичних почуттів адресата, тобто завжди має відповідність повідомлення основній спрямованості художнього тексту; *культурологічна* функція вказує на те, що мовлення є суспільним явищем і одним з компонентів культури; *кумулятивна* функція мовлення проявляється в тому, що мовлення не просто передає повідомлення, але й має властивість відображати, фіксувати та зберігати інформацію про сприйняту людиною дійсність. Таким чином, у понятті *мова* наголос поставлено на системності, структурності, а в терміні *мовлення* – на діяльності, процесі.

Попри все, найважливішою функцією мовленнєвої діяльності є функція вираження думки. Говорити, не розмірковуючи, звісно, можна, але людина міркує завжди. Сам процес поєднання мовлення та мислення ще не вивчений остаточно.

Проблеми мовлення широко досліджується в психології. У радянській психології Л.С. Виготський, чи не вперше створивши теорію соціально-історичного походження вищих психічних функцій (ВПФ) – теорію знакового опосередкування ВПФ людини, довів, що тільки в спілкуванні, за певних соціальних умов життя можливий розвиток специфічно людських властивостей психіки, таких як довільна пам'ять, логічне мислення, мова і мовленнєва діяльність. Науковець зайнявся ретельним вивченням мовленнєвого розвитку дитини. У своїй теорії психологічний розвиток він розглядає як зміну природи і структури психічного процесу через знак (знаряддя праці, мова, малюнки та ін.). Л.С. Виготський стверджував, що «знак» у спілкуванні подібний до знаряддя праці. Важливо, що знак як психологічний інструмент не має готового значення. Значення не є властивістю знака, воно йому надається людьми в процесі спілкування. Значення – це узагальнена форма відображення суб'єктом найсуттєвіших властивостей об'єктів. Жоден знак не «несе» або не «має» значення, значення перебуває у свідомості людей, воно виникає в процесі їх спільної діяльності і спілкування і існує у вигляді понять, соціальних ролей, цінностей. Значення розкривається через зміст знаків, тобто їх смисл.

Якщо говорити про власне людське мислення, виключивши з нього прості, суто рефлекторні акти, то можна стверджувати, що воно завжди вдягнуте у знакову форму. Тож «оголених» думок немає. Інакше кажучи: знакове мисленнєве моделювання – це відтворення в знаковій формі предмета вивчення, причому в тих його аспектах, які істотно важливі.

Свого часу Л.С. Виготський підкреслював, що утворення поняття є інтегративним процесом, тобто у виникненні поняття беруть участь усі елементарні інтелектуальні функції, хоча центральним є функціональне використання слова. П.Я. Гальперін у своїй теорії поетапного формування дій довів, що вищі форми інтелектуальної діяльності виступають як результат інтеграції предметно-практичних, образно-просторових, словесно-мовленнєвих компонентів. Те саме – сполучення думки і мовлення – зазначають і сучасні науковці. Так, М.І. Жинкін вказує на двомовність механізму людського мислення (внутрішня та експресивна мова); М.О. Холодна виділяє в структурі мислення словесно-мовленнєвий компонент; Л.М. Веккер підкреслює безперервність здійснюваного перекладу інформації з власне психологічної мови, тобто мови образів, на психолінгвістичну, символічно-оперативну, подану вербальними сигналами, мову. Тож думка формується в мовних формах, а виражена вголос або письмово, вона стає зрозумілою не тільки для інших, але й для самого суб'єкта мов-

лення. Тому вчені рекомендують будь-яку промову завжди проговорювати попередньо вголос. Причому важливо звернути увагу на предмет промови (рис. 2.2).

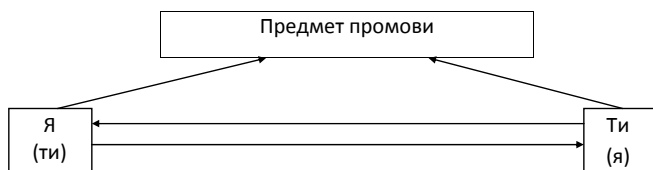


Рис. 2.2. Акт мовленнєвої взаємодії

Психологи також дослідили процес породження висловлення, який найчастіше має таку структуру: уявна підготовка фрази – уявлюване промовляння з мікрорухами мовного апарату – графічна фіксація думки.

Загальна характеристика мовлення звичайно подається у протиставленні його до мови, оскільки мова – це система знаків, одиниці якої та відношення між якими утворюють ієрархічно впорядковану структуру, тож мовлення виступає як мова в дії. Інший аспект мовлення – це мовленнєва діяльність (МД), що має соціальний характер, тому її одиниці – висловлення – також є соціально забарвленими. МД складається з мовленнєвих дій (актів), що являють собою підготовку і реалізацію висловлення, незалежно від його обсягу – чи це репліка діалогу, розповідь або публічний виступ. У МД висловлення формулюються для досягнення визначеної мети: спілкування, вплив та ін. Обмін повідомленнями передбачає, що співбесідники, висловлюючись про спільний предмет розмови, міняються ролями: Я – комунікатор, ти – перцепієнт/реципієнт, і навпаки. За характером впливу інформація, що йде від комунікатора, може бути спонукальною і констатуючою. Спонукальна інформація проявляється в наказі, проханні, інструкції, пораді та розрахована на те, щоб стимулювати певні дії, виконуючи функції активізації поведінки, тобто спонукання до дії в заданому напрямі, інтердикції, тобто заборони певних дій або небажаних різновидів діяльності, дестабілізації, або порушення деяких автономних форм поведінки та діяльності. Констатуюча інформація виступає у формі повідомлення і передбачає зміну поведінки не прямо, а опосередковано і поступово. Розрізняють 4 види МД: два з них – це утворювачі тексту (говоріння, письмо), а два – складові сприйняття (слухання (аудіювання), читання). При цьому їх розподіл у потоці життя нерівномірний. За даними американських психологів, час, що ми, у середньому, присвячуємо різним аспектам комунікації (К) і МД, поділяється на частини. К + МД = 9% (письмо) + 16% (читання) + 35% (говоріння) + 40% (слухання). Тобто найменше ми пишемо, якщо це не пов'язано з професійними справами, більше всього – слухаємо чи говоримо, що залежить від особистих властивостей людини.

У психології, як і лінгвістиці, існує гіпотеза зв'язку мислення та мовлення, в якій йдеться про глибинні семантичні й синтаксичні універсалії – базові мовні структури, що визначають характер використання й розуміння мовних знаків у реальній мовленнєвій діяльності (С. Осгуд, Н. Хомський). Згідно з нею, на найглибших рівнях мислення елементи національної мови не відіграють суттєвої ролі, звідси зрозуміло, що механізми мислення універсальні для всіх людей, незалежно від їх приналежності – національної чи соціальної.

Отже, механізм мисленнєво-мовленнєвої діяльності надзвичайно складний. Виділяють 3 фази мовленнєвого акту: підготовка і виконання висловлення, його сприйняття і розуміння, зворотний зв'язок.

Крім того мова – це засіб:

- спілкування й об'єктивації спілкування;
- пізнання і його об'єктивації;
- творення нових одиниць мовних підсистем і об'єктивації цього процесу;
- вираження емоцій, внутрішнього стану людини і волі;
- створення й об'єктивації словесних художніх образів (І.О. Синиця).

Класифікації видів мови і мовлення. Є два види мови: зовнішня, внутрішня; та декілька видів мовлення: писемне, усне, монологічне, діалогічне. У житті звичайно переважає усне мовлення, тому його вважають первинним. За словами науковців, усне мовлення набуло перед писемним важливої переваги – моментальності, що украй важливо для стрімких темпів і ритмів ХХІ ст., також здатності фіксуватися, консервуватися, зберігатися і відтворюватися (В.Г. Костомаров). Отже, мова є засобом спілкування, а мовлення – форма існування мови, її втілення, практичне відображення та реалізація, притому люди повинні мати єдиний контекст комунікації, тобто говорити однією мовою.

Для того щоб спілкування психолога було ефективним, психолог і співрозмовник (клієнт) мають зрозуміти один одного, їх мова має бути якісною. Основою комунікативної якості мовлення є його правильність і чистота, а саме дотримання норм літературної мови, які усталились у сучасній суспільно-мовленнєвій практиці освічених осіб, правила вимови, наголошування, словозміни, слововживання, орфографічні правила у писемному мовленні тощо.

Унормованість – основна ознака літературної мови. *Норма літературної мови* – сукупність загальноприйнятих правил реалізації мовної системи, закріплених у процесі суспільної комунікації.

Розрізняють орфоепічні, графічні, лексичні, граматичні, стилістичні, орфографічні та пунктуаційні норми, опанування яких сприяє підвищенню культури мовлення психолога.

Орфоепічні норми регулюють правильну вимову звуків, звукосполучень та наголошення слів. Для прикладу зосередимо увагу на порушеннях літературної норми у вимові злитих звукосполучень [дж], [дз] та розрізненні приголосних [г], [ґ]. В усному мовленні [дж], [дз] в позиції на почат-

ку слова вимовляються здебільшого правильно. Усередині слова ці звуки часто вимовляються окремо, що є порушенням норми: дослід/ження, поход/ження. В українській мові слід розрізняти звуки [г] і [ґ]. Літера ґ була вилучена з правопису в 1933 р., але третім виданням «Українського правопису» 1990 р. поновлена. Психологу варто користуватися найповнішим списком слів з літерою ґ, який подається в «Орфографічному словнику української мови», тому що сьогодні втрачена літера вживається не лише згідно з нормою, а й на власний розсуд мовців: біоґрафія, моноґрафія, але ґатунок, ґрунт, підґрунтя.

Акцентуаційна норма в українській мові цілком сформована, але найменш усталена, оскільки на наголос впливають діалекти та інші мови. Дедалі скорочується кількість слів із подвійним наголосом. Слід пам'ятати, як правильно наголошувати: новий ф́аховий, одинáдцять, чотирна́дцять, рукóпис, кни́жки тощо.

Лексичні норми встановлюють правила слововживання; визначаються не тільки стабільністю, консерватизмом, а й рухливістю. У лексиці мовлення психолога часто вживаються слова-кальки з російської мови, що є наслідком недостатнього опанування лексичних норм, невмілого використання синонімів. Наприклад:

Норма	Калька
протягом	на протязі
полягає	заклю́чається
наступний	слі́дуючий
трапляються	зустрі́чаються

Граматичні норми передбачають правильне вживання граматичних форм слів, усталену побудову словосполучень, речень. Наприклад, у сучасній українській мові обмежено вживаються активні дієприкметники теперішнього часу, які під час перекладу з інших мов, зокрема російської, замінюються прикметниками або іменниками:

Російські дієприкметники	Українські відповідники
решающий	вирішальний
последующий	наступний
предшествующий	попередній
бездействующий	бездіяльний
поступающий	вступник
заведующий	завідувач

Особливої уваги психолога заслуговують прийменникові конструкції, поширені насамперед у професійному мовленні. Порушенням норми вважається вживання прийменника *по*, оскільки в українській мові є чимало прийменників, які є вдалою заміною, порівняйте:

Російські конструкції
по Вашему усмотрению
по делам
специалист по семейному праву
по приказу
по истечении срока
по небрежности

Українські відповідники
на Ваш розсуд
у справах
спеціаліст із сімейного права
за наказом
після закінчення терміну
через недбальство

Стилістичні норми визначають вживання мовних засобів відповідно до стилю мовлення. Наприклад, для мовлення психолога характерні сталі словосполучення – мовні штампи, що зазнають викривлення внаслідок впливу російської мови.

Норма
брати участь
впроваджувати у практику
відшкодувати моральні збитки
обіймати посаду

Порушення норми
приймати участь
внедряти у практику
возмістити моральні убитки
займати посаду

Орфографічні норми охоплюють правила написання слів та їх частин. Слова в українській мові пишуться за такими принципами:

– фонетичним (пишуться так, як і вимовляються): *випробувати, під-розділ, дата*;

– морфологічним (позначення на письмі складових частин слова незалежно від їх вимови): *підписуєшся, зчитувати*;

– історичним (традиційним) (букви, морфеми, слова пишуться за традицією, а не відповідно до існуючих норм): *рівень, зосереджений, черговий*;

– смисловим (диференціюючим) (різне написання однозвучних слів, які мають неоднакове значення): *напам'ять – на пам'ять; проте – про те*.

Пунктуаційні норми регулюють вживання розділових знаків: крапки, знака питання, знака оклику, трьох крапок, коми, крапки з комою, двокрапки, тире, дужок, лапок, абзацу; вони полегшують сприймання тексту і виклад думок на папері.

Сучасна українська пунктуація ґрунтується на граматичному, смисловому й інтонаційному принципах.

Розділові знаки, вживані за *граматичним принципом*, є обов'язковими, оскільки зумовлені граматичною структурою речення. Вони ставляться: в кінці речення (крапка, знак оклику, знак питання, три крапки); між частинами складного речення (кома, крапка з комою, тире, двокрапка); у простому реченні на місці пропущеного члена речення та між підметом і присудком відповідно до правил (тире); при вставних і вставлених конструкціях, звертаннях, вигуках (кома, тире, дужки, знак оклику); між однорідними членами речення (кома); при узагальнюючих словах (двокрапка, тире) відокремлених членах речення (кома, тире).

За *смысловим принципом* розділові знаки ставляться з урахуванням семантики речення та його структури.

На основі *інтонації* ставляться крапка, знак питання, знак оклику, три крапки, а іноді й тире. Цей принцип допоміжний до граматичного та смислового.

Крім зазначених виділяють: *норми вимови* (регулюють вибір акустичних варіантів фонем або фонем, які чергуються); *норми наголошування* (визначають вибір варіантів розташування і переміщення наголошеного складу серед ненаголошених); *норми словотворення* (регламентують вибір морфем, їх розташування й сполучення у складі нового слова); *морфологічні норми* (забезпечують вибір варіантів морфологічної форми слова і варіантів її поєднання з іншими словами).

Норми характеризуються системністю, історичністю та соціальною обумовленістю, стабільністю, проте з часом вони можуть змінюватися. Тобто норми властиві не тільки сталість, але й варіантність. Мова як система загальноновизнаних мовних засобів, що їх вважають правильними та зразковими на певному історичному етапі, підлягає певній стабілізації. Проте мова є живим організмом, який постійно змінюється, «росте, але непомітно, як трава» (О.О. Потебня). На зміну застарілим мовним формам приходять нові, добираються з наявних, утворюваних знову чи взятих з пасивного запасу минулого, найпридатніші для обслуговування суспільства мовні елементи. Зі зміною мови змінюються і її норми. Цей процес є природним, об'єктивним і закономірним.

У зв'язку з цим у межах норми співіснують мовні варіанти, під якими розуміють видозміни однієї і тієї ж мовної одиниці, наявні на різних мовних рівнях: фонетичному, лексичному, морфологічному чи синтаксичному. Варіанти (акцентні, фонематичні, морфологічні) виникають відповідно до потреб суспільства, в кодифікації написань і відображають тимчасове співіснування старого й нового в мові. Варіантність норми дозволяє кожному психологу добирати саме ті мовні засоби, за допомогою яких він зможе більш раціонально висловлювати свої думки і почуття. Крім того, варіант як перехідна ланка від старої норми до нової сприяє тому, що процес заміни однієї нормативної форми іншою стає менш відчутним.

Культура усного та писемного мовлення психолога полягає в тому, щоб досконалим оволодіти мовними нормами і послідовно дотримуватись їх.

Якщо закони мови, мовлення та МД більш менш зрозумілі, то що таке стиль мовлення та стилістика мови і як вони відрізняються від жанрів красномовства – необхідно розглянути детально.

Стили мовлення – множини мовних одиниць, об'єднаних за ознакою спільного емоційно-експресивного або стилістично-функціонального значення.

Вчення про стилі мови й мовлення такі ж давні, як і сама риторика. Як зазначалося вище, ще Аристотель у третій книзі «Риторики» розглядав

поняття ораторського стилю. Згодом його учень Теофраст у трактаті «Про стиль» розвинув теоретичні положення щодо ораторської стилістики. Наприклад, він писав про розмовний стиль, стиль урочистий, стиль байки та ін. Сьогодні їм відповідають інші назви – стиль газетної статті, недбалий стиль тощо. Аналіз вправ, пропонованих учням у середньовіччі, підтверджує думку про те, що кожне слово, вжите в новому реченні, проявляє нові нюанси значення, а звідси й нові стилістичні можливості.

У XX ст. жанри і стилі красномовства надзвичайно урізноманітнилися й продовжують диференціюватися в наші часи. *Стиль* (*stulos* – «паличка для письма», грець.) означає спосіб викладу думок. Однак сучасна наука надзвичайно ускладнила поняття стилю. Достатньо послатися на те, що немає згоди між мовознавцями та літературознавцями в тому, як розуміти стиль. Останнім часом лінгвісти дійшли висновку, що мовні відмінності між деякими сферами спілкування настільки вагомі, що доцільно використовувати не поняття «стилю», а термін «*функціональний різновид мови як стиль*». *Жанр* – це форма організації мовного матеріалу в межах того чи іншого мовного стилю, принцип побудови, впорядкованості твору.

Оскільки під стилем звичайно розуміють різновид літературної мови, що виконує певну функцію в спілкуванні, тому стилі й називають функціональними. Функції мови можуть бути різними, звідси і різні підстави для диференціації стилів. Так, при орієнтації на сфери людської діяльності – наука, законодавство, діловодство, політика – виділяють «обслуговуючі» їх стилі: науковий, офіційно-діловий, публіцистичний. Усі вони призначені для передавання досить складного змісту і використовуються в офіційному спілкуванні, часто – у писемній формі. Прагнучи підкреслити цю особливість, три вище наведені стилі поєднують, називаючи їх *книжними*. Їм протиставлений *розмовний* стиль, що використовується переважно в усній формі, у повсякденному спілкуванні. Різновидами цього стилю є *літературно-розмовний* – мовлення освічених людей у навчальних закладах, на виробництві, у закладах культури; ораторський (усне публічне мовлення) – виступи на теми інтелектуального, ділового характеру; *розмовно-побутовий* – мовлення у невимушеній, домашній обстановці, на відпочинку, на вулиці.

У письменників, звісно, треба вчитися вмінню виробляти власний, індивідуальний стиль, використуванню «чужої» стилістики. Мова художньої літератури, на думку дослідників, синтезує елементи всіх перелічених стилів. Однак треба уникати безпринципної мішанини стилів – еkleктики. Наприклад, сумнозвісний «суржик» – змішування української та російської мов. Це типовий так званий «макаронічний стиль» (від італ. слова «*tassaroni*» – страва, в яку прийнято додавати різні домішки). А ще є й інше розуміння стилю. Так, в античності помітили, що один пише легко й вільно, а інший – невправно, з труднощами; таким чином виникло поняття «легкого» й «важкого» стилю (залежно від того, хто як вміє писати). Завдяки цьому це поняття стало загальним визначенням ораторської вправності.

Тож основна ідея, яку треба засвоїти всім, хто прагне навчитися мистецтву красномовства, – стильові принципи та системи не є чимось мертвим і застиглим. Вони є функціональними, тобто залежно від свого завдання оратор може використати принципи того чи іншого стилю або комбінувати їх у своєму виступі. Так само можна уникати певної стилістики, якщо вона небажана. Наприклад, у студентській аудиторії оратор дотримується нейтрального, сухуватого стилю. Але коли бачить, що слухачі стомилися, він намагається розважити аудиторію, жартуючи, або, навпаки, вдатися до гнівних зауважень проти тих, хто не дозрів до сприйняття його виступу. А ось вживання вульгаризмів в академічній аудиторії зовсім небажане.

Основні ознаки стилів та їхніх жанрів подано в табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Стилі й жанри мовлення

Назва стилю	Види жанрів, у яких реалізується	Основні ознаки стилів і жанрів мовлення			
		Мета мовлення, призначення	Сфера спілкування	Форма реалізації	Мовні особливості стилю
Розмовний	Приватний лист, бесіда (діалог), розмова	Обмін інформацією, думками, враженнями, прохання чи надання допомоги, вплив; засіб невимусшеного спілкування	Побутові стосунки з родичами, друзями, знайомими; повсякденне спілкування	Діалог, монолог	Широко використовуються побутова лексика, діалектизми та фразеологізми, емоційно забарвлені й просторічні слова, звертання, вставні, неповні слова, вигукі, характерне багатство інтонації тощо
Науковий	Дисертація, монографія, наукова стаття, підручник, лекція, відгук, анотація, рецензія	Повідомлення про результати наукових досліджень, обґрунтування теорій, гіпотез; роз'яснення явищ, систематизація знань	Наука, техніка, освіта	Діалог, монолог	Характерні мовні засоби, терміни, спеціальна наукова фразеологія, складні синтаксичні конструкції, повні речення, логічність, точність, лаконічність, узагальненість, однозначність, обґрунтованість викладу

Назва стилю	Види жанрів, у яких реалізується	Основні ознаки стилів і жанрів мовлення			
		Мета мовлення, призначення	Сфера спілкування	Форма реалізації	Мовні особливості стилю
Публіцистичний	Виступ, нарис, публіцистична стаття, фейлетон, дискусія	Обговорення, відстоювання і пропаганда важливих для суспільства ідей, активний вплив на слухача, спонукання до діяльності	Освіта, суспільно-культурна діяльність, преса, радіо, телебачення	Монолог	Використання професійної лексики, емоційно забарвлених слів, риторичних запитань, вигуків, повторів; тон мовлення пристрасний, емоційний (іронія, сарказм, захоплення, гнів); багатозначна образна лексика, здатна привернути увагу слухачів і вплинути на них
Художній	Трагедія, комедія, драма, водевіль, роман, повість, вірш, байка	Різномісний вплив на думки і почуття людей за допомогою художніх образів, формування моральних якостей та естетичних смаків	Мистецтво слова, культура, освіта	Монолог (діалог)	Застосовуються всі мовні засоби, особливо широко – слова у переносному значенні. Характерні образність, поетичність, естетика мовлення, експресія. Спрямовується на особистість слухача (читача)
Офіційно-діловий	Дебати, переговори, наради, накази, доручення, інструкції, заяви, офіційні звернення	Регулювання офіційно-ділових відносин, офіційні повідомлення, обговорення	Ділові папери	Монолог (діалог)	Характерні високі ступінь відповідальності за зміст інформації; точність, логічність мови; конкретність змісту, безособовість висловлювань, стереотипність мовленнєвих засобів. Являє собою набір мовних кліше, канцеляризмів, професіоналізмів

За умови стильового дисонансу різко знижується рівень мовленнєвої культури психолога, тому змішування навіть функціонально близьких стилів є неприпустимим – кожен зі стилів має свої особливості культури мовлення. Слід враховувати засоби реалізації усної чи письмової форми того чи іншого стилю, оскільки всі сучасні функціональні стилі літературної мови мають обидві форми вираження – усну і писемну.

Розмовний – найбільш традиційний стиль. Передбачає близьке знайомство, відому соціальну спільність комунікантів, відсутність у мові елемента формальності, непідготовленість до спілкування, безпосередню участь у ньому. Цей стиль – корінь перетворень, що відбуваються в мові. Усі зміни мови, які потім проявляються у монологічному мовленні, куються й нагромаджуються саме в кузні розмовного мовлення. Так, у діалозі, під час коротких реплік, особливі жести, вирази обличчя, інтонації настільки допомагають взаєморозумінню, що слова та їхні форми перестають відігравати істотну роль у цьому процесі. Стиль багатий на елементи власне розмовної лексики: специфічні словотворчі елементи, жаргонізми, еліпсиси (скорочення мови, усунення з неї всього того, що з досвіду й контексту ситуації зрозуміле співрозмовникам, але найчастіше – тільки їм), прості мовні структури, що передбачають ситуативний, екстралінгвістичний (міміка, жести) й паралінгвістичний (інтонації, мелодика мови, темп) контексти, допускають неточність, що усувається загальним досвідом співрозмовників; експресивність та динамізм, фатичні (що сприяють встановленню контакту) формули, які позбавлені змісту поза розмовним текстом тощо.

Науковий стиль – засіб повідомлення нової інформації слухачам, які зацікавлені в цьому й підготовлені до її сприйняття. Для нього характерні: термінологічність; інформативність; точність; домінування міркувань, монологічних структур; складні конструкції з безліччю відокремлень, вступних компонентів, що ускладнюють процес розуміння й нерідко порушують логіку мовлення; переважає авторське «ми», що знімає відповідальність з того, хто говорить; своєрідність синтаксису, що характеризується значною кількістю надфразових структур, переліків, відособлених конструкцій, що призводять до порушень у розумінні тексту. Діалогічна відкритість, експресивність не притаманні науковому стилю, форма прояву якого – традиційний монолог, що практично виключає спілкування.

Публіцистичний стиль відрізняється пропагандистським характером. Його завдання – агітація, активний вплив на слухачів, переконання у правильності певних ідей та пропозицій. Він об'єднує в собі точність висловів, логічність доказів з відкритим виразом експресії та емоційним забарвленням окремих фраз. Передбачає широке використання лозунгів, різноманітних риторичних засобів, гумору, сатири. Основна форма викладу – монолог.

Художній стиль вирішує завдання впливу на слухача. З одного боку, він використовує засоби інших стилів, з іншого – збагачує їх. Його характерні риси: образність, багатоплановість усіх засобів, їх яскраве емоційне

забарвлення, лексичне та фонетичне багатство, різноманітність граматичних конструкцій. Основна форма – писемна. Разом з тим елементи цього стилю використовують під час усного мовлення, що сприяє активізації ініціативи й уваги співбесідників.

Офіційно-діловий стиль – сукупність мовленнєвих елементів, характерних для ділових паперів, які мають мінімальний комунікативний потенціал і абсолютно позбавлені експресії. Характеризується високим ступенем відповідальності комунікатора за зміст інформації, що передається; точністю, стислістю, логічністю мови; конкретністю змісту, безособовістю висловлювань, стереотипністю мовленнєвих засобів. Являє собою набір мовних кліше, канцеляризмів, професіоналізмів, які позбавляють мову простоти, образності, емоційності, знижують дієвість усного слова.

Стилістична грамотність – важлива характеристика мовлення психолога. Стилістичні забруднення спричиняють появу психологічних бар'єрів для сприйняття, що знижує ефективність комунікації.

Внутрішнє і зовнішнє мовлення становлять певну єдність, яка не виключає специфічної своєрідності кожної з форм мовленнєвої діяльності.

Зовнішнє мовлення поділяють на усне (звукове) й писемне. Відмінність між усною і писемною формами мовлення переважно функціональна: усне мовлення – засіб безпосереднього спілкування в присутності обох мовців чи обох сторін; відбувається у вигляді усної артикуляції мовних звуків, які сприймаються органами слуху, та розраховане на передавання інформації іншим людям з метою впливу на їхню поведінку та діяльність, писемне мовлення – засіб комунікації між людьми, які перебувають чи перебували в різних обставинах, у різних місцях, які живуть чи жили в різні історичні періоди; відбувається у вигляді умовного відображення звуків на письмі і має таке ж призначення, що й усна форма. Однак і усне мовлення може відбуватися в умовах, коли співбесідники перебувають на значній відстані один від одного (за допомогою технічних засобів). У зв'язку з цим усне мовлення за ситуативними ознаками поділяють на прямо-контактне (виступи, доповіді, розповіді та ін.) й опосередковано-контактне (монологічне мовлення по радіо, телебаченню, комунікація у комп'ютерних мережах).

Усне й писемне мовлення специфічні за формою, способом використання мови як системи, за механізмами породження та сприймання.

Усне мовлення має дещо спрощений характер стосовно добору лексики і додержання граматичних норм, що проявляється у використанні значної кількості усталених конструкцій і зворотів, які закріплені за певними ситуаціями та сприяють конкретизації думки. Прагнення до лаконізму та усунення багатозначності в розумінні інформації призводить до стандартизації усного мовлення, звуження діапазону використовуваних мовних засобів, що значно полегшує спілкування психолога, оскільки використання стандартних фраз-кліше, за аналогією до яких можна сформулювати потрібну думку, спрощує процеси сприймання й відтворення.

Усне мовлення поділяють на відрізки, які мають певну протяжність і членуються на самостійні частини. Однією з вимовних одиниць є фраза – відрізок мовлення, що характеризується смисловою завершеністю, інтонаційною оформленістю, обмежений двома досить тривалими паузами [10]. Речення і фраза не завжди збігаються: речення може складатися з кількох фраз. Результатом процесу говоріння є *текст* (лат. *textus* – тканина, сплетіння, з'єднання) – сукупність речень; це декілька речень чи абзаців, пов'язаних темою та провідною думкою; це мовна одиниця як утілення комунікативного акту; послідовність вербальних знаків, що виникає й існує тільки у процесі спілкування. Текст має певну структуру: завдання, мету, стильові риси, мовні засоби.

Важливо, що структура тексту детермінує характер його сприйняття аудиторією, результат же розуміння програмується автором. Але при цьому розуміння й особливо інтерпретації смислів тексту залежать від внутрішніх, суб'єктивних чинників аудиторії. Зазвичай ці чинники такі: статус і соціальне становище, знання мови тексту – мовна сензитивність, досвід, включеність у культуру та ін. Тобто виникає проблема суб'єктивності сприйняття тексту як знакового продукту. Загальновідоме положення В. Гумбольдта про те, що той, хто говорить і слухає, сприймає один і той же предмет з різних сторін.

Від логічності побудови мовлення психолога залежить успішність спілкування з аудиторією слухачів, колегами, керівниками, розуміння ними сказаного. Мовлення має дві складові – *текст і підтекст*. Ефективність впливу на співрозмовника, аудиторію залежить не тільки від тексту, але й від підтексту – змісту, який вкладає психолог у слова та фрази.

Залежно від складності проблем, конкретних обставин, особливостей співрозмовників виникає необхідність висловлювання невдоволеності ними в дещо пом'якшеній формі, коли основну думку психолог не висловлює буквально, а надає можливість співбесідникам зрозуміти її у формі підтексту.

Найчастіше використовують такі форми підтекстового висловлення думки: підведення співрозмовника до логічно можливого умовиводу, який як очевидність впливає з наведених аргументів; висловлення емоційної інформації засобами образної аналогії у формі прислів'я, розповіді про аналогічний життєвий факт; ілюстрація факту засобами притчі, байки; ствердження методом «від супротивного», коли за зовнішньо нібито схваленою позицією проглядається критична думка, іронія тощо.

Повне взаєморозуміння між психологом та співрозмовниками в кожному окремому випадку можливе за їх готовності й здатності зрозуміти прихований зміст слів фахівця.

Науковці визначають текст як словесне усне чи писемне досягнення, що становить собою єдність якогось більш-менш завершеного змісту і форми, що формулює і виражає цей зміст (Б.Н. Головін). Основні ознаки

тексту: тематична та композиційна єдність усіх його частин; наявність граматичного зв'язку між частинами, наприклад ланцюговий, паралельний; смислова цінність; відносна завершеність. Основні властивості тексту: 1) подільність, обумовлена тим, що текст складається з декількох речень, а порівняно з одним реченням він являє собою комунікативну одиницю вищого рангу; 2) значеннєва цілісність, що досягається при доборі матеріалу завдяки його підпорядкуванню завданню передати основну думку, тобто речення тексту повинні поєднуватися темою й ідеєю; 3) зв'язність, яка полягає у тому, що текст складається з речень, пов'язаних між собою змістом і за формальними ознаками— за допомогою мовних засобів: повторюваних слів, особових і вказівних займенників, синонімів, антонімів, сурядних сполучників тощо.

Тексти, зокрема психологічні, особливо психотерапевтичні, також мають низку особливостей, що вимагає вміння орієнтуватися в їх композиції як авторській організації послідовності наведених подій. Загалом текстові вміння становлять текстову, або мовленнєво-риторичну, компетенцію, що виступає як уміння орієнтуватися в текстовому просторі (щодо простих текстів то, як довели західні вчені, вона формується у дитини до трьох років).

Отже, текст – це мовленнєва тканина виступу чи твору.

Різновидами мовлення є *монолог* (монологічне мовлення) і *діалог* (діалогічне мовлення), які відрізняються один від одного вимовою, мовно-структурними особливостями, внутрішньостилістичною диференціацією і потребують таких умінь мовця: висловлювати думку вголос (пропонувати інформацію), слухати та сприймати думки, висловлені партнером у мовленні, взаємодіяти.

Форми мовлення: розповідь, лекція, коментар, пояснення, оціночне судження, публічна промова, доповідь (монолог), бесіда (діалог). У практичній діяльності психолога широко застосовуються і проміжні між діалогом і монологом форми усного мовлення: репліка, запитання, короткий виступ, повідомлення, висловлення, відповідь.

Діалог – мовлення безпосередньо протиставлених один одному мовців, це ланцюжок словесних взаємодій. У діалозі беруть участь дві особи (особливим різновидом діалогу є полілог). Діалогічне мовлення базується на змінному залученні до ситуації мовотворення то одного, то іншого партнера. Сфера діалогу – усне мовлення. Діалог – результат взаємного процесу, ланцюжок відносно коротких висловлювань.

Монолог – тривале, не розраховане на негайну реакцію, одностороннє мовлення; акт тривалого й цілеспрямованого впливу на слухачів. Монологічне мовлення (усно-публіцистичний тип мовлення) вважають перехідним між усним і писемним (ближче до писемного, ніж до усного діалогічного). Воно виконує функцію повідомлення, впливу, здебільшого розгорнуте, повне, краще підготовлене, проте складніше у користуванні, ніж діалогічне.

За способом викладу змісту монолог поділяють на типи: розповідь, опис, міркування. Застосування того чи іншого типу мовлення залежить від комунікативної мети висловлювання. *Розповідь* застосовують, коли є необхідність розповісти про пов'язані між собою події; *опис* – коли треба дати словесне зображення предмета, особи, місця, стану; *міркування* – якщо потрібно щось довести, пояснити причину того чи іншого явища.

У сучасній психологічній науці також активно вивчають різні текстові продукти. Серед них якраз є *розповіді*, або *нарратив* (Дж. Брунер, Н.В. Чепелева, П. Рікер та ін.). *Текст-нарратив* у психології оцінюють як засіб саморозуміння людини («історія для себе»), самоподачі, самопредставлення («історія для іншого»). Західні вчені розглядають нарратив як специфічну форму дискурсу, що одночасно є моделлю світу і моделлю особистого «Я». Оскільки в ХХ ст. вважається, що особистість може зрозуміти себе, лише створюючи власні історії, тексти, які допомагають їй упорядкувати, збагнути власний досвід, навколишню реальність та саму себе, то в центр уваги сучасних психологів стає не містична природа «Я», а те, яким чином «Я» представлене в дискурсі. Отже, як у риториці, так і в семіотиці, а також психології найбільш доступним та інформаційно насиченим засобом вивчення досвіду людини вважається інформація, яка передається за допомогою мови. Мова стає діагностичним показником.

Ще одна суттєва ознака тексту – *композиція* (лат. *compositio* – складання, твір). Це розташування всіх частин тексту закономірним, вмотивованим змістом і задумом чином. Найбільш розповсюдженою класичною структурою тексту вважається така, що включає в себе: вступ, головну (основну) частину, висновок. Цю структуру часто мають інформаційна промова, доповідь. У наш час вільною композицією відрізняються наприклад, привітальна, торгова, судова промови, які багато в чому визначаються ситуацією й адресатом.

Писемне мовлення – мовлення, зафіксоване на папері за допомогою спеціальних графічних знаків. Адресується читачеві та розраховане на зорове сприйняття. Його мета – досягти точного передавання та сприйняття висловлення. Писемне мовлення характеризується суворим добром мовних засобів одержанням літературних і стильових норм. Воно чітко сплановане, організоване, відзначається ретельністю добору лексики, граматики, чіткіше, різноманітніше нормоване. Викладаючи власні думки на письмі, психолог може декілька разів повертатися до них, виправляти, перефразовувати, доповнювати, досконало добирати слова. Інтонаційні можливості писемного мовлення обмежені. Жодна орфографія, спеціальні позначення (знаки питання й оклику, підкреслення, лапки тощо) не передадуть інтонаційного багатства, що є в усному мовленні.

Текст будь-якого письмового документа має бути:

– *достовірним* (викладені в ньому факти відображають справжній стан речей);

– *точним* (вимагає співвіднесення змісту висловлювання з реальною дійсністю. Залежить від уміння висловлювати однозначно думки, вживаючи слова, словосполучення, речення відповідно до норм літературної мови);

– *логічним* (характеризує мовлення з огляду на його зміст, забезпечує смислову послідовність змісту. Передбачає точність і правильність вживання слів, словосполучень, речень);

– *доречним* (мовні засоби відповідають меті, темі, ситуації мовлення);

– *чистим* (передбачає вживання слів, що відповідають літературним нормам. Просторічні, іншомовні слова, діалектизми, канцеляризми, професіоналізми, руйнують чистоту мовлення);

– *повним* (зміст тексту вичерпує всі обставини справи);

– *стислим* (відсутні зайві слова та смислові повтори, надмірно довгі міркування не по суті справи);

– *переконливим* (веде до прийняття адресатом пропозиції або до виконання прохань, викладених у документі).

Поряд із власне мовленням виділяють **внутрішнє мовлення** – внутрішній, незвуковий тип звертання особи до себе чи до уявного співрозмовника; особливий внутрішній план мовлення, більш глибокий, ніж семантичний; механізм мовного мислення; живий процес народження думки у слові. Воно є закритим і недоступним для інших осіб; втілюється в таку ж словникову оболонку, як і зовнішнє; може здійснюватися у вигляді скороченого, стислого, згорнутого виразу, речень; зрозуміле для себе і не завжди для інших. Перехід від внутрішнього мовлення до зовнішнього розуміють як «переструктурування мовлення».

Внутрішнє мовлення виконує такі функції: підготовка зовнішнього мовлення (обдумування, планування, регулювання діяльності), сприйняття чужого мовлення, внутрішній діалог («розмова» із самим собою), спогади, роздуми, мрії. Є одним із важливих засобів і механізмів психічної діяльності, «пусковим механізмом» довільних дій людини, свідомої регуляції її поведінки (зовнішньої і внутрішньої). Воно значно швидше за зовнішнє, фрагментарніше, більш згорнуте (часом схематичне).

Саме у процесі внутрішнього мовлення, що являє собою складний сплав соціального та біологічного досвідів психолога, визріває конкретна форма професійного спілкування.

Підсумовуючи сказане та повертаючись до соціальних витоків риторського красномовства, стисло зауважимо:

– у понятті «мова» наголос поставлено на системності, структурності, а в терміні «мовлення» – на діяльності, процесі;

– термін «мовлення» вживають у трьох значеннях;

– найважливішою функцією мовленнєвої діяльності є функція вираження думки;

– існують класифікації видів мови і мовлення;

– модель комунікації Р.О. Якобсона пояснює, як діє знак;

– замість класифікацій стилів науковці пропонують визначати типологію функціональних різновидів мови;

– під стилем звичайно розуміють різновид літературної мови, що виконує певну функцію в спілкуванні, тому стилі й називають функціональними;

– текстові вміння становлять текстову, або мовленнєво-риторичну, компетенцію, що виступає як уміння орієнтуватися в текстовому просторі;

– Зенон з Елеї (300 р. до н. е.) порівнював точну економну, сувору промову філософа зі стиснутим кулаком, а невимушену, емоційну й привабливу промову оратора – з відкритою долонею. Теоретик американської риторики П. Корбетт, переосмисливши цю метафору, вважає, що риторика відкритої долоні – це переконлива промова, яка досягає мети завдяки аргументації, взаємному обговоренню питань. Тоді як риторика зі стиснутим кулаком – це промова, яка досягає мети завдяки використанню нераціональних, непослідовних, частково невербальних, провокаційних засобів і прийомів;

– студенту-психологу варто пам'ятати: виклад матеріалу в сучасній науковій психологічній промові, статті або тезах характеризується толерантністю, наявністю відомостей з різноманітних джерел, відсутністю єдиної ідеології, звідси ораторській промові психолога притаманна більша суб'єктивність, адресність – широке коло читачів, а не суто психологічна спільнота.

2.2. Риторична культура мовлення в системі комунікативної компетентності майбутнього фахівця з психології

Становлення особистості фахівця-психолога відбувається у процесах соціальної взаємодії і професійної діяльності. За таких умов фахівець формується як складна система. Б.Г. Ананьєв у виступах з вікової, педагогічної та диференціальної психології послідовно розвивав думку про те, що у своєму повсякденному бутті людина пов'язана нескінченною кількістю відносин не тільки з предметним світом (природним і створеним людством), але і з людьми. Механізмом, за допомогою якого ці відносини у людини із «світом предметів» і «світом людей» встановлюються і розвиваються, є діяльність – праця, спілкування, вчення, гра та інші її види.

Виділяючи спілкування з цього ряду, Б.Г. Ананьєв підкреслює, що особливою і головною характеристикою спілкування як діяльності є те, що через нього людина будує свої відносини з іншими людьми. Висловлюючи цю думку у своїй останній великій праці «Людина як пізнання», він зазначає: «Поведінка людини виступає не тільки як складний комплекс видів її соціальних діяльностей, за допомогою яких опредмечується оточуюча її природа, але і як спілкування, практична взаємодія з людьми в різних соціальних структурах» [5].

Спілкування є водночас соціальним та індивідуальним явищем. Саме тому нерозривно пов'язані соціальне й індивідуальне у найважливішому інструменті спілкування – мові. Пантоміміка і жестикуляція, таким чином, є невербальними засобами спілкування, стають такими саме тоді, коли експресія поведінки виконує комунікативну функцію, не обмежуючись виразними рухами. Регуляторами поведінки в умовах спілкування стають морально-естетичні оцінки, соціальна сутність яких загальновідома. Аналогічними є зв'язки індивідуального і соціального у пізнанні як однієї з основних форм людської діяльності [5].

Відображенням об'єктивного світу в образах і поняттях, у безпосередньо чуттєвому і логічному знанні є індивідуальна пізнавальна діяльність кожної людини. Однак накопичення та узагальнення чуттєвих, образних знань відбувається при обов'язковій регулюючій участі мови, яка разом з тим є основним засобом засвоєння людиною історично накопичених людством, узагальнених і опосередкованих систем знань, способів пізнання і методів діяльності. Пізнання індивіда відбувається шляхом поєднання його життєвого досвіду в його безпосередньо чуттєвому вираженні із системами знань, що існують завжди у мовній формі і конкретних структурах суспільної свідомості, особливо науки і мистецтва.

Ефективність мовлення психолога залежить від його рівня володіння мовою, правильного вибору мовних засобів, культури мовлення.

Культура мовлення – упорядкована сукупність нормативних, мовленнєвих засобів, вироблених практикою людського спілкування, які оптимально виражають зміст мовлення і задовольняють умови й мету спілкування.

Культура мовлення – це норми, правила мовленнєвої поведінки у спілкуванні.

Іншими словами, культура мовлення реалізується у процесі мовленнєвої діяльності, яка має усвідомлений, цілеспрямований, творчий характер [11; 13; 20; 22].

Мовлення завжди являє собою відповідь на певний стимул (внутрішній або зовнішній), і, у свою чергу, мовна дія (і як процес, і як результат) викликає ту чи іншу відповідь (словесну або несловесну, що виражається у мовчанні або фізичній дії). Культура мовленнєвої діяльності включає в себе вербальні та невербальні складові. Отже, культура мовлення має охоплювати всі ці компоненти мовленнєвої діяльності та їх складові, а отже, з точки зору культури у промові в першу чергу оцінюються:

- 1) мета і засоби її досягнення;
- 2) мовлення як процес (мовленнєва поведінка);
- 3) мовлення як результат (текст).

Основні цілі промови – інформування, вираження почуттів, вплив, – породжують не тільки типи ситуацій спілкування, не тільки жанри, а й той

чи інший набір критеріїв для оцінки мовної поведінки і результату мовленнєвої діяльності [7].

Головний критерій оцінки будь-якої діяльності – її ефективність і ступінь цієї ефективності, тобто оцінка того, чи досягла діяльність мети і якою мірою. Ефективність культури мовлення передбачає, що результат не тільки буде відповідати задуманому, але й що постановка мети, способи і засоби її досягнення, сам процес мовлення і результат, який воно викличе, будуть відповідати етичним, комунікативним, естетичним та іншим нормам.

Мовлення орієнтоване на реалізацію таких завдань:

- 1) передавання інформації (інформуюче мовлення);
- 2) вираження емоцій, почуттів і оцінок (емоційно-оцінне мовлення);
- 3) здійснення впливу на адресата з метою доказу тієї чи іншої точки зору (аргументуюче мовлення).

Таким чином, культура мовлення передбачає вміння використовувати і розпізнавати як явні, так і приховані цілі промови.

Видатний американський бізнесмен Лі Якокка зауважував: «Це ж соромно, коли людина з великими здібностями не в змозі зрозуміло розповісти про свої задуми, виступаючи перед радою директорів або відповідним комітетом. ...Гарному менеджері потрібно вміти слухати так само, як уміти говорити» [6]. Отже, мова, уміння спілкуватися, виступають головними «знаряддями» створення іміджу психолога (самопрезентації), конструювання свого образу для інших.

На жаль, мовлення сучасних психологів нерідко засмічується зайвими словами, словами-паразитами, які, власне, стають такими тому, що їх часто вживають. Наприклад, «зрозумійте мене правильно», «отже», «так от» та багато інших. Їх уживання справляє неприємне враження, відволікає увагу слухачів, нерідко просто дратує. Слова-паразити з'являються не тільки через бідність словникового запасу, але й через хвилювання, невміння публічно мислити, вільно формулювати свої думки. «Паразитами» нерідко стають модні нині вирази та слова: «на моє глибоке переконання», «повірте мені», «насправді», «я Вас почув» та інші. Фахівець повинен турбуватися про чистоту свого мовлення, постійно себе контролювати й прагнути до розвитку мовлення.

Виділяють такі важливі характеристики мовлення: правильність, змістовність, доречність, достатність, логічність, точність, ясність, стислість, простота та емоційна виразність, образність, барвистість, чистота, емоційність. Правильна вимова, вільне, невимушене оперування словом, відмова від вульгаризмів, провінціалізмів, архаїзмів, слів-паразитів, зайвих іншомовних слів, наголошування на головних думках, фонетична виразність, інтонаційна розмаїтість, чітка дикція, розмірений темп мовлення, правильне використання логічних наголосів та психологічних пауз, взаємовідповідність між змістом і тоном, між словами, жестами та мімікою – необхідні елементи культури мовлення психолога.

Найважливіші ознаки культури мовлення психолога такі:

1. Правильність. Відповідність прийнятим літературним нормам (орфоепічним, орфографічним, граматичним, лексичним). Еталоном правильності служать мовні норми, які усталились у сучасній суспільно-мовленнєвій практиці, правила вимови, наголошування, словозміни, слововживання тощо. Правильність забезпечує реалізацію інформаційно-інформативної функції мовлення, насамперед здійснюючи вплив на свідомість людини. Основними шляхами розвитку правильності мовлення є тренінги, робота з різними словниками та спеціальною лінгвістичною літературою, слухання та аналіз взірцево правильного мовлення.

2. Різноманітність. Передбачає опанування мовного багатства художньої і публіцистичної літератури, значним словниковим запасом літературної мови (освічена людина застосовує у мовленні 6–9 тис. слів); використання різноманітних мовних одиниць; запас інтонацій для вираження експресивності та мелодики мовлення; стилістично обґрунтоване використання різноманітних структур, словосполучень і речень; активне мислення; постійне вдосконалення й збагачення мовлення. Проявляється на всіх рівнях мови: лексичному, фразеологічному, слотовірному, морфологічному, синтаксичному. Виражаючи думку, мовець може використати різноманітні засоби залежно від знання мови, ерудиції, правил та умов спілкування. Різноманітність індивідуалізує мовлення, свідчить про інтелект і культуру особистості (одноманітне мовлення вважають неестетичним, бідне – неетичним щодо співрозмовника).

3. Виразність. Сприяє здійсненню впливу на емоції та почуття аудиторії. Спонукає до оригінальності у висловлюванні думок з метою досягнення найвищого рівня перцепції на слухача. До засобів виразності відносять: засоби художньої виразності (порівняння, епітети, метафори); фонетичні засоби (інтонація, тембр голосу, темп мовлення, дикція); приказки, прислів'я, цитати, афоризми, крилаті слова та вирази; нелітературні форми функціонування національної мови (територіальні, соціальні діалекти, просторіччя); синтаксичні фігури (звертання, риторичне запитання, інверсія, градація, повтор, період). Виразність розвивається на основі тренінгів, власних творів, спостережень за мовленням різних соціальних груп, аналітичного читання художньої літератури тощо.

4. Ясність. Доступність розуміння для тих, хто слухає. Приказка «Хто ясно мислить, той ясно викладає» яскраво ілюструє цю характеристику. Ясність забезпечує адекватне розуміння сказаного (без деформацій), не вимагаючи від співрозмовника особливих зусиль під час сприйняття. Ясності мовлення сприяють: чітка дикція, логічне й фонетичне наголошування, правильне інтонування, розмірений та уповільнений темп, спокійний та ввічливий тон. Причини, що зумовлюють неясність мовлення: порушення промовцем норм літературної мови; перенасиченість мовлення термінами, іноземними словами; індивідуальне слововживання. Основний шлях розвитку ясності мовлення – сам процес спілкування. Відомо,

що чим частіше психолог вступає у процес комунікації, тим більше уваги приділяє роботі над мовленням, його ясності, від якої залежить досягнення поставленої мети та задоволення від спілкування.

5. Точність. Відповідність думкам того, хто говорить; адекватна співвіднесеність висловлення, вжитих слів або синтаксичних конструкцій з реальною дійсністю, відповідність умовам комунікації. Передбачає увагу до стилю і жанру текстів, умов, середовища, колориту спілкування, культурно-освітнього рівня мовців, залежить від вибору слова чи вислову, уміння зіставляти слово і предмет, річ, ознаку, явище, слово і поняття про них. Проявляється у використанні слів відповідно до їхніх мовних значень. Виробляє у психолога звичку називати речі своїми іменами. Точність зумовлена причинами екстралінгвістичного та лінгвістичного характеру (знання суб'єктом предмета мовлення, його установки – вигідно чи не вигідно називати речі своїми іменами, багатство чи бідність активного словникового запасу). Розвивається в процесі роботи зі словниками, навчальною, науковою літературою, шляхом аналізу власного та чужого мовлення тощо. Досягається за умов: знання предмета мовлення; володіння мовою та мовленнєвими навичками.

6. Об'єктивність. Передбачає максимальний ступінь правдивості та неупередженості фактів і коментарів до них. Важливо виокремлювати власні думки, оцінки, які можуть і не збігатися з офіційними документами, дотримуватися чинних законів, постанов.

7. Нормативність. Відповідність системі мови, несуперечливість її законам; наявність нових семантико-стилістичних можливостей, уточнювань контексту, що увиразнюють висловлюване; відсутність стилістичного (і стильового) дисонансу; доречність застосування норм іншого стилю.

8. Чистота. Передбачає бездоганність усіх елементів мовлення, без неосвоєних недоречних запозичень з інших мов, невластивих українській мові форм.

9. Стислість. Проявляється у виборі мовних засобів для вираження головної думки, тези. Формує вміння говорити суттєво. Ефективний шлях розвитку – аналіз власної й чужої промов.

10. Доцільність. Відповідність мовлення меті, умовам спілкування, стану того, хто висловлюється. Визначається ситуацією. Основний спосіб розвитку – виступ із певною темою перед різноманітними аудиторіями. Доцільність відточує, шліфує мовне чуття психолога, допомагає ефективно управляти поведінкою слухачів (встановлювати контакт, викликати й підтримувати інтерес до процесу спілкування, знімати роздратування, викликати почуття симпатії, створювати стан розкнутості тощо). Критерій комунікативної доцільності зумовив окреслення соціолінгвістичних (доцільність уживання мовних засобів за різних соціальних умов (мовець добирає формули мовленнєвого етикету згідно із соціальним статусом партнера по комунікації) та прагматичних (правила спілкування (зокрема вміння почати та закінчити розмову) й тактика спілкування (вміння перефразувати думку партнера, використовувати мовні засоби для змінювання теми розмови тощо)).

зувати вислів, заповнити паузу) норм мовлення. Неправильне звертання, наприклад, із порушенням соціолінгвістичної норми, може призвести до більших негативних наслідків, ніж граматична чи лексична помилка. Тривали, незаповнені паузи, незавершені речення або незв'язність мовлення (відсутність прагматичних умінь) спричиняють втрату інтересу з боку слухача. Виділяють доцільність: контекстну (проявляється у єдності змісту і форми вислову; вимагає гармонічного поєднання загальної тональності, слів, інтонації та структури речень); ситуативну (пов'язана з використанням різних форм, звертання, ввічливості); стильову (обумовлена різним функціональним призначенням стилів мовлення, що визначає вибір мовленнєвих засобів).

11. Логічність. Відповідність законам логіки, які вимагають точності вживання слів і словосполучень, правильності побудови речень, смислової завершеності тексту. Найголовніші умови логічності: уникнення невинновданого повторення спільнокореневих слів (тавтології), вживання зайвих слів (плеоназм), чіткість у побудові ускладнених речень (з однорідними членами, з відокремленими другорядними членами – дієприкметниковими та дієприслівниковими зворотами, у структуруванні складного речення тощо). «Що нечітко уявляєш, те нечітко й висловлюєш; нечіткість і заплутаність виразів свідчить про заплутаність думок»[10].

12. Варіантність. Рівнозначна можливість користуватися будь-яким варіантом.

13. Простота. Природність, відсутність пишномовності. «Під пихатістю та неприродністю фрази ховається пустота змісту» [10].

14. Естетичність. Вираження естетичних уподобань мовця засобами мови, здатність викликати своїм мовленням відповідні, бажані почуття естетичного задоволення.

15. Виразність (емоційність, експресивність). Передбачає поєднання мовцем засобів впливу як на інтелект, так і на почуття слухачів для підсилення інформативного, модального та морально-психологічного аспектів сприйняття. Складається з двох компонентів: інформаційної (змістової) та виразальної (чуттєво-мовної) виразності.

Наведені ознаки культури мовлення психолога-практика забезпечують ефективність професійної комунікації.

Провідними функціями мовлення є комунікативна (функція спілкування) та експресивна (функція вираження думки). Різні функції мовлення зумовлюють різноманітні його види:

1. Референтний (номінативний) – передбачений для позначення явищ дійсності.

2. Емотивний – орієнтований на того, хто говорить, та вираження ставлення психолога до змісту повідомлення або його емоційної реакції на ситуацію спілкування.

3. Апелятивний – орієнтація на адресата (слухача, клієнта), в найбільш чистому вигляді виражається в таких формах, як звертання або спонування.

4. Мовленнєвий контакт, необхідний для спілкування, як вид фактично є функцією. Він реалізується такими висловлюваннями, які мають на меті зав'язати, продовжити або зупинити розмову.

5. Установа на те, щоб повідомлення своєю формою та змістом, задовольняючи естетичне почуття адресата, створювало поетичну функцію, тобто, відповідаючи основній спрямованості художнього тексту, було присутнім і в повсякденному мовленні.

6. Оскільки мовлення є суспільним явищем, воно розглядається як частина культури, один з її компонентів.

Культуроносна, або кумулятивна, функція проявляється в тому, що мовлення не просто передає повідомлення але й має властивість відображати, фіксувати та зберігати інформацію про сприйняту людиною дійсність.

Культура мовлення психолога – не тільки показник його професійних якостей, але й фактор, що впливає на його визнання у діловому світі. Як правило, психологи, які не володіють мовленням на належному рівні, бувають незадоволені собою, їх скептицизм та песимізм впливають на поведінку, позначаються не тільки на професійній діяльності, але й на приватному житті.

Зрозуміло, що досягти високого рівня культури мовлення неможливо без високої лінгвістичної свідомості носія мови, «любові до мови», наявності постійної потреби аналізувати, вдосконалювати, шліфувати власне мовлення. Необхідно читати багато різноманітних творів, вчитися у майстрів індивідуального художнього стилю, читати вдумливо, прагнучи до системності у підборі літератури; намагатися, користуючись практично кількома мовами, добре оволодіти нормами кожної з них, осмислити їх специфіку, не допускати змішування мовних явищ, виправляти прояви інтерференції (взаємодії того, що запам'ятовується, з вже відомим), яка призводить до полегшення або ускладнення запам'ятовування, а іноді й до викривлення; незалежно від сфери своєї діяльності стежити за змінами норм, які фіксуються у нових виданнях словників, правописних збірниках; критично і творчо ставитися до написаного і промовленого слова, звіряючи його і з кодексами норм, і з практикою визнаного зразка; не йти за «модними» тенденціями, які не проявляють себе в окремих виданнях, в окремих авторів або соціальних чи професійних групах людей (у вживанні іншомовних слів, жаргонізмів-кліше (стійких сполучень, що використовуються в певних ситуаціях), термінологізмів, «телеграфного» стилю мовлення, нарочитої спрощеності тощо).

Високий рівень культури мовлення психолога забезпечують такі вміння:

– *організаторські* – уміння організувати процес спілкування, спираючись на знання ситуації, мотиву й мети спілкування, на правильне розуміння клієнта, встановлення контакту; вміння викликати й підтримувати інтерес до процесу спілкування, поступово виконуючи одне за одним поставлені завдання;

– *інформативні* – уміння викласти інформацію за темою спілкування в монологічній або діалогічній формі, узгоджуючи інформативну насиченість повідомлення доступним для адресата лексичним матеріалом, синтаксичними конструкціями, інтонаційним оформленням;

– *перцептивні* – уміння словом і ділом впливати на партнерів, переконувати їх, схилити на свій бік;

– *контрольно-стимулюючі* – уміння оцінювати діяльність співрозмовника (комуніканта) на кожному етапі спілкування у такій формі, яка сприяє прагненню до подальшого спілкування, а також здатність до самооцінки, аналізу власної мовленнєвої діяльності.

Ці вміння взаємодіють під час спілкування, усі разом забезпечують здатність психолога-практика спілкуватися професійно.

2.3. МОВНИЙ ЕТИКЕТ

Мовний етикет – сукупність правил поведінки, що стосуються відносин з людьми (поводження з оточуючими, форми звертання, поведінка в громадських місцях, манери, одяг); приклад мовленнєвої поведінки, встановленої у певному суспільстві.

Уміння дотримуватись етичних норм завжди високо цінувалося в суспільстві. Знання норм етики, вміння додержуватись їх у своїй поведінці, в мовленні, контролювати свої почуття, емоції, управляти своєю поведінкою свідчить про гарні манери психолога.

Норми етикету проявляються у таких якостях: ввічливість, уважність, тактовність, доброзичливість, витримка, які виражаються за допомогою певних мовленнєвих дій. Наприклад, якщо психологу в певний момент не потрібне спілкування, він має знайти правильний спосіб уникнути його, не образивши співрозмовника. Відвертість не завжди доречна у спілкуванні (особливо в діловій сфері).

Психологу доцільно дотримуватись основних принципів ділового етикету [16]:

1. Робити все вчасно. «Будьте уважні до оточуючих і пам'ятайте про звичайні правила ввічливості, тобто робіть усе вчасно, приходьте вчасно, нагадування про зустрічі заносьте у діловий щоденник».

2. Не казати зайвого. «Потрібно дуже уважно слідкувати за тим, що ви кажете й чітко уявляти, які наслідки може мати передавання конфіденційної інформації стороннім особам».

3. Бути люб'язними, доброзичливими та привітними. «Культура будь-якої організації складається з поглядів та вчинків її співробітників. Пам'ятайте, що лихі задуми і вчинки ніколи не приведуть до позитивних наслідків. Отже, яким би чином до вашої фірми чи до вас не прискіпувалися, намагайтеся залишитися ввічливим, привітним і сповненим оптимізму».

Ваші клієнти, замовники, співробітники чи підлеглі можуть скільки завгодно прискіпуватися до вас – це не важливо: все одно ви повинні поводитися ввічливо, привітно і доброзичливо. Кому подобається працювати з людьми нудними, вередливими та недовірливими? Досягти успіху вам допоможе лише доброзичливе ставлення до інших. Якщо всі навколо повторюють, що ви вмієте подобатися – ви на правильному шляху. Одним із важливих елементів вихованості та доброзичливості є мистецтво казати те, що потрібно.

4. Думати про інших, а не тільки про себе. «Якщо у вас немає співчуття до ваших клієнтів, немає розуміння їх потреб та проблем – це ваша велика помилка».

Треба бути уважним не лише до клієнтів чи колег, а й до начальства та підлеглих. Поважайте думки інших, намагайтеся зрозуміти, чому в них та чи інша позиція. Не починайте одразу сперечатися, коли хтось сумнівається в якості вашої роботи: покажіть, що цінуєте думки і досвід інших людей. Упевненість у собі не повинна заважати вам бути скромним.

5. Одягатися доречно. «Перше враження складається при першій зустрічі. Так що справляти його треба одразу ж. Дивіться на людей, слухайте їх, обирайте найкращі приклади для наслідування».

Найголовніший принцип – ви повинні прагнути вписатися в оточення на роботі, а всередині цього оточення – у число робітників вашого рівня.

6. Розмовляти і писати гарною мовою. «Той, хто може чітко висловити свою думку, має велику перевагу. Невміння як слід написати чи сказати часто відкидає людину назад, і її здібності можуть пропасти даремно».

Дотримання основних принципів ділового етикету дозволить психологу виховати гарні манери, необхідні кожному не тільки у діловому, але й у повсякденному спілкуванні.

До **етикетних форм спілкування** належать мовні формули вибачення, прохання, подяки, згоди чи незгоди, привітання, прощання та інші. Мета їх використання полягає в тому, щоб співрозмовник міг правильно ідентифікувати передачу через мовлення тих чи інших почуттів мовця. Дотримання етики у цьому випадку відбувається у вигляді адекватних мовної та чуттєвої реакцій – відповідей.

На рівні етикетних форм здійснюється і **ритуальне спілкування** (вироблений традицією чи встановлений порядок ведення бесіди). Як для побутового, так і для ділового спілкування важливе дотримання вимог етики мовлення. У побуті ці вимоги не так суворо регламентуються (людина реалізує себе як особистість і більш вільна в прояві почуттів, відданні переваги), як у діловій сфері (тут головне – професійно виконати свою роль, незнання чи нерозуміння вимог етикету негативно позначається на просуванні по службі). Це стосується і психологів, тому що навіть незначна мовна помилка (неввічливість, нетактовність, різкість) часто може призвести до втрати клієнта. Суспільство вимагає від кожного використовувати під час спілкування конкретні ва-

ріанти мовленнєвої поведінки. Навмисне (чи ненавмисне) порушення етикетних форм (привітання, вибачення, подяки та ін.) може негативно вплинути на мікроклімат в організації, спричинити соціальні та інші конфлікти.

Так, часто принципом «ввічливості» диктується підкреслення поінформованості того, хто слухає, наприклад: *«Ви самі знаєте...»*, *«Ви самі говорили...»*, *«Сам знаєш, наскільки важлива ця тема»*. У «презумптивних» питаннях використовується висловлення думки з дієсловом (гіпотетично). У нижченаведеному прикладі – відсутність необхідного «принципу ввічливості», ототожнення промовцем погляду його і слухача, наприклад: *«Іро, Ви теж так думаєте...?»*. Якщо психологу відомо, що його позиція важлива для співрозмовника, він, впливаючи на нього своїм авторитетом, будує висловлення, використовуючи конструкцію з дієсловом «знання» або «думка», наприклад: *«Думаю, результат буде позитивним»*; *«Знаю, шановні, ви добре зрозуміли мою думку»*.

2.4. ТЕХНІКА МОВЛЕННЯ ПСИХОЛОГА

Оволодіння технікою мовлення потребує знання психологом-практиком будови мовленнєвого апарату, ознайомлення з особливостями звукотворення, опанування техніки фонаційного дихання, формування артикуляційної вимови, оволодіння основами правильної дикції, вироблення вміння дотримуватись оптимальних темпу й ритму мовлення, усвідомлення суті логічного мовлення.

До мовного апарату належать мозок, носова та ротова порожнини, тверде піднебіння, губи, різці, язик, горло, надгортанник, трахея, бронхи, легені, діафрагма. Психолог повинен дбати про активність, динамічність цього апарату, його рухливих частин (губ, язика, щелеп, голосових зв'язок).

Артикуляція – злагоджена і виразна діяльність органів мовлення; вимагає чіткого вимовляння всіх звуків відповідно до правил орфоепії будь-якої мови. Процес артикуляції охоплює не тільки рухи язика, губ, зубів, але й міміку, зміни у виразі обличчя, активну жестикуляцію, рухливість постаті психолога. Систематичне виконання вправ артикуляційної гімнастики сприяє оволодінню технікою мовлення.

Дикція – вміння виразно вимовляти звуки, склади, слова. Сутність дикції як феномена в тому, що психолог повинен чітко вимовляти не тільки думку, але й кожен звук губами (мають рухатись під час розмови постійно) та язиком (не повинен чіплятись за зуби та інші частини ротової порожнини; увесь час має перебувати в напруженні, змінюючи своє положення від одного до іншого звуку). Виконання вправ для засвоєння положення апарату мовлення й артикуляції під час вимови звуків та слів у фразі сприяє розвитку дикції.

Дихання – важлива складова техніки мовлення психолога; визначає якість звуків і мовлення загалом. Його механізм формується з дитинства. Фізіологічне дихання (вдихання і видихання ритмічні, однакові за тривалістю) є достатнім під час мовчазної роботи людини. У професійній діяльності (спів, промова, виступ перед слухачами та ін.) потрібне фонаційне дихання (вдихання коротше від видихання).

Розрізняють кілька видів дихання: верхнє (ключичне), грудне (реберне), черевне (діафрагмальне). У разі активного мовлення перевагу надають діафрагмальному диханню, яке коливається за висотою, частотою та глибиною. У професійній діяльності (промова, виступ перед слухачами) важливим є фонаційне дихання (вдих коротший за видих).

Уміле використання струменя повітря характеризує освіченого, грамотного промовця. Щодо дихання, то психолог має знати основні закономірності його застосування: говорити треба, видихаючи струмінь повітря, а вдихати його слід під час непомітних для слухача пауз, логічних зупинок. Опанування техніки фонаційного дихання можливе за допомоги спеціальних вправ.

Якість мовлення психолога істотно залежить від сили, витривалості, гнучкості голосу.

Добре поставлений голос дає можливість передати у слові, яке звучить, найдрібніші смислові відтінки, допомагає сприйняти думку мовця у всій її змістовній повноті, створює певний емоційний настрій, який полегшує сприйняття. Навпаки, тьмянний, монотонний, нерозвинений голос швидко притуплює сприйняття слухачів, заважає їм вникнути в суть справи.

Особливо складні завдання перед голосовим апаратом ставить публічне мовлення. Невміле користування ним в умовах підвищеного навантаження найчастіше призводить до виникнення різних функціональних, а часом і органічних захворювань.

Від чого ж залежить нормальне звучання голосу? Як можна розвинути його, або, як часто ще говорять, поставити? Виділяють такі основні якості голосу.

Сила і гучність звуку

Вона повинна бути достатня, щоб голос був добре чутний в будь-якій аудиторії. Не слід змішувати поняття «сила звуку» і «гучність». Сила звуку – величина об'єктивна, це – реальна енергія звуку, вимірювана в децибелах. Гучність – суб'єктивне поняття, пов'язане з нашим сприйняттям звуку тієї чи іншої сили.

Зв'язок між цими поняттями такий: сила звуку повинна бути прийнятною для кожного слухача.

Гучність мовлення є одним із показників культури людини. Деякі говорять по телефону дуже голосно, інші – ледь чутно, навіть після нагадування про погану чутність. У громадському транспорті нерідко доводиться бути жертвою гучної розмови, «що лізе настирливо у вуха» і не викликає нічого, крім роздратування.

Динаміка (сила) голосу визначається струменем повітря, що посилюється і тисне на голосові зв'язки. Діапазон сили звучання широкий, тому завдання психолога – обрати якнайкращий рівень його посилення залежно від обставин: місця, пори року, часу, оточення, розміру приміщення, конкретного завдання. Психолог має розуміти, що силу голосу визначає не крик, не гучне виголошування фрази, а внутрішнє емоційне наповнення. Можна голосно, на високій ноті висловити думку, але вона залишиться слабкою, «порожньою», оскільки не підкріплена силою емоцій.

Витривалість – стан голосу, коли тривала мовленнєва діяльність людини не призводить до його ослаблення чи захворювання.

Гнучкість голосу передбачає охоплення максимального діапазону звучання – від низьких до високих звуків і тонів. Голос може звучати на високому, низькому, середньому регістрах, може викликати радість, смуток, жаль чи роздратування, бути приємним чи розпачливим, допомагати зосередитися, замислитися, замилюватися чи заважати слідкувати за ходом думки, викликати протест.

Тембр голосу – це звукове забарвлення голосу, яке створює відтінки мови (оптимістичний, сумний, веселий), а також відображає стійкі характерні особливості голосу (баса, тенора, баритона). Від того, наскільки виразний голос у своєму забарвленні, залежить легкість сприйняття слухачами змісту висловлення.

За допомогою зміни тону створюється мелодійний малюнок мовлення. Кожен, хто прагне донести свої думки до слухача, повинен вміти тонувати мову, надавати їй мелодійну різноманітність.

Великим недоліком є монотонність мовлення. Вона виникає у тому випадку, коли висота звуку залишається незмінною на протязі всієї промови. Природною монотонністю мовлення більше за інших страждають флегматики і меланхоліки.

Тому особам з переважно вираженими такими складовими у формулі свого темпераменту варто звернути особливу увагу на варіювання тональності мови, особливо якщо справа йде про публічний виступ.

Крім монотонності мовлення, є й інші перешкоди до її сприйняття. Тривало використовуваний високий тон стомлює, а найнижчий – дратує, оскільки вимагає від слухача значного напруження.

Грубий, глухий чи писклявий голос дратує тих, хто слухає, гальмує процес сприйняття змісту мовлення. Варто знати, що чутливі душею люди, як правило, змінюють висоту свого голосу в широких межах. Якщо висота голосу стабільна, це негативно впливає на тих, хто слухає.

Іноді знервованість з приводу виступу може перенапружити м'язи грудної клітини та горла, перешкодити доступу повітря, і як результат – може спричинити втрату натурального звучання голосу. У цьому випадку зарадить глибоке дихання, яке заспокоїть та поверне голосу природне звучання.

Для поглиблення «соковитості» й «оксамиту» голосу психолог повинен уміти вибирати найприємніше його звучання відповідно до конкретних умов, визначаючи динаміку, темп, тембр і не забуваючи при цьому про чітку вимову звуків, складів, фраз.

Голос – найдосконаліший інструмент, який *потребує турботливого ставлення*, зміцнення за допомогою вправ, тренування, дотримання температурного режиму.

Неякісне харчування, часте підвищення голосу псує його. У разі куріння, перепадів температури голосові зв'язки потовщуються, що значно ускладнює дихання та негайно позначається на якості голосу. Збільшення чи набрякання голосових зв'язок призводить до їх незмикання (щілина між двома нижніми смужками розширюється настільки, що вони перестають торкатись одна одної), втрати голосу взагалі, дискомфорту та дисгармонії психолога.

Голос – не тільки провідний елемент процесу спілкування – мови й мовлення, але й інструмент самовираження особистості, демонстрації власного іміджу. «"Бути в голосі!" – яке блаженство відчувати, що можеш управляти своїм звуком, що він підкорюється тобі, що він звучно й сильно передає найменші деталі, переливи, відтінки твоєї творчості», – писав К.С. Станіславський [22]. Висновок напрошується сам: треба знати основи «постановки голосу».

Володіння красивим і правильно поставленим голосом – завдання психолога, яке має виконуватися за допомогою різноманітних вправ, технологій. Вправління є важливою умовою постановки голосу. Читання напам'ять уголос улюблених художніх творів (прозових уривків, поезії) перед дзеркалом, багаторазове повторення скоромовок допомагає позбутися негативних рис, які можуть псувати імідж людини.

Знайти для себе кілька скоромовок (*«Рододендрони з дендрарію», «Осип охрип, Архип осип», «Талер тарілка коштує», «Був собі Карпота Полікарпа, та й переполукарпився на маленькі полукарпенята», «Перепеличка невеличка під полукіпком випідьпідьомкалась»* тощо) і проговорювати їх кілька разів підряд – завдання потрібне і корисне, а вправління з їх допомогою – доступне для кожного. Робота над дикцією починається з вправ для артикуляційних органів: нижньої щелепи, губ, язика. З ними можна ознайомитися у відповідній літературі [19]. Після певної «розминки» артикуляційних органів слід переходити до роботи над голосними буквами, насамперед важливо звернути увагу на положення мовленнєвого апарату під час утворення голосних звуків, потім необхідно проводити аналогічну роботу над приголосними.

Постановка голосу можлива за умови усвідомлення ролі дихання й опанування основних його видів, ведення розмови (читання віршів, доповідей та ін.) «на видиху»; вимовляння слів «твердими губами», чіткого артикулювання всіх голосних і приголосних відповідно до вимог української орфоєпії; знаходження найкращого (оксамитового) тембру тощо.

Голос має бути експресивним. Щоб голос добре працював, необхідно оволодіти прийомами театральної педагогіки:

- опосередкований вплив на роботу з голосом за допомогою дії, який передбачає вміння тренувати голос, використовуючи образні уявлення для слуху, зору, нюху, дотику, м'язового відчуття. Наприклад, можна уявити, що ви «тихо стогнете, тому що у вас болить горло», «вдихаєте приємний запах», «надуваєте м'яч чи дитяче рятувальне коло», «гасите уперту свічку» тощо. Допомагають також звуконаслідувальні вправи, скоромовки, вправи з диктування. Ці і безліч інших вправ сприяють формуванню навичок володіння голосом, збереженню природного тембру голосу при зміні сили, висоти і темпу мови;

- прийом виразного читання, який передбачає «красиве читання» віршів чи інших літературних творів з використанням окличних і запитальних інтонацій, зниження чи підвищення сили і темпу мови, переказ образно-емоційних педагогічних ситуацій, конфліктів тощо.

2.5. ІНТОНАЦІЙНА ВИРАЗНІСТЬ МОВЛЕННЯ ПСИХОЛОГА

У комунікативній взаємодії психолога з клієнтами, колегами велике значення має і тон мовлення. Його складові – інтонація та інтонаційна виразність. **Інтонація** – сукупність звукових засобів мови, що організують мовлення; **інтонаційна виразність мовлення** – вираження почуттів і емоцій за допомогою голосу. Це ритміко-мелодійний бік мовлення, основними елементами якого є мелодія мовлення, його ритм, інтенсивність, темп, тембр, фразові й логічні наголоси. Інтонація сприяє вираженню своїх думок і почуттів не тільки поряд зі словом, але й іноді всупереч йому.

Крім функцій доповнення, заміщення, передбачення мовного висловлення, а також регулювання мовленнєвого потоку, акцентування уваги на вербальному повідомленні, інтонація виконує ще й функцію економії мовного висловлення.

За твердженням фахівців, інтонація у процесі спілкування дорослих може нести до 40% інформації. В інтонації проявляються ті переживання, що супроводжують мову психолога, звернену до співрозмовника, який з інтонації одержує інформацію не тільки про зміст, смисл сказаних слів, але й про ставлення психолога до нього, оскільки він має винятковий «емоційний слух». Тож мова психолога має бути емоційно насиченою, однак при цьому слід уникати крайнощів; фахівцю з психології важливо правильно обирати тон спілкування. Добираючи тон мовлення зі співрозмовниками (чи іншими категоріями осіб), доцільно зважати на мету мовлення та інтерес співбесідника. Цей фактор проявляється лише в мовленнєвій діяльності та не може бути заздалегідь змодельованим, оскільки лише реакція суб'єкта, на якого спрямоване мовлення, є своєрідним маяком у корекції тону мовлення.

Засоби інтонаційної виразності: темп, паузи, логічні наголоси

Темп мовлення – швидкість вимовляння складів, слів, фраз, що залежить від індивідуальних звичок людини, її характеру, настрою, темпераменту.

Він може сильно варіюватися. Однак найчастіше публічний виступ починається у повільному темпі. З метою драматизації темп підсилюють або, навпаки, знижують. Прийнято вважати, що оптимальним темпом публічного виступу є 120 слів за хвилину. Зазвичай одну сторінку тексту, надрукованого через півтора інтервали, кваліфікований оратор, диктор радіо і телебачення читає за дві хвилини.

Слід мати на увазі, що повільний, млявий темп мовлення зазвичай притупляє увагу слухачів. Швидкий темп, навпаки, ускладнює сприйняття, оскільки слухачу необхідно в одиницю часу осмислити значно більше інформації, ніж він на те буває здатний.

Психолог має володіти різними темпами, аби уникати одноманітності презентації інформації. Разом з тим не можна ділити фрази на окремі слова, потрібно навчитися зберігати мелодійну єдність мовного такту. Нарешті, слід пам'ятати, що мимовільна увага та правильне зіставлення співбесідниками смислових акцентів забезпечується контрастами прискорення-уповільнення, зміною темпу, який, таким чином, є засобом керування увагою аудиторії. Загострити увагу може пауза, одна-дві фрази на іншу тему, вимовлені у швидкому темпі.

Пауза – тимчасова зупинка, перерва у мовленні, яка сприяє смислового уточненню змісту інформації; важливий компонент виразності мовлення. Паузи розділяють мовленнєвий потік на складові частини і відіграють значну роль в організації сприймання інформації. Доцільним є застосування логічних (дають змогу психологу обдумати наступну фразу для сприймання інформації) та організаційних (допомагають зосередитися для переходу від одного етапу спілкування до іншого, дають можливість «відпочити», подумати, що поліпшує сприйняття, стимулює мимовільну увагу та служить для зміцнення контакту психолога з аудиторією) пауз. Пауза може упорядковувати вислів, привернути увагу до найважливішої інформації.

Виступи, промови не тільки втомлюють співрозмовника (аудиторію), але й дратують, можуть засмутити та розізнати так, що мовця перестають слухати, починають протестувати. Тут доцільно згадати правило – тягни паузу стільки, скільки зможеш, щоб утримати увагу слухачів.

Паузи є цінним компонентом і в побутових розмовах. Вони свідчать про повагу до співрозмовника, про вміння зосередитися на предметі розмови; помітивши, що промова викликає протест, треба зробити зупинку, змінити тему бесіди, припинити розмову взагалі.

Потреба людини в можливості «виговоритися», щоб повідомити певну інформацію співрозмовнику (розділити її з ним) та побачити реакцію на неї, прийняти адекватне рішення, є незаперечною. Під час розмови слід частіше ставити запитання співрозмовникам, викликаючи у них бажання висловитися, розкритися, самореалізуватися у слові. Разом з тим такий хід розмови дає інформацію про те, як триматися, коли робити паузу, як ставити запитання, як на них відповідати.

Між окремими словами можна робити незначні паузи, а між реченнями, фразами, окремими думками допускати більш тривалі інтервали, даючи можливість слухачам зосередитися, щоб добре зрозуміти, про що йдеться. Важливим правилом є уникання будь-яких зайвих звуків, невисловленості, заповнення пауз словами-паразитами чи звуками типу: е-е-е, м-м-м, и-и, гм-гм-гм; кх-кх-кх тощо. Психолог має розуміти сам і донести до аудиторії, що в будь-якому віці можна позбутися дефектів мовлення, збагатити свій словниковий запас.

В організації смислової структури мовлення значна роль відводиться й **логічним наголосам** – виділенням складу в слові або самого слова, яке несе більше смислове навантаження, силою голосу чи підвищенням тону; довільне виділення одного з елементів висловлювання з метою збільшення його семантичного значення. Правильне використання логічних наголосів робить мовлення зрозумілим, точним. Водночас надмірна кількість їх збіднює мовлення, веде до переключення думки.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ

1. Чим розрізняються і як між собою пов'язані поняття: культура мовлення, мовна культура, культура мовленнєвої діяльності, культура спілкування, загальна культура?

2. Яка з норм більш рухлива – орфоепічна, лексична або граматична?

3. Як визначити ступінь розвиненості мовця стосовно мовної культури?

4. Для людей яких професій володіння нормами літературної мови є показником професійної придатності?

5. Чи згодні ви з думкою Л.К. Граудіної про те, що зниження морального й етичного стандартів у суспільстві проявляється перш за все у зниженні рівня мовної культури?

6. Наведіть приклади ситуацій, що вимагають мовного етикету.

7. Що таке мовна поведінка антиетикету?

8. Читайте тексти, дотримуючись орфоепічних норм.

9. Розіграйте ситуації, використовуючи етикетні формули вітання, уявлення, прощання:

1) Ви знайомитеся із журналістом, про роботу якого досить обізнані, але раніше особисто не зустрічалися.

2) Ви на презентації продукції фірми. Представте вашого молодого знайомого його конкурентові – президенту фірми.

3) Прощання.

Порівняйте. Стиль завжди пов'язаний з вибором засобів мови залежно від умов породження мовлення, його цілей, індивідуальної манери автора.

Стилістика – це вчення про стилі, їх розмежування, про вибір засобів виразності мови.

Завдання: навчитися глибоко і правильно дихати із закритим ротом, щоб співрозмовник не помітив «технічної зарядки» голосу. Наведемо зразки вправ, завдань, спрямованих на формування уміння правильно дихати.

Завдання 1. Знайдіть діафрагму (місце, де закінчується реберна частина грудної клітки) і покладіть на неї руки так, щоб відчувати, як вона підіймається (рухається). Після цього непомітно вдихніть повітря і, повільно видихаючи його, продовжуйте розмову. Пам'ятайте, ознакою правильного дихання є те, що ззовні непомітно, як піднімаються плечі, одночасно рухається верхня частина тулуба. Для цього, не поспішаючи, наберіть у легені повітря носом і повільно видихніть під час розмови через рот, уявляючи, що задувається свічка або здуваються пушинки кульбаби. Візьміть невеликий шматок тонкого паперу і, дмухаючи на нього так, щоб він відлітав якнайдалі, повторіть це завдання.

Завдання 2. Прикладіть долоню до горла та вимовте приголосні звуки, додаючи до кожного приголосного спершу голосні [а, о, у, е, и], потім – [і]. Доберіть слова, в яких приголосні стояли б перед я, ю, є, з м'яким знаком у кінці слова та складу. Вимовте слова, прослідкуйте за вимовою приголосних у різних позиціях.

Завдання 3. Простежте за участю губ під час творення голосних звуків. Вимовте звуки [і, и, е, а]. Ви помітили, що під час їх вимовляння губи розтягуються, але активної участі у творенні цих звуків не беруть? Повторіть дослід ще раз. Підготуйте мовленнєвий апарат до вимови звука [а]. У положенні, коли широко розкритий рот, вимовте звуки [у, о]. Чому їх не можна вимовити? Тепер вимовте звуки [у, о]. Проаналізуйте, яку участь у їх творенні беруть губи.

Ефективним є також вправляння за допомогою приказок і прислів'їв, читання вголос цікавих текстів, повторення крилатих фраз, ідіоматичних зворотів тощо.

Творче завдання

1) Одним з видів тексту-нарративу є такий його різновид, як автобіографія, в процесі повідомлення якої особистість не просто фіксує зовнішні події, а переважно описує своє внутрішнє життя. Підготуйте автобіографічний наратив якоїсь цікавої/нецікавої події. Представте світ у динаміці: «Що відбулося?». Оцініть рівень вашої текстової компетенції за параметрами дотримання правил рефлексії класичної композиції.

2) Підготуйте промову, розраховану на 3 хв, про важливість знань риторики та про необхідність уміння говорити привселюдно і виголосіть її перед академічною групою. Подумайте, яким з методів викладу матеріалу ви частіше за все користувалися при складанні текстів?

РОЗДІЛ 3

СПІЛКУВАННЯ ПСИХОЛОГА ТА ВМІННЯ СЛУХАТИ

3.1. Моделювання психологом усного мовлення

Підготовка психолога до усного мовлення залежить від його теми, мети, завдань, що стоять перед ним, індивідуальних особливостей, складу слухацької аудиторії та деяких інших чинників. Проте у процесі підготовки до промови необхідно брати до уваги загальні психолого-педагогічні вимоги до усного монологічного мовлення.

Підготовка до усного монологічного мовлення відбувається за 5 етапів:

- 1) підбір необхідного матеріалу, змісту виступу (*inventio* – «винахід»);
- 2) складання плану, розташування дібраного матеріалу в логічній послідовності (*dispositio* – «розташування»);
- 3) «словесне вираження», літературна обробка промови (*elocutio*);
- 4) заучування, запам'ятовування тексту (*memoria* – «пам'ять»);
- 5) проголошення (*pronuntiatio*).

Сучасні фахівці з риторики виокремлюють три основні етапи: докомунікативний, комунікативний і посткомунікативний. Докомунікативний етап включає: визначення теми й мети виступу; оцінку аудиторії і ситуації; підбір матеріалу; написання тексту; репетицію. Комунікативний – проголошення промови; відповіді на запитання, ведення полеміки. Посткомунікативний етап передбачає аналіз промови.

Підготовку до усного мовлення психолога розглянемо як систему, яка складається з чотирьох етапів:

1. Моделювання майбутньої промови (прогностичний етап). У цей час окреслюються контури майбутньої промови: планування та прогнозування змісту, структури, засобів мовлення. Зміст мовлення – це формування його мети (для чого?), аналіз стану співрозмовника (чому він такий?) та ситуації (що сталося?). Тоді ж передбачають можливі способи реалізації мовлення, прогнозують його сприймання співрозмовником. Підготовка до будь-якого професійно спрямованого усного мовлення почи-

нається з вибору теми, яка має бути цікавою для слухачів. Психолог повинен чітко уявляти, якої реакції він домагається (повідомлення, вплив, роз'яснення, заклик, привітання тощо). Нерідко такі цілі поєднуються.

Формуючи композицію промови, необхідно враховувати психологічні особливості її сприйняття слухачами, зокрема можливості пам'яті людини. Слід пам'ятати, що краще зберігається емоційно насичена інформація, ніж емоційно нейтральна. В одних випадках буде запам'ятовуватися приємне, а в інших – неприємне, залежно від актуальності для особистості. Чим більше органів чуття задіяно в процесі запам'ятовування, тим ефективнішим буде відтворення. При цьому впевненість у правильності відтворення пов'язана з широким комплексом особистісних рис людини. Упевненість пов'язана з рівнем розвитку спостережливості. Спостережлива людина, звичайно, більше впевнена в точності відтворення сприйнятого, ніж неуважна. Упевненість залежить і від ступеня сугестивності (здатності навіювання) психолога. Цілеспрямоване запам'ятовування з певною установкою на тривалий час також сприяє точності відтворення інформації. Має значення й рівень мислення людини, адже воно є опосередкованим відображенням дійсності й спирається на знання.

Для практичної роботи психолога важливо мати знання про типологічні особливості пам'яті людини. Залежно від того, яка сенсорна ділянка задіяна у відтворенні інформації, один тип людей краще запам'ятовує візуальну інформацію, другий – слухову, а третій – дані, пов'язані з рухом. Одній людині, щоб краще запам'ятати, треба самостійно прочитати текст (візуальне сприйняття), інформація відновиться для неї переважно у вигляді зорового образу. У другій таку ж перевагу будуть мати слухові сприйняття та уява; у третій текст краще закріплюється за допомогою записування (рухове сприйняття). Звичайно, чисті типи зустрічаються рідко, як правило, вони змішані: візуально-руховий, рухово-слуховий та візуально-слуховий. Вважають, що в більшості людей переважають зоровий (візуальний) та візуально-слуховий способи запам'ятовування.

Психологу слід пам'ятати і про обсяг оперативної пам'яті, який визначається числом 7 ± 2 (число Міллера), яке показує кількість одиниць інформації, яку людина зазвичай утримує в пам'яті після її одноразового подання. У кожній людині різний обсяг оперативної пам'яті. У спілкуванні треба орієнтуватися на нижню межу – цифру 5.

Психологами-науковцями встановлено, що у свідомості слухачів чіткіше й виразніше залишається та інформація, яка подається на початку та наприкінці повідомлення (закон першого й останнього місця, або закон краю). Цей закон є одним з правил композиції виступу, що вимагає особливо чіткого викладення теми, проблематики, завдань промови (початкових фрагментів), формулювання часткових та загальних висновків (кінцевих фрагментів виступу). Підсилити інформацію, що подається в середині виступу, можна шляхом підвищення змістовності, значення основного матеріалу, посилення емоційного забарвлення та образності.

2. «Комунікативна атака» – завойовування ініціативи, встановлення емоційного та ділового контактів з аудиторією. Реалізація її можлива, коли у психолога сформовані комунікативні вміння (побудова змісту мовлення, створення творчого самопочуття, володіння увагою, орієнтування в ситуації та встановлення й підтримування зворотного зв'язку, завойовування ініціативи, реалізація плану мовлення, володіння вербальними й невербальними засобами комунікації, соціальної перцепції, використання «приспосувань»).

«Комунікативна атака» передбачає: аналіз особливостей конструювання змісту, визначення стадії її проведення; виокремлення необхідних характеристик вербальних і невербальних засобів комунікації; врахування особливостей самопочуття психолога на етапі її проведення. Слід пам'ятати, що побудова «комунікативної атаки» та майстерність використання в кожному конкретному випадку вербальних і невербальних засобів комунікації зумовлені рівнем професійної підготовки психолога: розвиненістю професійного мислення, мовлення, багатством професійного лексичного запасу; вмінням адекватно сприймати інформацію, володінням своїм емоційним самопочуттям.

Психологу-практику важливо оволодіти технікою швидкого входження у взаємодію, прийомami динамічного впливу.

До найефективніших механізмів впливу належать:

- *зараження* (підсвідомий емоційний відгук у взаємодії з іншими людьми на підставі співпереживання з ними. Має невербальний характер);
- *навіювання* (свідоме «зараження» однією людиною інших мотиваціями певних дій, змістом чи емоціями, в основному за допомогою мовленнєвого впливу на основі некритичного сприйняття інформації);
- *переконання* (усвідомлений аргументований і вмотивований вплив на систему поглядів індивіда);
- *наслідування* (засвоєння форм поведінки іншої людини на основі свідомої і підсвідомої ідентифікації з нею).

Виділяють логічні вимоги щодо здійснення комунікативної атаки:

Розміщення розділів (пунктів) виступу відповідно до їх змістової ролі: спочатку провідна думка, потім – підпорядкована. Для перевірки правильності зазначення ролі кожного з пунктів треба визначити, чи можна вживати підрядні сполучники «тому що», «скільки» між одним пунктом та іншим, підпорядкованим, і навпаки, чи підійдуть сурядні сполучники «і», «але», «або» для поєднання двох рівнозначних пунктів.

Правильне співвідношення ідей виступу – не самоціль. Воно має бути результатом логічного міркування. За умови логічно перевіреного співвідношення кожна наступна ідея буде яснішою для мовця і слухачів.

Застосування прямого порядку розміщення думок більш ефективне порівняно зі зворотним (поєднання одного твердження з іншим, підрядним, за допомогою слів «а тому»). Звичайно, можна наводити факт, що підтверджує сказане, раніше, ніж саму тезу, яку треба доводити.

Уникання складних та багатозначних міркувань. Бажано не допускати навіть часткового збігу сутності пунктів та підпунктів.

Ствердний виклад тези, яка має заперечувати.

Застосування вставних конструкцій (слів, словосполучень, речень) з метою вираження свого ставлення до висловленої думки. Доцільними є слова і словосполучення, що виражають: *оцінку повідомлюваного* (безсумнівно, безперечно, без усякого сумніву, в усякому разі, напевне, дійсно, думаю, зрозуміло, здається, очевидно, природно, припустимо, розуміється, само собою зрозуміло, слід гадати, скажімо, сподіваюсь, трапляється, як звичайно, як завжди та ін.); *почуття мовця, дають емоційну оцінку повідомлюваним фактам* (на щастя, на жаль, на біду, ніде правди діти, нічого гріха таїти, чого доброго, на диво) та вказують на: *порядок думок та їх зв'язок, послідовність викладу* (по-перше, по-друге, з одного боку, нарешті, словом, одним словом, власне кажучи, можна сказати, передусім, між іншим, наприклад, повторюю, головним чином, проте, однак, крім того та ін.); *джерело інформації* (кажуть, повідомляють, за повідомленням, за даними, за визначенням, з погляду, по-моєму, на думку, за словами та ін.); *способи оформлення думок або характер висловлювання* (взагалі, власне кажучи, одним словом, можна сказати, так би мовити, що називається, як кажуть, якщо говорити правду та ін.); *звернення до співрозмовника з метою активізації його уваги* (розумієте, бачите, уявіть, вірите, послухайте, погодьтеся, пробачте мені, дозвольте). Вставні конструкції зумовлені прагненням психолога до яскравішого підтвердження висловленої думки новими варіантами особливих сприймань, оцінок, зіставлень, спостережень, уточнень. Їх смислові навантаження ситуативні, є додатковими поясненнями, зауваженнями, що підказують обставини мовлення та хід думок психолога. Тому найпоширенішими функціями вставних конструкцій є уточнення, роз'яснення, доповнення змісту основного речення.

Застосування повторення з метою покращання розуміння думки психолога. Під час виступу психолога слухачі не завжди можуть (хочуть) попросити доповідача повторити сказане. Тому слід дотримуватися поради: «Розкажи слухачам, що ти збираєшся робити; коли вже робиш, поясни їм, що ти робиш; а коли вже зроблено, розкажи їм, що ти зробив».

Повторення, які можуть бути неодноразовими, бувають: точними (скорочені повторення формулювань ідей, теми виступу, питань, що висвітлюються), *видозміненими* (висловлення тих самих думок в іншій формі).

Застосування логічних переходів від однієї тези до іншої. Такі «місочки» мають бути продумані та відповідно позначені. Переходи потрібні: між основними тезами і допоміжними даними; між одним доказом та іншим; не тільки для зв'язку, але й для створення враження руху у вашій промові. Слухачі мають відчувати співвідношення ваших думок. Переходи можуть відрізнятися тоном, паузою, але найчастіше – словами, висловами, наприклад: «відзначимо, що», «слід також мати на увазі»,

«як вважає», «у зв'язку з тим, що», «за винятком», «отже», «таким чином», «врешті-решт», «а втім», «а тому», «з одного боку», «на додаток», «оскільки ми знаємо, що», «хоча ми знаємо, що». Окремо слід зауважити, що такі вставні слова, як «по-перше», «по-друге», «у підсумку» та ін. краще вживати, якщо при переліченні потрібна точність.

3. Керування мовленням – свідоме та цілеспрямоване коригування мовлення відповідно до його мети. Важлива атмосфера доброзичливості, відчуття позитивних емоцій від власного мовлення. Поступившись слухачеві/клієнту ініціативою, психолог делегує йому право та необхідність самостійного аналізу фактів і подій.

Привернути увагу слухача/клієнта може голосова розрядка, гумористична репліка, казус, запитання, коментування, сама особистість психолога, який володіє умінням «подати себе» в певний момент у потрібному плані (самопрезентація).

Під час мовлення психолог може вносити зміни у змодельований процес (уточнювати цільову установку, коло проблем для обговорення, тезу), тактику, (замінювати, доповнювати засоби аргументації та активізації діяльності слухача), мовленнєву сферу (здійснювати відбір найбільш ефективних мовленнєвих засобів впливу на слухача). Важливим є володіння вмінням зчитувати інформацію, яка йде від слухача через різного роду стимули (обличчя, очі, жести, міміка, поза, запитання, репліка тощо), і коректно реагувати на неї. Керування мовленням дає можливість суб'єкту підтримувати зворотний зв'язок протягом усього процесу мовлення, дозволяє у разі потреби вносити необхідні зміни в логіку викладу інформації.

Психологу важливо розуміти реакції співрозмовників, джерела різного роду думок про себе. Ключовий компонент процесу спілкування – одержання зворотного зв'язку, відсутність якого робить взаємодію некерованою. Процес одержання зворотного зв'язку (рис. 3.1) можна зобразити у вигляді «інформаційної сфери».

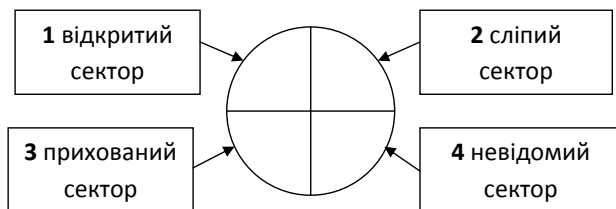


Рис. 3.1. Типи інформації про людину

Ліва півсфера (сектори 1 і 3) становить інформацію, яку людина знає про себе. Права (сектори 2 і 4) інформація, яку вона не знає про себе. Верхня півсфера (сектори 1 і 2) являє собою інформацію про людину, яка є в інших осіб. Нижня (сектори 3 і 4) – це інформація, що не відома іншим про цю людину. Обсяг і зміст інформації в різних частинах сфери змінюється залежно від варіювання рівня довіри до людини і ступеня зворотного зв'язку.

Відкритий сектор (1) містить інформацію про людину, що відома їй самій та оточуючим. Вона набувається під час відкритого та вільного обміну думками у спілкуванні. Цей сектор збільшується завдяки зміцненню довіри між людьми.

Сліпий сектор (2) містить інформацію про людину, що є в інших людей, але не відома їй самій. Іншими особами фіксуються прояви зовнішньої активності людини, її особисті риси.

Прихований сектор (3) – інформація людини про себе, що відома їй самій, але не відома іншим. За тих чи інших причин ці дані приховуються людиною від оточуючих.

Невідомий сектор (4) включає всі дані про людину, що ні їй самій, ні іншим не відомі. Ця інформація стосується тих її особливостей і можливостей, що не проявляються у буденних ситуаціях і можуть залишитися невиявленими протягом усього життя.

Чим більший ступінь саморозкриття, видачі інформації, тим нижче опускається горизонтальний діаметр кола. Чим більше інформації від інших одержує людина, тим правіше рухається вертикальний діаметр кола. Для того щоб одержати зворотний зв'язок, потрібно розвивати установку на сприйняття такої інформації, стимулювання такого обміну. За таких умов людина стає більш відкритою для оточуючих, її починають краще розуміти.

4. Аналіз мовлення – порівняння мети, засобів з результатами, які демонструють змістовий та емоційний (сприймається за допомогою емоційного настрою слухача) зворотний зв'язок, моделювання подальшого мовлення (етап самокоригування).

Загалом це самоаналіз – надзвичайно сильне джерело розвитку особистості, оскільки дає можливість самопізнання, самовизначення: «що у мене є цінного?», «що слід розвивати далі?»; «які недоліки мені заважають?»; «які зусилля треба докласти, щоб їх було якомога менше?»; «що необхідно зробити?»; «як вдосконалити своє мовлення?» тощо. Цей етап виробляє етичну звичку шукати причину чогось перш за все у собі, а не в інших.

Процес самоаналізу, як було попередньо встановлено, становить двоелементну систему:

1-й елемент. *Рефлексія, або дослідження відчуттів*, починається з їх виявлення або діагностики, зокрема тривоги – стану, який виникає через накопичення неусвідомлених тривожних відчуттів. Відчуття, за Фрейдом, є досить багатогатний матеріал для вивчення, оскільки в них відображається істинний стан людини. Тому до відчуттів слід ставитися дуже уважно – вони можуть дати психологу цінну інформацію про нього самого. Виявлення відчуттів є процесом переведення їх зі сфери несвідомого (зробити неявне очевид-

ним). Далі необхідно проаналізувати виявлені відчуття, знайти причини виникнення тих чи інших відчуттів шляхом відстеження своїх дій протягом певного періоду часу (визначити джерело появи відчуттів). Аналіз відчуттів дозволяє психологу шукати відповіді на життєво важливі запитання: що слід робити для посилення джерел, які породжують приємні відчуття? Як уникати причин, які викликають негативні відчуття? Отже, рефлексія сприяє зняттю у психолога тривоги, посилюючи стан внутрішньої рівноваги (тривога виникає через накопичення неусвідомлених тривожних відчуттів); звільняє його від стану самообману, ілюзій з приводу якості й ефективності мовлення.

2-й елемент – *це процес корекції, або етап самокоригування*. Після рефлексії процес корекції набуває досить об'єктивного характеру й будується на суворо логічній основі (Що хотів? Що робив? Що отримав?). Далі останнє питання розчленовується на підпитання (Що вийшло? (в чому секрет успіху?) Що не вийшло і чому? Як зробити краще?).

Отже, самоаналіз є надзвичайно сильним джерелом розвитку особистості, оскільки дає можливість самопізнання, самовизначення (Що у мене є цінного? Що слід розвивати далі? Які недоліки мені заважають? Яких зусиль треба докласти, щоб їх було якомога менше? Що необхідно зробити? Як вдосконалити своє мовлення? тощо). Цей етап виробляє етичну звичку шукати причину чогось перш за все у собі, а не в інших. «Спершу слід викрити себе, потім виправлятися... Тому скільки можеш, сам себе виводь на чисту воду, шукай проти себе звинувачення! Спочатку виступай обвинувачем, потім – суддею і тільки під кінець – захисником. Іноді варто самому собі бути кривдником! Ти обурюєшся тим, що є на світі невдячні люди. Спитай у совісті своєї, чи знайшли тебе вдячним ті, хто надавав тобі послуги» (постулати Сенеки-молодшого) [33].

3.2. Переконавання й навіювання у спілкуванні психолога

Питання про роль та значення переконуючого впливу в мовленнєвому спілкуванні розглядається багатьма спеціалістами, проте найцікавіші результати одержали автори *експериментальної риторики* (вона показує, що можна підвищити ефективність переконуючого впливу, враховуючи індивідуальні особливості людей, їх соціальні установки, правила конструювання повідомлень) Ельського університету, що наголосили на існуванні **«переконуючої комунікації»** [20]. Автори зазначають, що в кожного з нас є спектр установок стосовно різних об'єктів, суб'єктів та взаємовідносин. Ці установки сприяють або заважають переконуючому впливу, який, у свою чергу, сприяє зміцненню старих установок або формуванню нових. Повідомлення буде нести заряд переконуючого впливу, якщо воно або усуне суперечність між елементами свідомості у тих, на кого цей вплив спрямовано, або підсилить думку, яка у них була раніше. Суперечність, яка «роздирає» людей, призводить до психологічного дискомфорту, пробуджуючи в них готовність його позбутися.

Ідеальний оратор, на думку Аристотеля, мав володіти майстерністю «живого» слова, здатністю переконувати, вміннями гарно говорити, він повинен мати моральні чесноти, а головне – бути щасливою людиною, життя якої сповнене сенсом.

Психологу-практику під час установалення різноманітних комунікативних зв'язків часто доводиться застосовувати **переконуючий вплив** – комунікативний процес, що передбачає *активну взаємодію* комунікаторів, асиметричних у плані мети та соціального статусу, але рівних відносно *комунікативної незалежності* – свободи участі, впливу один на одного на різних етапах спілкування та діяльності, що відповідає *суб'єкт-суб'єктній парадигмі*.

Структуру переконуючого впливу визначають як ланцюг ієрархічно пов'язаних елементів:

- *процес сприйняття*, як співвіднесення модальних характеристик елементів повідомлення з тими, що зберігаються в уяві співрозмовника, з утворенням первинного образу;

- *процес оцінювання* як співвіднесення елементів та зв'язків інформації з власним інформаційним фондом, із утворенням нових знань, що є для співрозмовника зовнішніми цінностями;

- *процес прийняття* як співвіднесення цінностей інформації з власною системою моралі, з утворенням суб'єктивних цінностей, що зумовлюють нову орієнтацію співрозмовника, тобто нову установку.

Центральним, системотворчим фактором структури переконуючого впливу є феномен акцепції (сприйняття).

Ефективність переконуючого впливу зумовлена: *особливостями сприйняття співрозмовником власне психолога* (якщо ставлення до мовця позитивне, то й ставлення до його висловлювання швидше за все буде позитивним; якщо ж установка нейтральна та висловлювання психолога викликають негативні емоції, то ця реакція може бути перенесена і на відправника (психолога), а передана ним інформація сприйматиметься як така, що не заслуговує на довіру); *характером аргументації*, до якої той удається у своєму дискурсі, призначеному вплинути на одержувачів інформації; *соціальними чинниками* (соціальна реальність, психологічні особливості соціального оточення), що пов'язують співрозмовника з об'єктом критичного аналізу в конкретному комунікативному повідомленні.

Авторами експериментальної риторики доведено, що вплив особистості може певним чином «накладатися» на вплив повідомлення, змінюючи його остаточний результат. Для засвоєння нової думки її спочатку треба сприйняти та зрозуміти. Виявилось, що особистість відправника (комунікатора, психолога) не впливає на розуміння та запам'ятовування повідомлення адресатом (співрозмовником). Навпаки, якщо комунікатор – авторитетна особа, то аргументація на користь висловленої ним думки гірше запам'ятовується і засвоюється (немає потреби відслідковувати процес мислення відправника, оскільки йому довіряють).

Переконування виступає логічно обґрунтованим судженням, чи умовиводом, засобом впливу на емоційну сферу особистості чи групи; діалог, що являє собою явну або приховану дискусію двох чи більше осіб, мета якої – досягнення взаєморозуміння.

Виокремлюють *істинні* (ті, що відповідають реаліям, виникають на основі позитивних поглядів індивіда) та *хибні* (будуються на основі негативних поглядів) переконання.

Для заміни хибних переконань співрозмовника істинними психологу потрібні тривалі зусилля, спрямовані на створення умов для побудови спеціального ціннісного індивідуального життєвого досвіду особистостей та мотивоване спростування переконань, які суперечать загальнолюдським.

Прийоми, що сприяють заміні хибних переконань співрозмовника (клієнта, колеги):

- спонукання співрозмовника до порівняння себе з іншими, знайомство з цікавою для нього особою, що має протилежні позитивні погляди;

- вмотивоване спростування переконань за допомогою прикладів;

- доведення до парадоксу логіки міркувань співрозмовника, який відстоює хибні переконання;

- створення співрозмовнику умов для саморозкриття з метою виявлення хибних аргументів щодо захисту своїх поглядів із подальшим їх спростуванням;

- зіткнення моральних цінностей в духовному світі співрозмовника;

- прояв стриманості, чемності, довіри, поваги до співрозмовника.

Переконання розглядають, з одного боку, як світогляд, систему знань і норм поведінки, з іншого – як засіб їх формування. За допомогою переконань формуються нові погляди та відносини, а хибні – змінюються.

Форми переконання: диспути, дискусії, бесіди, розповіді, особистий приклад.

Вимоги до переконання: зміст і форма мають відповідати рівню розвитку особистості з урахуванням індивідуальних особливостей; наявність, крім узагальнюючих положень, конкретних фактів, прикладів, наочності (за необхідності); віра психолога в те, що повідомляє, володіння технікою переконування.

Умови ефективності переконання: забезпечення сили взаємодії, яка визначається її змістом і авторитетом, щирістю, чесністю, привабливістю, дружнім ставленням психолога, довірою до нього, баченням у ньому експерта з конкретного питання; урахування психічних особливостей співрозмовника, інтелектуально-емоційного стану обох сторін.

Інструментом переконання постає *логіка доказу*. Доказ складається з *тезису, аргументів і демонстрації як засобів доказу*. Тезис являє

собою думку, яку треба доводити, аргументи – те, за допомогою чого доводять, у ході демонстрації на основі теоретичних викладок, аналізу різноманітних фактів робиться умовивід, що доводить тезис.

Логіко-психологічні правила конструювання повідомлень

Повідомлення – спосіб спілкування, призначений для передавання інформації.

За допомогою повідомлення передаються певні відомості від однієї людини до іншої, що сприяє координації дій окремого індивіда або групи з діями інших людей.

Діяльність психолога характеризують такою структурою комунікативного впливу:

ХТО – КОМУ – ЩО – ЯК – ЕФЕКТИВНІСТЬ ПОВІДОМЛЕННЯ

При цьому **ХТО** – суб'єкт комунікативного впливу (психолог); **КОМУ** – об'єкт комунікативного впливу (людина/клієнт або група людей); **ЩО** – зміст комунікативного процесу (психологічний матеріал); **ЯК** – конкретна техніка (засіб спілкування); **ЕФЕКТИВНІСТЬ ПОВІДОМЛЕННЯ** – ступінь збігу змісту, що передається психологом, зі змістом, сприйнятим людиною/клієнтом (групою людей).

Важливу роль при цьому відіграє вдосконалення соціально-психологічних особливостей особистості психолога й оптимізація засобів впливу, тобто акцент на компонентах **ХТО** і **ЯК**. Удосконалення цих параметрів має охоплювати і комунікативну, і перцептивну (лат. *perceptio* – складники сприймання, пізнання), й інтерактивну складові частини спілкування, які тісно пов'язані з трьома основними сферами психіки: пізнавальною, емоційною, мотиваційно-рольовою. Тому оптимізація спілкування означає і вдосконалення психічного функціонування особистості психолога.

Існують залежності між ефективністю мовлення та особливостями ситуації, характеристиками аудиторії та характером обговорюваної проблеми. Так, в одних випадках краще впливають емоційні апеляції до слухачів, в інших – раціональні. Починати виступ краще з емоційного звернення до співрозмовника/клієнта. Водночас не слід захоплюватись емоційністю та «крайніми» виразами, тому що це часом призводить до *ефекту бумеранга*. Виокремлюють різні порядки конструювання повідомлень: *кульмінаційний* (найсильніші аргументи наводяться наприкінці), *антикульмінаційний* (зворотний, коли повідомлення починається із сильного аргументу); *серединний* (розміщення сильних аргументів усередині повідомлення). Яка ж форма викладу ефективніша? Доведено, що кульмінаційний і зворотний порядки дають кращі результати, ніж серединний (із невеликою перевагою першого над другим). Однак у цьому випадку важливо враховувати змістовий бік повідомлення та настрій слухачів. Якщо вони не дуже зацікавлені

предметом повідомлення, то найвагоміші аргументи треба викласти із самого початку для збудження інтересу та уваги. Якщо вони дуже зацікавлені темою розмови, то найцікавіші аргументи варто викласти наприкінці повідомлення. Послаблення аргументації може дещо розчарувати аудиторію.

Ефективність сприйняття повідомлення (виступу) досягається за допомогою допоміжних деталей: *визначення, порівняння, прикладів, статистичних даних* тощо.

Визначення – пояснення (формулювання), що розкриває, тлумачить зміст чого-небудь. Застосовують для уточнення кваліфікації тієї чи іншої дії, суті чого-небудь або термінів, що мають особливе значення в задумах психолога та формулюють його бачення справи. Різновидами визначення є: *класифікація* (вказує рід, до якого належить поняття, його видові відмінності); *приклад* (наводиться для пояснення, має бути типовим для поняття, що пояснюють, інколи в прикладі може бути відображено весь зміст поняття); *зразок; ілюстрація*.

Порівняння – слово або вираз, що містить уподібнення одного предмета іншому. Демонструє схожість у разі власне уподібнення і різницю, коли є протиставлення або контраст. Види порівнянь: *метафора* (вживання слів або виразів у переносному значенні); *уподібнення* (передбачає використання слів «подібно», «як»); *аналогія* (часткова схожість між предметами або явищами; може бути фігуральною або вживатися буквально); *парадокс* (думка, що різко розходиться з установленими поглядами; використовують для створення драматичного або гумористичного ефекту).

Приклади. Наводяться з метою переконання, пояснення чого-небудь. Приклади можуть бути: короткі або з докладними ілюстраціями; фактичні або продумані; жартівливі або серйозні.

Правила застосування прикладів: приклад має бути доречний, по можливості лаконічний, цікавий для сприйняття, позбавлений зайвих деталей; не можна нав'язувати розуміння прикладу («Таким чином, на цьому прикладі стає зовсім зрозуміло, що...»). Зрозуміле психологу може не бути таким для слухачів/клієнтів.

Статистичні дані. У випадку їх застосування можна рекомендувати такі правила: компетентність і неупередженість статистичних даних; наявність посилань на джерела (не можна користуватись виразами «Статистика доводить...», «За даними надійного джерела...»); відсутність невизначених висловів; порівняння тільки сумісних величин.

Колорит виступу передбачає застосування:

– *риторичних запитань* – запитань, на які не чекають відповіді. Наприклад: «Ви не примусите людину бути культурною, якщо не пробудите в неї потреби до культури. Чи стане вона їсти, якщо не голодна? Чи буде вона шукати, де тепліше, якщо їй не холодно? Чи захоче вона якихось змін, якщо вона всім задоволена?»;

– *іронії* – тонкого глузування. Наприклад: «Молода мама не може приспати дитину. Вона звертається до чоловіка: «Що мені зробити, може заспівати?» Чоловік відповідає: «Ну для чого ж одразу так жорстоко. Ти спочатку по-доброму»;

– *гіперболи* – надмірного перебільшення;

– *інверсії* – перестановки слів у реченні, що порушує їх звичний порядок. Наприклад: «На таку альтернативу ми ніколи не погодимось! (Ми не погодимось ніколи на таку альтернативу!»;

– *антитези* – протиставлення за допомогою відповідного розміщення слів у тексті. Наприклад: «Держава існує для людини, а не людина для держави. Питання не в тому, чи будемо ми жити щасливо чи нещасливо, а в тому, чи будемо взагалі існувати».

Вирішуючи питання оптимального розміщення основної ідеї в повідомленні слід згадати про ефект краю (інформація, розміщена на початку і в кінці повідомлення, краще сприймається, запам'ятовується, осмислюється, ніж та, що всередині. Тому основну ідею, думку, яку треба «внести» до свідомості слухачів/клієнтів доцільно викладати на початку мовленнєвого спілкування. Наприкінці також бажано до неї звернутися, але використавши для цього нові аргументи.

Якщо слухача переконали, це означає, що його «закликали» до дії. Заклик діяти буває прямим або непрямым. Дія може розпочатися коли-небудь або негайно (мається на увазі дія самих слухачів/клієнтів, а не відсутніх).

Щоб слово здобуло владу над людьми, над ним потрібно постійно працювати. Сучасні науковці доводять те, що «учитися гарній, спокійній, інтелігентній мові треба довго й уважно – прислухаючись, запам'ятовуючи, помічаючи, читаючи і вивчаючи (акад. Д. Ліхачов). Пригадайте також Демосфена та його «роботу над собою»; твори Квінтіліана, в одному з яких – «Що значить бути красномовним?» – автор порушує питання про сутність красномовства і відповідає: це є не що інше, як висловити словом те, про що ми думаємо, і повідомити це слухачам. А сьогодні вчені також говорять про впевненість і вміння гарних промовців завжди долати аудиторний шок. Психологи у цих випадках рекомендують пройти тренінги спілкування, сесії арт-терапії з тим, щоб набути внутрішньої свободи й відпрацьованих навичок і вмінь у розкріпаченні міміки, жестів, поведінки, голосу та ін.

Зрозуміло, що логічний виклад вкрай потрібно «посипати» апеляцією до почуття безпеки, шляхетності, справедливості, національно-суспільних інтересів або тієї ситуації, у якій опинилася конкретна людина. Оратору у своїй промові потрібно постійно наводити своїх слухачів до цих «незримих» важелів життя, які мусять стати головним чинником «агітації». Саме тому постає питання мовних засобів, взагалі мови як засобу вираження почуттів, думок, діяльності. За Аристотелем, засоби переконання складають непорушну тріаду: перші залежать від характеру промовця, другі – від настрою слухача, треті – від самої промови (табл. 3.1).

Засоби переконання

Ораторська діяльність	
Аудиторії невідомий предмет промови. Мета оратора – інформування (зацікавлення слухачів задля уникнення ситуації «не знаю і знати не хочу»); мовні засоби налаштовано на аудиторію	Аудиторія має певні погляди щодо предмету промови. Мета оратора – переконати слухачів у слушності власної позиції; мовні засоби налаштовано на самого промовця

Отже, «залізні» докази самі по собі мало що додадуть до образу оратора, якщо він не матимете на увазі людських почуттів, основних емоцій, якими живуть люди.

Навіювання як вплив однієї людини на іншу або на групу людей розраховане на некритичне сприйняття слів, думок того, хто говорить. Здійснює вплив на психіку та поведінку людини непомітно для неї, безконтрольно проникаючи в психічну структуру особистості. Реалізується в повсякденному житті у вигляді вчинків, мотивів, установок. Під час навіювання не досягається згода, а лише забезпечується прийняття інформації, яка містить готовий висновок. Використовуючи інформацію, людина, на яку впливають, має сама дійти необхідного висновку.

Реалізується через такі засоби: команди, наказу (мобілізує, виконавчі, заборонні та дії за зразком), настанови, які відбуваються у вигляді лаконічних фраз, формул навіювання, коли необхідно формувати у співрозмовника або групи слухачів упевненість у собі, забороняти чи обмежувати їх у небажаних вчинках.

Форми навіювання: натяк, схвалення, засудження.

Умови ефективності навіювання: атмосфера, у якій відбувається навіювання; ставлення психолога до навіюваного; ставлення слухачів (співрозмовників) до психолога, його авторитету; врахування індивідуальних рис і психічного стану слухачів/клієнтів; володіння технікою навіювання; створення умов для реалізації обумовлених навіюванням якостей.

Види навіювання: власне навіювання – дія, яку виконує інша людина і самонавіювання (залежно від джерела впливу); передбачене (навмисне) і непередбачене (ненавмисне) (залежно від наявності або відсутності мети впливу й усвідомлення зусиль щодо його досягнення); позитивне й негативне; етичне й неетичне (залежно від результатів); відкрите (мета навіювання збігається з формою) та приховане (мета впливу «замаскована») (залежно від змісту). Так, навмисне навіювання – цілеспрямований і свідомо організований психологічний вплив, коли сугестор (авторитетна людина) знає, кому і що він хоче навіяти і відповідно до цього добирає прийоми впливу. Ненавмисне – таке, у разі якого сугестор не ставить перед собою спеціальної мети, проте своїми словами та діями навіює іншому саме той стан, який би спонукав того до відповідної дії.

Самонавіювання – свідоме саморегулювання, навіювання самому собі уявлень, почуттів, емоцій. У цьому процесі людина сама створює модель ста-

ну або дій і вводить її у свою психіку. Моделі самонавіювання, на думку В. Леві, «вводяться у пам'ять, переходять з короткочасної пам'яті в довготривалу, зі свідомості в підсвідомість і, врешті-решт, автоматично, мимоволі починають впливати на самовідчуття й поведінку» [19].

Самонавіювання відбувається з метою досягнення високого розвитку особистості, уникнення негативних проявів рис характеру, пізнання себе та потреби в самовдосконаленні. Інструментом самонавіювання є *медитація*, за допомогою якої відбувається зосередження на предметі навіювання.

Техніка переконуючого та навіювального впливу реалізується за допомогою постановки голосу, погляду, рухів, міміки, які мають підкріплювати вплив слова. Дієвість переконання й навіювання залежить від змісту обговорюваної теми, мовної динаміки, сили голосу, дієвості ефекту несподіваного повідомлення тощо.

Переконування та навіювання тісно пов'язані між собою, їх важко чітко диференціювати.

Загальні риси переконування й навіювання такі: основним засобом впливу є слово; вплив здійснюється як на психіку співрозмовника, так і на почуття; підкріплення невербальним впливом за допомогою міміки та пантоміміки.

3.3. Уміння слухати у професійній діловій комунікації

Спілкування – це діалог, у якому чергуються промова та слухання. *Слухання* є активним процесом, що потребує уваги. Воно виконує функцію зворотного зв'язку, дає інформацію про сприйняття співрозмовника. З метою оволодіння *мистецтвом слухання* психологу важливо вміти підтримувати увагу (спрямованість і стійкість уваги, візуальний контакт), залучати елементи невербального спілкування (погляд, жести, пози, зміна висоти голосу, інтонації), репліки та заохочення слухачів; виявляти розуміння та симпатію до них.

Слухання відбувається в нерелексивній та релексивній формах. *Нерелексивне (умовно-пасивне) слухання* – невтручання в мову співрозмовника. Проте воно активне, тому що потребує великого зосередження психолога, який виявляє підтримку, заохочення, розуміння за допомогою стислих відповідей, що дає змогу продовжити бесіду, зняти напруження (репліки на зразок «Так», «Розумію», «Це цікаво», «Продовжуйте», «Чи можна докладніше?»; невербальні прийоми: доторк руки, зміна дистанції тощо). Неправильна побудова репліки призводить до порушення контакту. Не слід вживати фрази: «Ну, давай», «Не думаю, що так уже й погано...»).

Нерефлексивне слухання застосовують, коли співрозмовник висловлює ставлення до певної події, прагне обговорити наболілі питання, відчуває себе скривдженим, має труднощі у висловлюванні думок, вирішує важливу проблему або за потреби стримує емоції в розмові з людиною, яка займає високу посаду.

Воно безперспективне й недоцільне, якщо співрозмовник не хоче розмовляти, або суперечить інтересам іншого співрозмовника й заважає йому самовиразитись.

Рефлексивне слухання передбачає активне налагодження зворотного зв'язку для того, щоб проконтролювати точність сприймання інформації. Його застосовують, коли є потреба з'ясувати зміст повідомлення. Іноді люди починають розмову зі вступу, не наважуючись почати з головного. Це означає, що людина не впевнена у собі. Тому необхідно вміти слухати рефлексивно, тобто з'ясовувати реальний зміст бесіди. Під час розмови використовують такі види рефлексивних відповідей:

- *з'ясування* – передбачає звертання до співрозмовника за уточненнями за допомогою відкритих (змушують дати розгорнуту або уточнену відповідь) і закритих (вимагають відповіді «Так» або «Ні») запитань. Доцільніше користуватися відкритими запитаннями та використовувати фрази: «Будь ласка, уточніть це», «Чи не повторите ще раз?» та ін.;

- *перефразування* – сприяє формулюванню точності почутої інформації, коли вона здається зрозумілою, підсилює розуміння змісту бесіди. Полягає в передачі слухачеві його ж висловлювань, але словами психолога. Починають словами: «Як я зрозумів тебе...», «Ви гадаєте, що...», «Інакше кажучи, Ви вважаєте, що...»;

- *відображення почуттів* – акцентує увагу на емоційному стані співрозмовника, його ставленні до змісту розмови. Відмінність між почуттями та змістом повідомлення певною мірою відносна, її не завжди можна чітко визначити, якщо співрозмовник побоюється негативної оцінки, він може приховати своє ставлення до певних подій, фактів. Відображаючи почуття співрозмовника/клієнта, психолог демонструє розуміння його стану, забезпечуючи психологічну підтримку. Вживають вступні фрази: «Мені здається, що...», «Напевне, Ви відчуваєте...», «Я розумію ваш смак...» тощо;

- *резюмування* – застосовують під час тривалої розмови для того, щоб підсумувати її, поєднати окремі фрагменти в єдиний контекст. Типові вступні фрази: «Підсумовуючи сказане Вами, можна...», «Вашою метою, як я зрозумів(ла), є...» тощо.

Отже, аналіз вищезазначених засобів мовлення та слухання, якими має користуватися студент будь-якого фаху, зокрема і майбутній психолог, показує, що можна підвищити ефективність переконуючого впливу, враховуючи індивідуальні особливості людей, їх соціальні установки, правила конструювання повідомлень, причому керування мовленням дає можливість суб'єкту мовленнєвої діяльності підтримувати прямий та зво-

ротний зв'язок протягом усього процесу мовлення, дозволяє у разі потреби вносити необхідні зміни в логіку викладу інформації, загалом бути успішним промовцем.

Таким чином, красномовство, як і самого оратора, завжди вважає-ли трансперентним наставником молоді, вчителем, який уміє говори-ти просто, мудро, велично, доступно, викладаючи добрі та справед-ливі думки. Спробуйте стати такою особистістю! А головне, вас очіку-ють успіх та щастя в житті й професії, адже оратор – це завжди щасли-ва людина.

За даними дослідників, психологи до 90% робочого часу витрача-ють на спілкування. У процесі професійної діяльності психологи корис-туються усним мовленням для того, щоб розкрити світ іншої людини, допомогти у важкій життєвій ситуації, навчити вмінь і навиків, разом із тим їм необхідно планувати роботу, погоджувати зусилля, перевіряти й оцінювати результати; засвоювати і передавати інформацію іншим. Нарешті, психолог – впливова професія, особливо у можливостях впли-ву на погляди і переконання, вчинки інших особистостей, що дозволяє психологам як представникам соціономічного виду професій змінюва-ти ставлення до певних фактів і явищ дійсності.

Психологу як нікому варто мати розвинені здібності активного емпатійного ефективного слухання, вміння точно сприймати мовлен-ня іншої людини. Недостатня мовна культура помітно знижує рейтинг праці психолога, взагалі може згубно позначитися на його кар'єрі, як, до речі, і кар'єрному просуванні будь-якого фахівця з вищою освітою. Тому підготовка висококваліфікованих і компетентних професіоналів у стінах університетів неможлива без навчання культурі усної та писем-ної вербальної комунікації.

План підготовки усного виступу

1. Визначення теми і постановка мети виступу:

- врахувати інтересі слухачів;
- звернути увагу на зв'язок виступу з попередніми темами;
- сформулювати знання, корисну інформацію, необхідну для слу-хачів.

2. Складання плану виступу на підставі логіки теми:

- вступ (актуальність теми, постановка проблеми);
- основний зміст;
- висновок (теоретичні та практичні висновки з теми, які впли-вають із завдання слухачів).

3. Добір матеріалу для виступу:

- пошук літератури з основних питань теми (теоретичних статей, брошур, книг) і добір наукового змісту, який відповідає меті виступу;

- вивчення життєвих явищ (фактів, цифр, ситуацій тощо) для теоретичного аналізу і узагальнення у виступі, щоб слухачі зрозуміли що лежить в основі закономірностей і тенденцій;

- добір прикладів з практики (суспільної та індивідуальної) для ілюстрації та дохідливого роз’яснення складних теоретичних питань;

- добір наочних посібників та підготовка технічних засобів, продумування мети, часу і способу їх використання.

4. Написання тексту виступу:

- підготовка тез виступу (виділення ключових понять, розбивання основних питань теми на підпитання, продумування змісту та висновків);

- поділ матеріалу на підпитання і написання тексту виступу (з методичними позначками про місце використання наочних посібників і технічних засобів, про необхідні смислові акценти і т.д.);

- написання докладного тексту (якщо це потрібно).

5. Підготовка до виступу перед аудиторією:

- виділення в тексті (тезах) основних смислових шматків, виклад яких строго обов’язковий при будь-якому дефіциті часу;

- виділення (шрифтом, кольором тощо) основних ідей і висновків, засвоєння яких неодмінно потрібно добиватися;

- розподіл часу на виклад кожного питання і визначення темпу викладу (диференційовано: де з розрахунком на запис, де на слухання без запису).

Структура виступу

1. Вступ – показ значення теми, її важливості для слухачів:

- один-два приклади з теми виступу із життя (економіки, політики, мистецтва, побуту тощо), які свідчать про наявність проблеми, що потребує аналізу у виступі (лекції, доповіді тощо);

- посилання на офіційні державні документи (закони, укази, постанови, розпорядження, які пропонують певний порядок діяльності людей, але потребують популярного роз’яснення аудиторії);

- постановка проблеми перед слухачами.

2. Загальна характеристика об’єкта (предмета) розгляду, тобто того явища, події, процесу, якому присвячено виступ:

- з’ясування ключових понять, їх основних ознак (властивостей, функцій або структурних компонентів);

- коротка історія об’єкта (виникнення, розвиток, сучасний стан) і тенденція його розвитку (прогрес – регрес).

3. Детальний аналіз і оцінка об’єкта розгляду у порівнянні з метою виступу:

- структурний аналіз компонентів;

- функціональний аналіз об'єкта;
- аналіз і оцінка кожного з компонентів або функцій розглядуваного об'єкта з точки зору інтересів діяльності слухачів.

4. Висновок:

- теоретичні висновки з викладеного;
- практичні висновки для діяльності слухачів;
- конкретні завдання слухачів у світлі цих висновків.

5. Зворотний зв'язок (обмін думками).

Прийоми привертання уваги в усному виступі

Апеляція. За необхідності використовувати посилання на авторитет співрозмовників і відомих для аудиторії фахівців (теоретиків і практиків).

Запитання. Якомога частіше формулювати запитання, звернені до співрозмовників. Краще починати запитання словами «Чому?...», «Як пояснити?...», «У чому причина?», «Чи згодні ви?...».

Несподіваність. Використовувати в мові несподівану і невідому слухачам інформацію, а також яскраві формулювання з «живлючим ефектом».

Образність мовлення. Опис подій, предметів, використовуючи багатство мови і вибудовуючи конструкції, що подані в образах.

Паузи в мовленні. Вони посилюють напруженість втягують співрозмовників в обговорення проблеми (обмірковування ідей, пропозицій). Крім того, паузи в мовленні оратора відновлюють зоровий контакт з аудиторією.

Провокація. На короткий час визвати у слухачів реакцію незадоволення викладеною інформацією (оцінкою інформації).

Мовні накази. Час від часу використовувати в мовленні вислови типу: «Зверніть увагу..», «Уявіть собі, що...».

Зміна темпу і тональності. Найбільш важливі думки і складні проблеми виділяти гучністю голосу і більш повільним темпом мовлення.

Співпереживання. Захоплено описувати події, які пов'язують вас з співбесідниками: використовувати такі факти, які заставляли б аудиторію співпереживати, співчувати.

Експресія. Вибрати такі формулювання, які помітно відрізняються від звичайного стилю (яскраві порівняння, влучні словосполучення).

Гумор. Включати в усний виступ смішні, парадоксальні приклади, веселі жарти, забавні історії. Пам'ятати при цьому про доречність і міру використання гумору.

3.4. Зворотний зв'язок у професійній комунікації

Умовою ефективної ділової активності є зворотний зв'язок.

Зворотний зв'язок – це реакція на почуте, прочитане або побачене, включає оцінний аспект. Він може сприяти значному підвищенню ефективності обміну управлінською інформацією.

Зворотний зв'язок як необхідна сторона ділового спілкування, має інформаційний аспект, що передбачає циркуляцію ділової інформації, і перцептивно-оцінний аспект, за якого мета зворотного зв'язку – повідомити людину про те, як її діяльність і поведінка сприймається діловими партнерами.

Зворотний зв'язок буває *позитивним* (похвала) і *негативним* (критика).

Для успішної реалізації професійних комунікацій необхідно вміти не тільки отримувати і обробляти інформацію, а й віддавати її в зворотному напрямку (мінатися ролями).

Ефективний обмін інформацією має бути двосторонньо спрямованим: зворотний зв'язок необхідний, щоб зрозуміти, якою мірою повідомлення було сприйняте і зрозуміле.

Згідно з рядом досліджень двосторонній обмін інформацією порівняно з однібічним, відбувається повільніше, проте ефективніше знімає напруження, більш точний і підвищує впевненість у правильності інтерпретації повідомлень.

Зворотний зв'язок може бути різних видів і класифікацій (рис. 3.2).



Рис. 3.2. Види зворотного зв'язку

У реальному діловому спілкуванні зазвичай виникають такі проблеми, пов'язані з подачею зворотного зв'язку:

1) як повідомити партнеру негативний зворотний зв'язок (критику), щоб він її прийняв і виправив свою поведінку;

2) як повідомити позитивний зворотний зв'язок так, щоб не сприймалось як «підлабузництво» або чергова ввічливість і був дійсно цінний для респондента.

Негативний зворотний зв'язок може привести до виникнення негативного ставлення у однієї із сторін. Також негативний зворотний зв'язок (критика) служить для передавання оцінки неефективної діяльності однієї із сторін комунікації.

Існують 3 типи реакцій на критику:

Більшість людей підкоряються природним тваринним інстинктам і реагують як наші далекі предки: у момент небезпеки тікають, нападають або завмирають. Звідси перші три типи реакції на критику: *виправдання* («не бийте мене – я хороший». Зустрічається в 60 % випадків. У відповідь на критику людина починає говорити, що зауваження несправедливе, вона не винна, хороша і починає наводити численні доводи на свій захист), *контратака* (тактика «удар у відповідь»: «Сам такий!», «Від такого чую», «А Ви на себе подивіться!»). У відповідь на критику людина сама обривається з критикою. Так реагують приблизно в 20 % випадків. Контратака завжди провокує конфлікт. Спалах гніву якщо і дає тимчасове заспокоєння, то спалює мости до нормального вирішення проблеми) і *мовчання* (тактика завмирання – «маскуйся під складки місцевості»). Людина мовчки вислуховує критику. Так реагують на критику приблизно в 10 % випадків. Звичайно, краще мовчати, ніж виправдовуватися або контратакувати, але мовчати тоді, коли вас ображають, дуже шкідливо для здоров'я, тому що не відреагувавши правильно ви «ковтаєте» образи і накопичуєте їх у собі»).

Погоджувальний метод. Це метод гідного реагування на критику, розроблений провідними фахівцями у сфері людських стосунків. Його суть – погодитися з тим, що справедливо: «повинну голову меч не січе». Головна стратегія: якнайшвидше вийти зі стресової ситуації без конфлікту.

У рамках погоджувального методу виділяють 3 типи критики і, відповідно, 3 способи гідного реагування на кожен з них.

Перший тип критики – повністю несправедлива:

– образи («Тупиця!», «Нечепура!», «Некомпетентний!», «Безглуздий!» тощо) і узагальнена критика («Неподобство!», «Що ви собі дозволяєте?»). Людина, що вдається до образ, як правило, перебуває під впливом емоцій, а не розуму. Треба спокійно й доброзичливо задати критику кілька питань, щоб він конкретизував свої зауваження і перейшов від емоцій до роздумів;

– *уточнюючі запитання* («Що саме Ви маєте на увазі?» або «Що Ви хочете цим сказати?»);

– *фактичні запитання* («Назвіть будь ласка, факти» або «Наведіть приклади»);

– *альтернативні запитання* («Вам не подобається це, це чи це?»). Якщо Ви почуєте конкретні і справедливі зауваження, то візьміть їх до відома і задайте останній тип питань;

– *спустошливі запитання*. Перелічіть усі зауваження критика і запитайте, чи немає ще? Ці питання необхідні для того, щоб критик виклав одразу все, чим незадоволений.

Другий тип критики – частково справедлива, коли критикують ваші звички, характер або висловлюють свою думку. Спосіб гідного реагування на такий тип критики – визнати тільки справедливую її частину, а на інше не реагувати. Почати відповідь з «так», щоб заспокоїти співрозмовника, повернути його до себе і продемонструвати свою готовність до взаєморозуміння.

Третій тип критики – повністю справедлива. Це конкретна критика. Вам вказують на Ваші слова або вчинки, тобто кажуть, що Ви щось не так сказали чи зробили. Відразу визнайте, почніть знову з «так».

Щоб критика була плідною і не образливою необхідно використовувати такі нескладні правила.

1. Перш за все потрібно вилучити з критики обвинувальне «жало», змістити акцент на конструктивні пропозиції.

2. Зауваження доцільно робити наодинці, щоб не зачепити самолюбства критикованого.

3. Прагніть широко і серйозно зрозуміти точку зору партнера; обговоріть аргументи «за» і «проти»; проявіть співчуття до його думок і бажань.

4. Виявіть повагу до думки партнера, не відкидаючи її відразу і різко, навіть якщо вона здається вам абсурдною. Дайте можливість висловитися до кінця і намагайтеся не доводити, а з'ясовувати факти.

5. Ведіть розмову в доброзичливому, твердому і спокійному тоні. Намагайтеся починати з теми, щодо якої у вас зі співрозмовником є взаємна згода.

6. Якщо хочете вказати людині на її помилку, починайте з похвали і щирого визнання її позитивних якостей.

7. Звертаючи увагу людей на їхні помилки, намагайтеся робити це в непрякій формі.

8. Використовуйте критику-«рикошет» – критику вчинків абстрактної (вигаданої) особи.

9. Висувайте свою думку, (незгоду, критику) в порядку обговорення, не нав'язуючи її.

10. Не вживайте невиправданих прийомів посилення аргументації. Небажані аргументи типу «Скільки разів я Вам говорив!».

Модель асертивного прийняття критики

Найбільш ефективний підхід до процесу передавання повідомлення – це асертивне спілкування. Він протиставляється трьома іншими видами: агре-

сивній, непереконливій і пасивно-агресивній мові. Асертивне спілкування (переконливе) передбачає передавання повідомлення в позитивній, прямій, упевненій манері, коли ви виявляєте пошану до своїх слухачів.

Асертивна людина – це успішна, незалежна особистість, і часто такі люди стають причиною роздратування і засудження одних, а у інших викликають почуття захоплення і заздрості. Асертивність – навичка, яку при бажанні можна розвинути; здатність і вміння особистості захищати свої права та інтереси, досягати особистих цілей, не пригнічуючи інших людей, а поважаючи і не порушуючи їх прав, інтересів і цілей.

Ситуація прийняття критики ставить перед нами два основні питання:

1. Що є предметом критики, в чому суть претензії?

2. Як виправити ситуацію на краще? Кому і що належить зробити для виправлення становища?

Для того щоб знайти відповіді на ці питання, необхідний конструктивний діалог з опонентом. Ситуація ускладнюється тим, що і особистість яка критикує, і критикований не готові до такого діалогу, оскільки охоплені сильними негативними емоціями. Отже, перший крок до діалогу – створення сприятливого емоційного фону для розмови.

Крок перший. Урегулювання емоційного тону розмови.

Для того щоб нормалізувати психологічну атмосферу, треба урегулювати свої емоції і допомогти це зробити партнеру.

Крок другий. Локалізація претензії.

Для цього можна використовувати техніки пасивного слухання: не заважати партнеру говорити, не перебивати його, заохочувати його до більш точного викладу своєї позиції. Навіть коли здається, що ви вже все зрозуміли, не перебивайте його, якщо дозволяє час.

Крок третій. Визнання фактів.

Прояснивши суть претензії, визнайте справедливості зазначених у ній фактів. У висловлюванні опонента можуть бути присутніми висновки, з якими ви можете не погоджуватися, але якщо факти, на основі яких він робить свої висновки, дійсно мали місце, краще визнати їх існування.

Крок четвертий. Обговорення проблеми і пошук рішення.

Коли ви вірно зрозумієте сутність пропонованої вам претензії, у Вас з'явиться можливість прийняти обґрунтоване рішення щодо того, що ви можете зробити, чи хочете ви це зробити і чи будете ви робити це.

Строго кажучи, існує три стратегії завершення конфліктогенної ситуації – *бездіяльність, суперництво, примирення*.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ

1. Яка мова переважає в сучасному житті – письмова чи усна?
2. Чому письмовий монолог і усний діалог є полярними видами мови?
3. Перелічить ситуації, у яких звучить монологічна мова.
4. Перелічить ситуації, у яких звучить публічна діалогічна мова.
5. Чи є відмінності між мисленням і внутрішньою мовою?
6. Одна з американських методик слухання рекомендує: «Слухай, що людина може сказати, не може сказати, не хоче сказати». Як ви розумієте цю пораду?
7. Яку роль відіграють паузи в усній мові?
8. Влаштуйте радіо- або телеіспит: прослухайте разом із ким-небудь передачу та перевірте, скільки положень кожен запам'ятав.
9. Спробуйте визначити основні недоліки власного голосу, дикцію, використовуючи магнітофон. Складіть план тренування мови.
10. Складіть портрет передбачуваної аудиторії, перед якою ви хотіли б виступити з темою: «Професія – психолог-практик».
11. Які жести використовують телеведучі? Складіть за результатами спостережень таблицю.
12. Як асертивно реагувати на оцінку?
13. Особливості процесу провокування критики.
12. Підготуйте усну промову на основі письмового тексту.

РОЗДІЛ 4

ОСНОВИ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ ФАХІВЦЯ

4.1. Культура ділового спілкування. Правила культурного спілкування

Ділове спілкування – це складний багатоплановий процес розвитку контактів між людьми у службовій сфері, учасники якого виступають у офіційних статусах і орієнтовані на досягнення певної професійної чи навчальної мети у розв’язанні конкретних завдань. Специфічною особливістю процесу ділового спілкування є регламентованість, тобто підпорядкування встановленим обмеженням, що визначаються національними і культурними традиціями, професійними етичними принципами.

Серед усіх стилів мовлення, зазначимо, найбільш консервативним вважається *діловий стиль*, що майже не допускає елементів інших стилів, тому головне для оратора (ділової людини) – це власна індивідуальність. На це вказують і психологи, зокрема, Д. Карнегі закликає берегти неповторність промовця. Для того, хто виступає на ділових конференціях, нарадах, важливо обрати правильну риторичну позицію – інформатора чи коментатора. Не варто займати позу моралізатора, який повчає аудиторію, також не слід надто перебільшувати пафосність виступу.

Сучасні технології ЗМІ, як правило, безвідповідальні, пригнічують риторично непідготовленого слухача, маніпулюють його свідомістю. Звідси психологу, який бажає спілкуватися професійно, на сучасному рівні, вкрай необхідно оволодіти знаннями та уміннями *ділової риторики*. Життя та професійна діяльність в умовах ринку передбачають, іноді навіть змушують кожну людину, а тим паче психолога переконливо виступати в різних аудиторіях, розумно говорити в будь-яких ділових і життєвих ситуаціях, грамотно оформлювати листи та ділові папери, складати документи, компетентно вести дебати і переговори, аналізувати та критично сприймати повідомлення ЗМІ, кваліфіковано користува-

тися новими інформаційними системами й технологіями, нести відповідальність за свої слова.

Загалом для ділової людини важливо володіти чотирма **«К»** (Г.М. Сагач) – *культурою мислення; культурою мовлення; культурою поведінки; культурою спілкування.*

Стиль ділового спілкування особливий і потребує дотримання певних правил: вживання загальнозрозумілих слів у їх прямому значенні; правильність та доречність вживання слів іншомовного походження; обмежене вживання наукових термінів. Загалом культура мовного спілкування – показник вихованості людини. Перш за все культура мови – це володіння нормами літературної мови, вміння користуватися всіма її засобами залежно від умов спілкування, мети і змісту висловлювання.

Якщо кажуть про форми ділового спілкування людей у колективі, то вони досить розмаїті: *доповідь і промова* – це жанри спілкування, серед яких *інформаційна промова, привітальна промова, ділова бесіда та переговори, інтерв'ю, службова телефонна розмова, дискусія як вид суперечки, ділова нарада (збори)* та ін. Розглянемо, зокрема, *бесіду*.

Позитивні якості бесіди: активність, розмовність, контактність, поінформованість. Бесіда – це один з основних видів діалогічного спілкування у риторичі й психології.

Суть методу полягає в колективному обговоренні питання, що відбувається під керівництвом оратора за активної участі всіх присутніх.

Рекомендації, яких потрібно дотримуватися під час бесіди:

- не треба розмовляти надто голосно;
- можна лише помірно жестикулювати;
- обирати теми, які становлять спільний інтерес для співрозмовників;
- правильно й максимально точно висловлюватися;
- уважно і терпляче вислуховувати співрозмовника;
- постійно стежити за реакцією співрозмовника;
- не нав'язувати товариству власні теми;
- стримувати свої почуття, не насміхатися із співрозмовника;
- завжди пам'ятати про необхідність самоконтролю за інтонацією, тоном, позою, жестами, поглядом;
- знати специфіку мовної поведінки народів, із представниками яких відбувається спілкування;
- говорити щонайсильніше і якомога коротше;
- обережно висловлювати сумніви, підозри, непогодження;
- виявляти дружнє і доброзичливе ставлення до співрозмовників;
- вживати якомога більше слів, які підкреслюють шанобливе ставлення до співрозмовника.

Фактори, які можуть негативно вплинути на нормальне проведення бесіди: нетактовне обривання на півслові, невинуватене по-

збавлення можливості висловити свою думку, ігнорування або висміювання аргументів партнера, необґрунтовані підозри, голослівні твердження тощо.

Отже, чинники, **які позитивно чи негативно впливають на проведення бесіди:** + встановлення довірливих стосунків/– нетактовне обривання на півслові; + атмосфера співробітництва /– невиправдане позбавлення можливості висловити свою думку; + високий рівень співпраці /– ігнорування або висміювання аргументів партнера; + експресивність мови, спонтанність /– необґрунтовані підозри, голослівні твердження.

Щодо **ділової дискусії** підкреслимо: *дискусія* – публічне (часто *конфліктне*) обговорення якоїсь проблеми. Притому це обговорення суперечного питання з метою досягнення спільного рішення, згоди. Тому оратор має вміти організовувати та припиняти дискусію в потрібний для нього час. Дискутивні методи риторики популярні у наукових закладах, під час громадських заходів, конференцій, круглих столів. Наведемо співвідношення аргументів і контраргументів, що використовуються в різних видах промов залежно від їх виду та її мети.

Основні правила, які потрібно пам'ятати під час дискусії:

- продумайте основний напрям, головну мету ведення дискусії;
- не бійтесь опонента і не думайте, що він сильніший за вас;
- не будьте самовпевненими: не сподівайтесь, що протилежна сторона є слабшою за вас;
- оцініть недоліки, а особливо позитивні якості опонента, рівень його професіоналізму, освіченості, культури, підступності його характеру, мотиви його вчинків та дій;
- будьте готові вислухати будь-яку точку зору і навіть некоректний випад проти вас;
- чим більшу повагу ви виявите до свого опонента, тим більше у вас можливостей перевести дискусію у конструктивне русло;
- майте мудрість погодитись із вашим опонентом, якщо переконуєтесь, що він правий;
- не намагайтесь нав'язати свою точку зору іншим, доки не вислухаєте своїх опонентів;
- заперечуючи що-небудь, не просто говоріть «ні», а наведіть аргументи;
- не давайте спровокувати себе на сварку, некоректну поведінку;
- не намагайтесь перекричати свого опонента, а аргументовано переконайте його.

Отже, диспут у діловому спілкуванні – це завжди публічна суперечка, у якій виявляють перш за все ідейні позиції сперечальників.

Полемічні засоби диспуту (за О.М. Зарецькою)

Аргументи:

- факт;
- дійти висновків;
- ефектне порівняння;
- крок запитання-відповідь;
- підтримка ідеї;
- приклад;
- дедуктивний/індуктивний умовивід;
- висновок за аналогією;
- ілюстрація;
- софізм;
- фальсифікація;
- демагогія;
- апелювання, зацікавлення, демагогія;
- алогізм;
- лестощі, улещування;
- підміна поняття;
- підміна тези;
- примітивна аналогія;
- гра на авторитеті.

Контраргументи:

- зловити на слові;
- повернути удар;
- контрприклад ;
- анекдот;
- іронія;
- контрзапитання;
- убивчий аргумент;
- виявлення слабких місць;
- компроміс;
- гнівлива відповідь;
- замовчування;
- конфронтація, спротив;
- уявне наслідування;
- скептичне зауваження;
- атака запитанням;
- авторський коментар;
- зведення до абсурду.

Зауважимо, що якщо головне – істина, то метою є аргументи, а якщо перемога, то контраргументи.

4.2. Телефонна розмова. Наради та їх проведення

Телефонна розмова – один із видів усного мовлення. Це досить специфічний вид мовлення: оскільки співрозмовники не бачать один одного, тому не можуть передати інформацію через міміку, жести, вираз очей та обличчя. Службова телефонна розмова складається з таких компонентів: момент встановлення зв'язку; виклад справи; заключні слова, знак, що розмову закінчено.

Як заощадити час на телефонній розмові?

Поради: економте час на фазі першого контакту; спочатку повідомте співрозмовника, про що йтиме мова; не переривайтеся через інші дзвінки; уникайте паралельних розмов з третіми особами; уміло завершуйте розмову.

Якою може бути початкова фраза у службовій телефонній розмові?

1) **початкова фраза у службовій телефонній розмові:** крім фраз «Алло!», «Я слухаю!», «Слухаю!», «Вас слухають!», які вказують, що зв'язок між сторонами встановлено, можна використати ще й інші фрази: «Бухгалтерія», «Секретаріат».

2) **початок розмови того, хто телефонує:** той, хто телефонує, має після привітання назвати себе, відрекомендуватися, не чекаючи, що його впізнають: «Вас турбує Петренко Василь Богданович», «Вас турбують із підприємства "Алекс"», «Головний бухгалтер Слюсарчук Галина Степанівна».

3) **які початкові фрази можна вважати ввічливими, коли Ви хочете розмовляти не з тим, хто взяв слухавку:**

- Чи можна попросити...;
- Чи не могли б ви покликати...;
- Чи не можна покликати...;
- Вам не важко попросити...;
- Будь ласка, покличете...;
- Прошу покликати до телефону....

4) **як потрібно діяти, якщо Ви помилилися номером:** треба попросити пробачення: «*Пробачте, це помилка*». Аналогічною має бути поведінка того, до кого зателефонували: не слід сердитися, ображати співрозмовника.

5) кому має належати ініціатива закінчення розмови:

зазвичай тому, хто зателефонував, але якщо співрозмовник значно старший за віком або службовим становищем, треба дати можливість закінчити розмову йому.

Формули закінчення телефонної розмови:

- Пробачте за турботу.
- Дякую за увагу.
- Дякую за дзвінок».
- На все добре.
- До побачення.

б) які формулювання про неможливість покликати колегу до телефону не рекомендують застосовувати, оскільки абонент може образитися, що, мовляв, його розмова не є для вас важливою, отже, його не поважають.

Формули про неможливість покликати колегу до телефону:

- Зараз його немає на місці.
- Він пішов на обід.
- Ми чекаємо його близько другої години.
- Чи не могли б Ви зателефонувати трохи згодом (за годину), він, мабуть, уже буде на місці.

Не варто казати «У нього важлива розмова», «Він на важливій нараді».

Дев'ять телефонних «огріхів»:

- незрозуміла мета розмови;
- імпровізація в підготовці розмови;
- несприятливий час для телефонування;
- пошуки номера абонента;
- дзвінок без попередньої підготовки документів;
- заздалегідь не записані ключові слова;
- не пояснена тема розмови;
- монологи замість вислуховувань із постановкою запитань;
- неконкретні домовленості.

Аналогічно й щодо **нарад** та їх проведення існують свої правила. Щоправда, психолог має точно уявляти, яку позицію щодо проведення наради він займає. Він має сам провести нараду; є консультантом і радником керівника, який проводить нараду, чи навчає, як проводити наради, або стає посередником між учасниками і керівниками, що беруть участь у нараді (управлінські функції, каунселінг, коучинг, посередництво – соціальне партнерство).

Нарада – один із найефективніших способів обговорення нагальних питань і прийняття рішень в усіх сферах громадського життя та професійної діяльності, на виробництві. За формою наради поділяються: *інформаційні та дискусійні*. Під час *інформаційних нарад* учасників ознайомлюють із певними відомостями, стисло обговорюють суперечливі питання та приймають рішення. У *дискусійних нарадах*, як правило, обговорюються одне важливе питання, виступають усі охочі. Наради корисні лише тоді, коли вони добре організовані та дають можливість розв'язати важливі виробничі проблеми. Зверніть увагу, як правильно готувати наради (табл. 4.1). Існують обмеження щодо часу і місця проведення нарад.

Таблиця 4.1

Етапи підготовки і проведення зборів (за І.В. Шапошниковою)

Етап		
Докомунікативний	Комунікативний	Посткомунікативний
1. З'ясування необхідності наради	1. Вступне слово голови	Аналіз зборів
2. Формулювання теми і мети	2. Обговорення проблеми (повідомлення чи бесіда-дискусія)	
3. Розробка порядку денного, проекту рішення	3. Прийняття рішень (факультативно)	
4. Визначення і підготовка учасників	4. Підсумковий монолог голови	
5. Призначення часу і місця проведення		

Стисло зазначимо передумови успішної наради:

- нарадою має керувати голова, інакше вона перетвориться на по-рожню балаканину;
- програму наради треба спланувати заздалегідь, а під час наради прагнути до максимальної її реалізації;
- голова не має дозволяти ухилятися від основної теми і торкатися питань, що не стосуються суті справи;
- щодо кожного пункту дискусії треба підсумувати сказане;
- наприкінці наради потрібно узагальнити зроблені висновки, а якщо буде поставлено завдання, до кожного з них слід додати:
 - *що* треба зробити;
 - *хто* що робитиме;
 - *термін* виконання кожної справи;
 - *вчасний контроль виконання* поставлених завдань.

Одним з головних передумов успіху наради є позитивні риси керівника наради та учасників наради.

Позитивні риси керівника наради:

- організаторський хист (не дає доповідачам відступати від теми, зупиняє балакучих, підбадьорює несміливих, стежить за регламентом);
- здатність зосередити свою увагу й зусилля на тому, щоб стежити за перебігом дискусії, обдумувати виступи всіх її учасників;
- має добирати запитання, аналізувати відповіді, систематизувати різні погляди, робити точні висновки;
- не має брати активної участі в дискусії, бо тоді він перестане бути головою;
- має по-дружньому ставитися до всіх, нікого не виділяти своєю увагою й нікого не обходити нею;

- має підтримувати доброзичливу атмосферу, щоб дискусія не перетворилася на запальну суперечку;
- у будь-якій ситуації має зберігати спокій (навіть якщо всі роздратовані);
- добре, якщо голова має почуття гумору.

Учасники наради:

- мають дотримуватися теми і порядку денного наради;
- не мають перебивати один одного, заважати репліками тому, хто говорить;
- не мають показувати свій поганий настрій, роздратування тощо;
- не мають бути нетактовними до інших промовців, навіть якщо хтось із них був не на висоті;
- не мають виявляти недоброзичливість до окремих учасників наради, байдужість до спільної проблеми, інтерес лише до «свого» в цій проблемі, бажання поставити інших у смішне становище, страх не сподобатися начальству;
- виступаючи мають пропонувати свій варіант вирішення проблеми; не брати слова, якщо немає конкретної пропозиції;
- не мають вести між собою надто голосних розмов і суперечок, які заважали б іншим;
- мають дбати про культуру мовлення й етикет спілкування.

Варто навести класифікацію типів учасників наради, які звичайно представлено у будь-якому колективі та найбільш рельєфно постають під час обговорень суперечливих питань.

«Ініціатор» – захоплює ініціативу від самого початку, відстоює свою позицію за допомогою аргументів і емоційного початку.

«Сперечальник» – зустрічає в багнети будь-які висунуті пропозиції і захищає протилежні точки зору.

«Угодовець» – виражає свою згоду з будь-якими думками і підтримує усі висловлення, підтакуючи опоненту.

«Оригінал» – як правило, не вплутується в суперечку, але час від часу висуває якісь несподівані пропозиції.

«Організатор» – прагне того, щоб виступили всі учасники, ставить уточнюючі питання.

«Мовчун» – всіляко уникає прямої відповіді на питання; ніхто не має зрозуміти, якої точки зору він дотримується.

«Деструктор» – весь час порушує плавний плін дискусії: невчасно посміхається, зауважує тощо. Зрозуміло, як іноді може бути важко керівникові прийняти оптимальне рішення.

Кінцевим документом наради є *резолуція*, а первинним офіційним документом *протокол*, на підставі якого керівник має право вимагати від працівників виконання доручених ним завдань. Секретар наради, якого призначають раніше, фіксує в протоколі найбільш важливі моменти: основні положення, висловлені ораторами, досягнення мети наради, прийняті рішення, їхніх виконавців і терміни виконання.

4.3. Спілкування в кризових ситуаціях

У житті часом трапляється, що людина потрапляє в кризову ситуацію. Таких ситуацій може бути досить багато. Це і зустріч з хуліганями, і затримання поліцією, і захоплення в заручники, і поїздки вночі в транспорті. Як краще поводитися в таких ситуаціях, як розмовляти з оточуючими в цих умовах, що говорити, щоб вийти з кризової ситуації або хоча б послабити напруження, як запобігти можливому виникненню кризової ситуації?

У кризових ситуаціях людина нерідко стикається з агресією на свою адресу.

Агресія – це ворожі, загрозливі, грубі дії людини проти інших людей. Необхідно зрозуміти причину агресивної поведінки людей і виробити способи поведінки в ситуаціях, коли ми піддаємося агресії.

Треба розрізнати також агресивність ситуативну і соціальну.

Соціальна агресивність – це в більшості випадків наслідок страху людини за своє існування, що виражається в агресивній поведінці стосовно до оточуючих.

Сучасна наука встановила, що *агресія* – це в більшості випадків зворотний бік страху. Агресивною людина зазвичай буває від того, що нею володіє страх за своє становище і фізичне існування в суспільстві – вона боїться, що їй не вистачить грошей; не буде де жити; не дістанеться чогось, що вона дуже хоче; їй страшно, що вона може захворіти, що люди не допоможуть в скрутну хвилину; боїться, що не впорається з роботою, що її звільнять, що робоче місце займе інший – більш молодий, більш підготовлений і освічений фахівець тощо. Причин для страху у сучасної людини дуже багато. Наркоман боїться, що не дістане грошей на чергову порцію наркотику, п'яниця – що у нього не буде грошей на випивку. Найагресивнішими бувають соціально незахищені люди.

Основний спосіб запобігання соціальної агресії – це зняти у людини почуття страху, пояснити їй, що її проблеми будуть вирішені, можна навіть допомогти їй у вирішенні її проблем. Якщо держава економічно і політично розвивається стабільно, люди мають роботу, регулярно отримують зарплату, то агресивна поведінка серед громадян такої держави проявляється рідко. Якщо держава, громадські організації, конкретні люди допомагають один одному вирішувати матеріальні, життєві проблеми, то соціальна агресія в суспільстві швидко знижується, люди заспокоюються.

Ситуативна агресивність викликана конкретною ситуацією, миттєвим емоційним станом людини, образою, утиском її прав або бажанням людини негайно домогтися результату від співрозмовника, невмінням ефективно будувати спілкування. Ситуативну агресивність демонструють спортсмени (їм потрібна для перемоги «спортивна злість»). Хулігани і злочинці також демонструють ситуативну агресивність, коли йдуть на злочин – їм необхідно придушити агресією опір жертв.

У кризових ситуаціях ми стикаємося зазвичай із ситуативною агресивністю, і нам необхідно вміти правильно поводитись саме в ситуаціях ситуативної агресії на нашу адресу.

Психолог В. Леві писав, що треба розрізняти два види агресивності – *зовнішню* і *внутрішню* [19].

Зовнішня агресивність – це агресивна маска, агресивна манера звернення, грубі слова, агресивний тон мови. Людина в конкретній ситуації надягає цю маску, показує, що вона агресивна, рішуча, збуджена, вона контролює ситуацію і піде на все.

Внутрішня агресивність – це риса поведінки окремої особистості, риса характеру, психології конкретної людини (є просто агресивні за характером люди, хоча їх не так багато, як нам іноді здається); це реальна агресивна природа людини, її прагнення продемонструвати свою владу, принизити інших людей, захопити їхнє майно, заподіяти їм біль, страждання – є люди, які цього прагнуть, отримують від цього задоволення. Боротьба з психологічною агресивністю – довга справа, вимагає застосування грамотних прийомів спілкування з такою людиною, такту, чуйності, уваги, турботи.

Коли ми спостерігаємо ситуативну агресивну поведінку іншої людини, нам треба навчитися розрізняти зовнішня це чи внутрішня агресія. У поведінці дітей і підлітків вони помітні більш чітко.

Якщо щодо нас проявляється внутрішня агресія, в кризовій ситуації, якщо у нас немає професійних навичок чинення опору (перш за все фізичного), краще поступитися агресорові, а потім вжити проти нього законних заходів (звернутися в поліцію, до суду, його начальства).

Якщо проти вас застосовується зовнішня агресія (маска агресивності), необхідно позбавити агресора цієї маски. Це можна зробити, демонструючи цілковитий спокій, пригнічуючи у себе бажання відповісти агресією; тоді агресор почне віддзеркалювати ваш спокій, у нього пропаде кураж і з ним можна буде розмовляти. Але якщо це не вдається, необхідно самому використовувати агресивну маску. Для того щоб правильно вести себе в деяких кризових ситуаціях, необхідно мати в запасі свідомо відпрацьовану агресивну маску як шаблон для певних ситуацій, як одну з необхідних в деяких ситуаціях мов спілкування.

Якщо на вас кидається злий собака, доводиться підняти камінь або палицю, зробити загрозливий жест. Для цього зовсім не потрібно включати в собі агресивний імпульс щодо цього пса і собак взагалі, але потрібно продемонструвати його, і дуже рішуче.

Випадки, коли необхідна агресивна маска, досить часті: стримати покидька, поставити на місце хама, виявити необхідний натиск і різкість в ситуаціях, що виключає розмову «по-хорошому». Найскладніше, звичайно, дізнатися, чи дійсно ситуація виключає розмову «по-хорошому», тому що краще все ж спочатку спробувати «по-хорошому», це завжди ефективніше. Але якщо хтось наполегливо демонструє щодо вас агресію, відповідати треба теж агресивно – продемонструвати свою агресивну маску.

До речі, висловлювати агресивність можна у формі вишуканої ввічливості.

Розглянемо деякі кризові ситуації.

Основні кризові ситуації за способом ефективного виходу з них можна поділити на три групи.

1. Кризові ситуації, у яких необхідно зруйнувати агресивність співрозмовників.

2. Кризові ситуації, у яких необхідно протиставити агресивності співрозмовників власну агресивність.

3. Кризові ситуації, у яких необхідно стримати свою агресивність.

Ситуації, у яких треба зруйнувати агресивність співрозмовників.

Розглянемо два сюжети, описані В. Леві в його книзі «Мистецтво бути собою».

Дай закурити-1

Людину ніколи не б'ють просто так, а завжди з певною «підготовкою».

До людини підходять і просять: «Дай закурити», а якщо при цьому хочуть зняти годинник, то спочатку цікавляться, котра година. Її можуть запитати, яка погода нині в Антарктиді, можуть також зауважити, що вона даремно наділа окуляри, все одно темно; можна і просто ненавмисне штовхнути, потім ще раз ненавмисне штовхнути, а потім вдарили. Коротше, спершу створюється сценарій биття, а потім б'ють. Особу, яку б'ють, спершу обов'язково вводять в роль (зрозуміло, битого), а потім б'ють. І себе неодмінно, обов'язково вводять у роль (зрозуміло, того, хто б'є), а потім б'ють. Пам'ятаєте? «Вовк та ягня» – от-от, без сценарію і без участі ніяк не можна, без прелюдії бити не годиться, просто так бити незручно.

А от деякі варіанти захисту зарекомендували себе як досить надійні. Головне завдання – зірвати сценарій, зруйнувати ролі, збити з пантелику, перехопити ініціативу, нав'язати свій сценарій. Найпростіше це досягається переключенням уваги особи, яка б'є або застосовує фізичну силу, на власну персону.

Серія «Дай закурити».

Варіант А («лікарський»).

– Гей, стій. Ану, дай закурити.

– Не палю.

– Покажи кишеню.

– Що у Вас з вухом? (Носом, оком тощо. Наче не чуючи попередньої репліки, зі стриманим інтересом).

– Чого?

– Ось-ось. (Вказуючи на ліве вухо, яке, як і праве, без дзеркала не побачиш.)

– Чого?

– Що таке рак, знаєш?
– Ну.
– Так, здається, воно саме ... Та не мацай, що не промацати, глибоко, в проході.... Операцію доведеться робити.

– Ти що, лікар?
– Саме так. Курити шкідливо. Від курива рак.
Далі по ситуації, але сценарій практично зірваний, ініціатива перехоплена.

Ви маєте випередити «партнера» в будь-якому випадку.

Варіант Б («глухий»).

– Гей! Стривай! .. Чуєш ?!
Ви не чуєте. Ви глухий. Ви йдете далі. Вас наздоганяють, хапають за рукав.

– Ти що, глухий, туди-растуди?..

Повільно зупиняєтесь. Вказуєте на вухо – цього разу на своє.

Так, ви глухий. Глухонімий, якщо завгодно. Глухота, однак, не заважає, а допомагає вам бути чітко-уважним. У наступну секунду вам можуть вказати знаками ж: «Дай закурити», або почати бити відразу (з глухонімим чого особливо церемонитися), але сценарій вже збитий, і на вашому боці фактор несподіванки. Найчастіше при такій зустрічі все ж таки відстають.

Зрозуміло, не можна дати рецепти на всі випадки життя хоча б тому, що кожен по-різному здатний їх зрозуміти і застосувати. Зрозуміло, є і ситуації, в яких все вищесказане не застосовується; є становища, у яких опір насильству неможливий, навіть каратисту вищого класу пропонується при грабежі під дулом пістолета відмовитися від боротьби і віддати гроші. Але навіть у безнадійних, здавалося б, випадках може виручити психологічна винахідливість.

Взяття в заручники

Досвід показує, що люди, які опинилися в заручниках, найбільш страждають не від фізичного насильства, а від сильного психологічного шоку. Тому фахівці з безпеки рекомендують заручнику дотримуватися таких правил:

- відволікайтеся від неприємних думок, провівши аналіз ситуації;
- огляньте місце, де ви знаходитесь, відзначте шляхи відступу, укриття, за якими можна сховатися в разі перестрілки. Придивіться до людей, які захопили вас. Оцініть їхній психічний стан, озброєння;
- спробуйте по можливості увійти з викрадачами в контакт;
- почніть з викрадачами розмову. Дайте зрозуміти, що ви їм співчуваєте. Якнайбільше розкажіть про себе, покажіть сімейну фотографію. Спробуйте навіть давати якісь поради, ведіть себе природно, навіть дружньо. По-перше, ви заспокоїтеся самі і заспокоїте бандита,

по-друге, психологічно йому буде важче застрелити вас як заручника. І пам'ятайте, що якщо ситуація розтягнеться на кілька днів, то протягом цих днів зазвичай спостерігається поліпшення ставлення терористів до заручників, тому не треба втрачати віру в благополучний результат;

- якщо надії на контакт, на вашу думку, немає, намагайтеся не виділятися в групі заручників, нічим не дратувати бандитів;

- не варто сякати і кашляти, голосно плакати або виражати своє невдоволення. Якщо ви хочете відкрити сумочку, встати або перейти на інше місце, питаєте дозвіл. Часто під час переговорів загарбники звільняють дітей, жінок і хворих. Іноді в їх число можна потрапити завдяки симуляції. Слід мати на увазі, що якщо вашим звільненням вже займається спецпідрозділ, то вони могли встановити зовні підслуховуючий пристрій, який збирає всю інформацію. Можна допомогти спецпідрозділу, просто розмовляючи з сусідом;

- намагайтеся зайняти себе: читати, писати, розмовляти;

- віддайте особисті речі, які вимагають терористи;

- при стрільбі лягайте на підлогу, але нікуди не біжіть. Лежати краше лицем вгору, тоді ви зможете бачити, що роблять терористи.

Таким чином, щодо терористів не рекомендується виявляти жодної агресивності.

Окремо потрібно розглянути способи запобігання кризовим ситуаціям. Правильно побудоване спілкування з незнайомими людьми, особливо в пізній, нічний час, може запобігти багатьом кризовим ситуаціям.

Наведені нами прийоми спілкування в кризових ситуаціях, зрозуміло, не можуть забезпечити стовідсотковий успіх, але вони можуть значно полегшити вихід із багатьох кризових ситуацій.

4.4. Риторика влади

Різний зв'язок риторичних принципів, що сповідує оратор, стоюється форм ораторської діяльності. Коли людина вибирає риторику влади, вона завжди повертається у монологізм, тому що бачить в інших людях об'єкти впливу, засіб примусу і тиску. Про цей зв'язок чи не вперше заговорив французький філософ і лінгвіст Р. Барт. Він увів поняття: «зброя риторики», «мовленнєві битви», «мовленнєвий терор». Оскільки виступ оратора як усне мовлення залежить від того, як його сприймають слухачі, а слухачі, як правило, є тими комунікантами, які не тільки чують, але і бачать один одного, то будь-яка деталь може змінити позитивне ставлення аудиторії на негативне.

Перед аудиторією мовцю радять поєднувати два види, дві «стихії» мови – усну й писемну. Недарма відомі лінгвісти називають ораторський монолог «підробкою» писемної мови під усну (А.М. Пешковський). Окрім того, сприйняття людини, яка виступає перед слухачами, підпорядковується формулі сприйняття виступу, що дорівнює такому розподілу уваги слухачів, за %: 58 (візуальне) + 35 (аудіальне) + 7 (інтелектуальне, змістове). Саме тому з часів виникнення риторика цікавилися проблемами ефективного усного переконливого слова в ситуації публічного мовлення й комунікації. Як зазначено вище, усне мовлення має дві форми – монологічну і діалогічну. Монолог являє собою розгорнуте висловлення (елементарна одиниця тексту) однієї особи, завершене у значеннєвому відношенні, звернене до другої особи. Психолого-педагогічною особливістю монологічного мовлення є те, що реакція слухачів угадується, а жести і міміка відіграють меншу роль, ніж при діалозі. Монолог – це найчастіше публічна промова, адресована великій кількості людей. Однак ораторський монолог у більшості випадків діалогічний. Промовець ніби розмовляє з уявною аудиторією, тож відбувається прихований діалог. І окрім того, ця розмова та перевага у застосуванні монологу – діалогу виявляє принципи промовця.

Коли йдеться про монолог і діалог, варто встановити корелятивні відношення між різними ораторами та риторикою як жагою до влади, або риторикою влади та риторикою як технологією толерантної аргументації (Л. Ольбрехт-Тітек, Х. Перельман). Звісно, навряд чи ми маємо право уникати аналізу шляхів втілення жаги до влади, у тому числі й в сучасних ораторів, особливо, порівнюючи аргументативну та дискурсивну риторики (рис. 4.1).

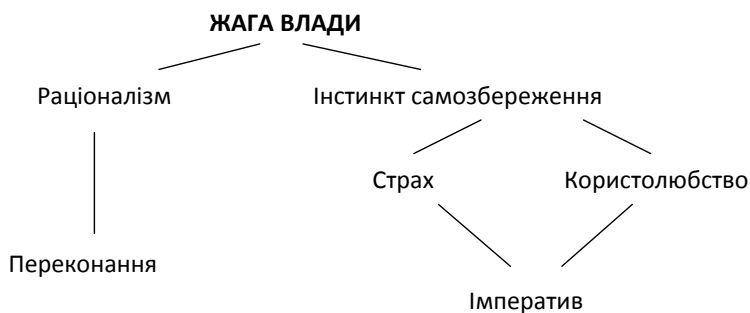


Рис. 4.1. Риторика влади

На рис. 4.1 показані взаємозв'язки та шляхи реалізації волі до влади за допомогою мовленнєвої комунікації, слова. Один із шляхів – переконання, апеляція до розуму, культ рацію, інший – вплив на низькі інстинкти, іноді вітально необхідні – самозбереження, але частіше – це користолобство, страх, огида тощо. Причому, якщо влада нав'язується зовні, авторитарно, вона відбивається в наказах, погрозах, безапеляційних судженнях, гаслах, закликах, імперативі. Якщо жага до влади маскується під демократію, то ми стикаємося з популістською риторикою, демагогією і навіть з проявом феномену негативної харизми особистості та її маніпуляціями. Харизма оратора сильніше задіює риторику маніпуляцій з свідомістю людини. Така маніпулятивна риторика отримала назву «чорної риторики», «антириторики».

У різних народів оратор завжди був постаттю, яка гідна поваги, оскільки його, крім того, відрізняє мудрість й краса та етичність думки.

Наведемо три типи дискурсивної зброї, які виділив Р. Барт (табл. 4.2). Не забувайте про можливості свідомого впливу на аудиторію з боку оратора, свідоме формування оратором волі людини через переконання.

Таблиця 4.2

Різновиди риторики за критерієм ставлення до влади за Р. Бартом

Дискурсивна зброя і жага влади		
Жанр, вид, форма	Мета	Мовні засоби
Монологічна промова	Завоювання влади	Примус, риторика фашизму
Несправедлива діалогічна промова або Діалог, що перетворюється в монолог	1) встановити волю домінантів 2) «вибравувати» «слабких» учасників мовленнєвого спілкування, позбавити їх права голосу	Маніпулювання, популізм підтримка влади домінантів Дозвіл «відкривати рота» за командою або за певних обставин
Ганебний діалог	Статус Я – «господар» фрази. Істиною володіють «свої» Розподіл влади серед «своїх»	Маніпулювання і навіювання Демонстрація ганебної нещирої мовленнєвої поведінки через над-упевненість, я-рішучість, агресивність, категоричність

У політичній риториці постійно використовується еристика. Еристикою найчастіше називають таку суперечку, за якої використовують будь-які прийоми, розраховані лише на те, щоб перемогти супротивника. Метою суперечки є не лише дослідження істини чи переконання, а й перемога.

Головне завдання, що стоїть перед суперечниками в цьому випадку, полягає в тому, щоб «взяти гору» над супротивником за будь-яку ціну, використовуючи будь-які методи.

Великого значення мистецтву суперечки надавалося в середньовічних університетах, де часто проводилися диспути, які мали привчати школярів захищати набуті ними знання від усяких нападів і переконувати інших у правильності того, що вони самі стали вважати істиною.

Суперечка – це комунікативна ситуація, де наявне активне ставлення до позиції співрозмовника виражається в її критичній оцінці. Обов'язковими учасниками суперечки є проponent, опонент і аудиторія. Можна виділити декілька класифікацій суперечок. По-перше, суперечка за формою може бути *дискусією, полемікою, диспутом або дебатами*.

Дискусія (від лат. дослідження, розгляд) – це публічна суперечка, мета якої полягає у з'ясуванні й порівнянні різних точок зору, знаходженні правильного рішення щодо спірного питання. Безпосередня мета дискусії – це досягнення консенсусу між учасниками суперечки стосовно проблеми, що обговорюється. Тож застосування некоректних прийомів, спрямованих на обдурювання співрозмовника, у такій суперечці заборонене. У протилежному випадку дискусія може припинитися й виникне конфліктна ситуація.

Полеміка (ворожий, войовничий) – це суперечка, у якій є конфронтація, протистояння, протиборство сторін, ідей і думок. У зв'язку з цим її можна визначити як боротьбу принципово протилежних думок з якимось питанням, як публічну суперечку задля захисту, відстоювання своєї точки зору і спростування протилежної.

Диспут (досліджую, сперечаюсь) та *дебати* (сперечатися) як види суперечки в літературі часто розглядаються як схожі поняття. На відміну від дискусії диспут не лише з'ясовує підстави, а й виявляє позиції сперечальників. Досить часто останнє в диспуті стає головним.

Дебати – це суперечки, що виникають при обговоренні доповідей, виступів на зборах, засіданнях, конференціях тощо. Мета дебатів – визначення ставлення учасників обговорення до спільних для всіх тез виступу. Окрім наведеної вище класифікації суперечок існують також інші. Залежно від мети розрізняють: суперечку заради істини, суперечку заради переконання, суперечку заради перемоги й суперечку заради суперечки.

Суперечка заради істини, або діалектична суперечка, у чистому вигляді трапляється рідко. (Тут слово «діалектична» застосовується у своєму первісному значенні. Діалектикою в Стародавній Греції називали мистецтво досягнення істини в процесі бесіди). Метою діалектичної суперечки є передусім досягнення істини. Істина зазвичай пов'язана з певними описами, тому суперечка про неї – це суперечка про відповідність опису, який наводить сперечальник, реальному стану речей. У зв'язку з цим суперечку заради істини можна також назвати суперечкою про описи. Говорити про перемогу в таких суперечках немає сенсу: коли в результаті відкривається істина, то вона стає надбанням обох сторін. Дискусія між Бором та Ейнштейном якраз і репрезентує такий вид суперечки. Серед найвідоміших шукачів істини, які ефективно впливали на інших завдяки правильно

використаному слову, відносять харизматичних релігійних лідерів, таких як Мойсей, Будда, Христос, філософів – Конфуцій, Сократ, Платон, Аристотель та багатьох сучасних політичних діячів. Варто не забувати:

- немає жодної життєвої проблеми, на яку б знайшлася одна-єдина правильна відповідь;

- існує багато можливих інтерпретацій одного й того явища.

Завданням суперечки може бути не лише перевірка істинності якогось положення, а й переконання іншої людини. Одним із мотивів переконання може бути переконання людини в мудрості співрозмовника. Якщо для цього застосовуються різноманітні хитрощі, то така суперечка називається софістичною. Звичайно, у такому випадку може йтися лише про позірну, а не справжню мудрість.

Одним із прикладів мудрості співрозмовника може бути «логіка шкереберть», або логіка абсурду. Так, у психології широкої популярності набула модифікація «сократичного діалогу», яку запропонував Е. Кречмер. Вона полягає у виведенні третього рішення після аналізу двох протилежних. Наприклад, жінка скаржиться на свого чоловіка за те, що він зраджує її, і тому огульно шпетить всіх чоловіків, приписуючи їм зрадливість, хіть та безчесність. Їм, каже вона, не можна довіряти, на них не можна покластися, бо вони не виконують взятих зобов'язань. Консультант підтримує і розвиває думку пацієнтки, доводячи її до абсурду, запевняючи, що таким був, мабуть, і її батько, і ті чоловіки, яких вона поважає. Клієнтка починає захищатися, доводячи, що це не поширюється на її батька, що є зовсім інші чоловіки – надійні, турботливі, відповідальні (за С.В. Васківською).

Не менш важливо знати *прийоми мовного маніпулювання*. Перш за все визначимо, що «мовним маніпулюванням» називається маніпулювання, що здійснюється шляхом свідомого й цілеспрямованого використання тих чи інших особливостей побудови й застосування мовних висловів. Зазвичай у літературі звертають увагу на те, що елементи мовного маніпулювання застосовуються в основному в ідеологічно навантажених текстах, насамперед у політичних аргументаціях. Однак треба зазначити, що мовне маніпулювання є також необхідною ознакою повсякденного спілкування людей. Існує велика кількість прийомів, пов'язаних зі значеннями мовних висловів, які застосовуються для того, щоб певну інформацію про реальні події подати у вигідному світлі, відповідно до інтересів певної людини, соціальної або політичної групи. Розглянемо деякі з них.

Прийом «плавна зміна смислового значення вислову».

Мовний вислів можна охарактеризувати як з точки зору його предметного значення (референту, денотату), так і з точки зору його смислового значення (смыслу). Предметне значення мовного вислову – це предмет, що ним позначається. Предметні значення є різноманітними: це можуть бути окремі об'єкти, класи об'єктів, явища, процеси, властивості об'єктів, відношення між ними тощо. Сислове значення визначається як зміст мовного вислову, який засвоюється в процесі його розуміння. Інак-

ше кажучи, смисл мовного вислову – це сукупність суттєвих рис, властивостей, характеристик предмета, який ним позначається.

Прийоми розмивання смислового значення.

Сутність цих прийомів полягає в застосуванні в текстах мовних висловів без точного смислового значення. У різних знакових ситуаціях різні люди можуть їх зрозуміти по-своєму. Окрім того, в різних ідеологіях смислове значення таких слів може значно відрізнятись. До таких висловів зазвичай відносять «лозунгові слова» й «пусті формули». «Лозунгові слова» відіграють значну роль у створенні переконливості ідеологічного тексту. Їх функція передусім полягає у впливі не на розум людини, а на її почуття. Як приклад можна навести такі слова: свобода, рівність, братерство, справедливість, демократія, безпека, мир, загальний добробут, громадське благо, цінність для суспільства тощо. Усі вони в системі цінностей людини займають позитивне місце, тому тексти, де ці вислови застосовуються, також будуть сприйматися позитивно. «Пусті формули» відрізняються від «лозунгових слів» тим, що слова, які їм відповідають, не займають центрального місця в системі цінностей людини, бо не несуть яскраво вираженої позитивної оцінки. Однак вони близькі до символічних слів тим, що застосовуються в контекстах, немовби маючи чітке смислове значення, хоча насправді його немає. Це, наприклад, такі вислови, як якість життя, захисники Батьківщини тощо.

Щоб спрацював закон ефективної комунікації, згадаємо відомий вислів Г. Гессе: кожна людина відкриває свою істину власним шляхом, тому передати комусь досвід – все одно що «народити за неї її дитину».

Отже, мовленнєва зброя має на меті психологічний вплив як на окрему особистість, так і групу осіб з метою зміни їх свідомості, трансформації емоційних станів, спрямованості особистості та стимулювання певних типів їх поведінки.

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ І ЗАВДАННЯ

1. Назвіть ситуації, де слід продемонструвати маску агресивності і де не треба демонструвати агресивність.
2. Поясніть, що означає «зруйнувати агресивний сценарій» і чому це треба робити.
3. Перелічить правила поведінки і спілкування в нічному транспорті.
4. Перелічить правила поведінки для дівчини, що стала об'єктом нападу злочинця.
5. Як треба направляти погляд, якщо ви стали об'єктом нападу?
6. Опишіть реальну ситуацію виходу з кризової ситуації, використовуючи свій життєвий досвід, досвід друзів, знайомих, родичів.
7. Що може стати мішенями маніпулювання в риторичі влади?

8. Складіть невеликий виступ, мета якого – переконати слухачів, що дотримання правил етикету створює престижний імідж інтелігентної та вихованої людини. Для аргументації використовуйте наведені вислови: 1) манери не дрібниці, вони плід шляхетної душі і чесності розуму (А. Теннісон); 2) найкращим оратором є той, хто своїм словом і навчає слухачів, і дає насолоду, і справляє на них сильне враження (Цицерон).

9. Які властивості та якості слід розвивати, щоб протистояти маніпуляціям за допомогою уваги та аналітичного мислення?

10. Підготуйте промову, розраховану на 3 хв, про важливість знань риторики дискурсу та про необхідність уміння говорити привселюдно та виголосіть її перед академічною групою: «Обов'язок оратора говорити правду» (Платон), «Багато говорити і багато сказати – не те саме» (Софокл), «Оратори, які ніяк не можуть зупинитися, – справжні мучителі слухачів» (Й. Бехер), «Слово, яке не доходить до іншого – мертве» (Г.-Г. Гадамер), «Краще нічого не сказати, ніж сказати нічого» (Г. Сковорода). Подумайте, яким з методів викладу матеріалу ви частіше користувалися при складанні текстів?

ПРАКТИКУМ

Завдання 1. Прочитайте будь-який виступ психолога та проаналізуйте мовленнєву поведінку мовця.

Мета: визначити сформованість умінь виділяти головну думку співрозмовника, аналізувати його стратегію і тактику та оцінювати їх ефективність в усному монологічному мовленні.

Матеріал: текст, що обирається викладачем, запитання до нього.

Хід виконання: прочитайте текст. Дайте відповідь на такі питання:

1. Скільки частин можна виділити в тексті?
2. Як починається виступ? Як можна охарактеризувати стратегію оратора? Чи дотримується він основних принципів стратегічного закону риторики?
3. Виділіть тезу виступу. Як розкривається тема в основній частині? Яку тактику обрав мовець і чому?
4. Яка функція метафор і порівнянь, що використовуються автором? Якого ефекту вдається йому досягти за їх допомогою? Наведіть приклади. Чи сприяє це розкриттю теми та її кращому розумінню слухачами?
5. Виділіть кульмінаційний момент виступу. Як оратору вдалося передати трагізм і напруженість ситуації, якщо такі моменти були?
6. Які види повторів використовує оратор? Яка їх функція у виступі? Наведіть приклади.
7. Наведіть приклади використання автором таких риторичних прийомів, як анафора і полісиндетон. Проаналізуйте їх функції.
8. Яка тактика обрана оратором у заключній частині виступу? Чому?
9. Які прийоми використовує мовець, щоб привернути увагу слухачів до проблеми виступу, пробудити в них інтерес?
10. Яка позиція самого оратора? Аргументуйте свою відповідь.
11. Охарактеризуйте виступ із погляду його відповідності ustalеним нормам літературної мови.
12. Чи можна назвати виступ оратора успішним? Чому?

Завдання 2. Складіть усний виступ на одну із запропонованих тем.

Мета: виявити рівень сформованості вміння реалізовувати свій комунікативний намір за допомогою відповідної риторичної стратегії і тактики мовленнєвої поведінки в усному монологічному мовленні.

Хід виконання: оберіть одну із тем для усного виступу; заслухайте виступи своїх однокурсників і оцініть ступінь ефективності їх мовленнєвої поведінки за такою схемою:

1. Виділіть головну думку доповіді. Чи вдалося доповідачу зробити її виклад зрозумілим і несуперечливим?

2. Оцініть поведінку мовця. У чому її переваги та недоліки?

3. Чи відповідає обраний доповідачем спосіб викладу теми інтересам аудиторії?

4. Як доповідач намагається привернути увагу слухачів до проблеми й зацікавити їх?

5. Охарактеризуйте мовлення доповідача з погляду наявності в ньому відповідних комунікативних рис.

6. Охарактеризуйте стратегію і тактику мовця. Чи відповідають вони його комунікативним намірам?

7. Охарактеризуйте стиль виступу.

8. Чи можна назвати доповідь мовця успішною? Чому?

Завдання 3. Прочитайте вислови та визначте, у яких ситуаціях вони б пролунали як: 1) зовсім неприйнятні; 2) доречні; 3) безтактні.

Мета: визначити рівень сформованості вміння оцінювати ступінь етичності тієї чи іншої ситуації і використовувати відповідні етикетні формули.

Завдання 4. За розташуванням індивідом свого тіла щодо співрозмовника можна судити про закритість (людина намагається закрити передню частину тіла і зайняти якомога менше місця в просторі – недовіра, незгода, протидія, критика, страх) або схильність (пози довіри, згоди, доброзичливості, психологічного комфорту) його до спілкування.

Прийміть позу:

- роздуму;
- зацікавленості у співрозмовнику;
- бажання заявити про себе;
- засудження;
- впевненості.

Завдання 5. Жести – різноманітні рухи руками і головою. Зобразіть такі жести:

Комунікативні	Модальні (виражають оцінку і ставлення)	Описові (мають сенс в контексті мовного висловлювання)
Вітання	Схвалення	Великий
Прощання	Несхвалення	Сильний
Привертання уваги, заборона	Розгубленість	Дурний
Задоволення (згода)	Довіра	Відмінний (хороший)
Заперечення (незгода)		

Завдання 6. Підготуйте і виголосіть епідейктичні вітальну і подячну промови до дня народження, ювілею, державного свята (за вибором), захисну промову.

Завдання 7. Проаналізуйте з погляду риторики радіо- та телерекламу.

Завдання 8. Виконайте риторичний аналіз двох парламентських промов народних депутатів України та закордонних парламентарів (за вибором з матеріалів преси).

Завдання 9. Виконайте риторичний аналіз дипломатичного тексту (за вибором з матеріалів преси).

Завдання 10. Підготуйте та проведіть диспут на актуальну суспільно-політичну та морально етичну теми.

Завдання 11. Підготуйте агітаційну промову про певного кандидата в депутати до Верховної Ради України.

Завдання 12. Підготуйте агітаційну промову про конкретного кандидата в депутати до місцевих органів самоврядування.

Завдання 13. Підготуйте прощальну промову для однокурсників при врученні дипломів про вищу освіту.

Завдання 14. Дайте відповіді на питання:

- чи потрібно бути агресивним у житті?
- яка різниця між агресивністю і маскою агресивності?
- якими засобами можна сформувати у себе ситуативну маску агресивності?
- у яких випадках, на вашу думку, треба демонструвати агресивність?
- спробуйте висловити свою агресивність у формі вишуканої ввічливості;
- для чого треба вміти придушувати в собі агресивність? Чому це може допомогти?

Завдання 15. Проаналізуйте ситуації «Дай закурити-1» і серія «Дай закурити» (підрозд. 4.3):

- проаналізуйте комунікативні позиції хуліганів і жертви. У кого сильна комунікативна позиція в цих ситуаціях? Як жертва нападу може посилити свою комунікативну позицію? Які прийоми для цього застосовуються?
- що означає вираз «зруйнувати агресивний сценарій»? Як це можна зробити? Що це дає жертві нападу?
- чи можете Ви запропонувати свої варіанти відволікання хуліганів, руйнування агресивного сценарію?
- запропонуйте свій вихід з подібної ситуації.

Вправи, спрямовані на закріплення знань щодо технології укладання виступу

1. Прочитавши будь-яку коротку статтю у фаховому журналі складіть перелік ідей, які в ній викладені, за допомогою закінчених речень. Зробіть висновок, наскільки точно ваш результат віддзеркалює статтю.

2. Проаналізуйте будь-яку промову видатного оратора (ведучого) із погляду основних розділів, підрозділів, переходів між ними, наявності в тексті повторень, резюме (коротких висновків з основними положеннями промови).

Вправи на поліпшення дикції, дихання, володіння голосом

Особливу увагу треба звернути на правильність дихання. Рекомендуємо прочитати вірш А. Прянішнікова «Правила читання (мовлення вголос)».

ПРАВИЛА ЧИТАННЯ (МОВЛЕННЯ ВГОЛОС)

Запам'ятай, що перш аніж в слові почати вправлятись,
Треба клітку грудну розширити злегка й при цьому
Низ живота підібрати для опори диханню й звукові.
Плечі в час дихання бути повинні в спокої, без руху.
Кожен вірша рядок на однім видиху промовляй.
І простеж, аби груди не стискалися під час мовлення,
Бо при видиху рухається лише [одна] діафрагма.
Рядочок читати скінчивши, не поспішай з переходом до наступного:
Витримай паузу коротку у темпі вірша, одночасно
Добери частку повітря та лише користуючись диханням нижнім,
Стримай повітря на мить і тільки тоді вже читання продовжуй.
Стеж чутливо, щоб кожне слово почуте було:
Пам'ятай про дикцію ясну і чистоту звуків приголосних;
Рот не лінуйсь відкривати, щоб для голосу вільним був шлях;
Голосу звук не глуши придиховим тьмяним відтінком –
Голос і в тихім звучанні повинен зберігати металевість.
Перш ніж вправлятись в темпі, висоті й силі,
До уваги слід взяти рівність, стійкість звуку:
Слухай уважно, щоб голос ніде не тремтів і не колихався,
Видих веде економно – з розрахунку на цілий рядок.
Зібраність, дзвінкість, злетність, стійкість, повільність і плавність –
Ось що слухом уважним спочатку у вправах здобудь [шукай] [4].

Далі виконують таке: а) читають дві-три скоромовки; б) речення з 5–6 слів для показу зміни логічного наголосу залежно від ситуації; в) невеликий вірш (уринок з вірша) обсягом 8–12 рядків.

Під час виконання скоромовок важливо зрозуміти їх сутність. Робота над скоромовками починається з повільного виразного промовляння тексту. Поступово темп і ритм пришвидшуються, але не за рахунок погіршення виразності, чіткості. Промовляння скоромовок спочатку може відбуватись як монолог. Потім можна перейти на діалог з партнером. Один озвучує свою скоромовку, вкладаючи певний підтекст, який мають зрозуміти присутні, другий відповідає скоромовкою, також вкладаючи в неї підтекст, що є відповіддю й продовженням розмови.

Тренування мовного дихання

Уміння правильно дихати – це найважливіше в техніці мови і ораторському мистецтві. Постановкою дихання займаються паралельно з постановкою звуків і прокачуванням м'язів губ, язика і щелепи.

Як дихати правильно.

Вдихати треба тільки через ніс, видихати – тільки через рот. Ідеально, якщо разом з видихом народжуються звуки.

1) *«Тепле повітря»*. Уявіть собі, що у вас змерзли руки, – відігрійте їх диханням. Видих має бути рівномірним, повільним. Одну руку тримайте на животі.

2) *«Свічка»*. Поволі дмійте на полум'я. Замість свічки можна взяти смужку паперу шириною 2–3 см і завдовжки 10 см.

3) *«Свічки»*. На одному вдиху (без добору) погасить 3 свічки (4, 5... 10), розділивши видих на порції.

4) *«Насос»*. Станьте прямо, ноги на ширині плечей. Нахиліться вперед і візьміться за рукоятку уявного автомобільного насоса двома руками. Почніть накачувати повітря: випрямляючись, робіть вдих, а нахиляючись – видих на звуці «ф».

5) *«Пильщики»*. Візьміться удвох за руки хрест-навхрест. Праві руки – ваша пила, ліві – колода. Один тягне на себе «пилу», імітуючи на видиху звук «з», інший – на себе, вимовляючи звук «с».

6) *«Смарт»*. Візьміть в руки годинник із секундною стрілкою та почніть уголос вести відлік часу по секундах: «Десять! Дев'ять... Один! Пуск!». Відлік ведіть голосно, уривчасто, рівномірно, на одному диханні, без добору повітря.

7) *«Єгорки»*. Розподіліть видих на три порції, читаючи голосно, рівномірно текст, робіть паузу після кожного третього (п'ятого, восьмого, одинадцятого) «Єгорки»: «Як на гірці, на пагорбі (вдих), стоять тридцять три Єгорки (вдих): раз Єгорка, два Єгорки, три Єгорки (вдих), чотири Єгорки, п'ять Єгорок, шість Єгорок (вдих)» і т.д.

Вправа з мовного етикету

Прочитайте формули мовного етикету, якими супроводжується знайомство:

Дозвольте відрекомендуватися

Мене звуть

Моє ім'я ..., моє прізвище

Дозвольте представити (відрекомендувати) Вам

Дозвольте познайомити Вас із

Знайомтесь, це

Познайомте мене, будь ласка, з ...

Дуже радий з Вами познайомитись... .

Дуже приємно

Змодельюйте ситуацію знайомства, використовуючи наведені формули ввічливості.

Вправа «Слухай мовчки»

У житті важливо вміти не тільки підтримувати розмову, проявляючи власну активність, але і мовчки вислуховувати співрозмовника, що є часом не менш важливим проявом участі, співпереживання іншому.

Учасники розбиваються на пари. У парі спочатку один з учасників розповідає про себе щось, що його хвилює, на що він не знаходить відповіді.

Партнеру дозволяється тільки невербальне вираження почуттів щодо слів співрозмовника. Потім учасники міняються місцями.

Після цього вся група обмінюється почуттями, що виникли під час вправи.

Вправа «Покажи фразу, вгадай фразу»

Група має розбитися на дві команди. Команді потрібно вгадати фразу, яку один з учасників іншої команди показує за допомогою пантоміми, жестів, міміки тощо. Демонстраторам буде показано написану фразу. Команда, що грає, може задавати питання демонстраторам. На підготовку дається хвилина.

Вправа «Генератор маячні»

Підвищує рівень креативності, енергетики, залучення в групі, прискорює процес розподілу внутрішньогрупових ролей. Психологічне очищення того, хто грає, від засміченості мозку не виговорених вчасно слів (на подібні катарсису), розвиток риторичних здібностей і мовного апарату, розвиток здатності в необхідний момент відключати внутрішні міркування, можливість проаналізувати свою підсвідомість і підсвідомість оточуючих, цікаве проведення часу.

У цій грі першою умовою є відключити максимально мізки, і нести все підряд. *Приклад: тоді, коли мавпа йшла купити рушник, вони всі разом підстрибнули і Нікулін встиг з'їсти батон негра, а вони йому сказали, що війни не було, тому що зелений богомол сильніше цукорниці, поруч з якою стояла комп'ютерна програма.*

Друга умова – з кожним разом намагатися збільшувати швидкість маячні.

Також у цієї гри є два рівня. На першому все має бути безглуздо, а при переході на другий рівень маячня має бути безглуздою, але одна її нитка має бути смисловою. *Наприклад, марення про якусь конкретну тварину: жираф стрибнув на машину, у якій він колись їхав з бегемотом, у той самий час, коли жирафу постійно дзвонили на його годинник, а його дочка весь час перетворювалася в сина.*

Грати можна в компаніях різного розміру, просто вимовляючи це все по колу.

Вправа «Бесіда з клієнтом»

Мета: відпрацювання навичок активного слухання в процесі ділової комунікації.

Група ділиться на пари. Один грає роль незадоволеного, роздратованого клієнта, інший – психолога-консультанта. Завдання: з'ясувати причину конфліктної ситуації, запропонувати способи її вирішення на основі застосування прийомів активного слухання.

Вправа «Побудувати»

Основна умова полягає в тому, що завдання виконується мовчки. Розмовляти і листуватися при цьому не можна, можна спілкуватися тільки за допомогою міміки і жестів. «Подивимося, чи зможете ви зрозуміти один одного без слів?» У першій частині вправи дається завдання учасникам вишикуватися за зростом, у другій частині завдання ускладнюється – потрібно вишикуватися за датою народження. У другому варіанті після закінчення побудови учасники по черзі озвучують свої дні народження, при цьому відбувається перевірка правильності виконання вправи.

Демонстрація можливості адекватного обміну інформацією без використання слів, розвиток експресії і навичок невербального спілкування. Незвичайні умови, у які потрапляють учасники, включає зацікавленість, змушує знаходити способи донести точніше свою думку до іншої людини, контактувати один з одним заради досягнення спільної мети.

Вправа «Острів скарбів»

Мета: Вправа тренує здатність до комунікації.

1. Учасники розбиваються на пари і сідають спина до спини. Вони домовляються, хто з них буде партнером **А**, а хто – партнером **Б**. У кожного має бути аркуш паперу і олівець.

2. Партнер **А** починає робити начерк острова скарбів: загальний силует, особливо важливі пункти і місце, де захований скарб. У той час як **А** малює, він розповідає партнеру **Б**, що той повинен намалювати на своєму аркуші, щоб отримати якомога більш точну копію карти острова. **А** та **Б** можуть розмовляти, але не повинні обертатися і дивитися на план, який малює партнер. На це відводиться 10 хвилин.

3. Після цього партнери порівнюють свої плани і обговорюють такі питання:

- наскільки план **Б** вийшов схожим на план **А**?
- наскільки партнер **А** звертав увагу на труднощі, які могли виникнути у його партнера?
- партнер **А** більше концентрувався на малюванні свого плану або плану партнера?
- якою була робоча атмосфера між партнерами?
- чи обидва насолоджувалися виконанням цього завдання?
- чи відчувалися будь-які незручності і напруження?
- що кожен зробив би по-іншому наступного разу?

Вправа «Ланцюжок чисел»

Ця комунікаційна гра майже завжди приголомшує учасників. Вони можуть перевірити, наскільки добре вони можуть розуміти один одного на інтуїтивному рівні. Це важливо перш за все для тих груп, всередині яких немає налагоджених зв'язків. Найкраще проводити цю вправу наприкінці заняття або використовувати його в паузах між іншими вправами, перед початком нової фази занять.

1. Учасники рівномірно розсідаються по кімнаті (ім не потрібно сідати в коло або в ряд, це має бути довільний порядок).

2. Якщо в групі двадцять чоловік, попросіть учасників рахувати до двадцяти. Кожен повинен назвати число але не домовляючись попередньо з іншими про те, хто яке число назве. При цьому необхідно стежити, щоб не було вимовлено двох однакових чисел. Завдання складніше, ніж здається на перший погляд. Якщо у групі помилилися, то всі починають рахувати спочатку.

3. Якщо Ваша група менше (8–12 чоловік), попросіть розрахуватися по черзі до десяти – це теж досить складно.

Наприкінці обговоріть з учасниками перебіг гри.

Вправа «Знайди і доторкнися»

У цій грі вам пропонується ходити по кімнаті і торкатися руками різних речей. Деякі завдання будуть дуже легкими, а інші, можливо, змусять вас замислитися.

Отже, знайдіть і торкніться:

- чого-небудь красного;
- чого-небудь холодного на дотик;
- чого-небудь шорсткого;
- того, що важить приблизно півкілограма;
- чого-небудь круглого;
- чого-небудь залізного;
- чого-небудь блакитного;
- того, що має товщину сто міліметрів;
- чого-небудь прозорого;
- речі, довжина якої приблизно вісімдесят сантиметрів;
- речі вагою близько 65 кг;
- чого-небудь зеленого;
- чого-небудь із золота;
- чого-небудь, що важче тисячі кілограмів;
- чого-небудь, що легше повітря;
- чого-небудь зі срібла;
- частини одягу, яка здалася вам шикарною;
- руки, яку ви вважаєте цікавою;
- чого-небудь, на ваш погляд, потворного;
- того, що рухається ритмічно;
- числа 22;
- слова «незабудка».

Ця гра – чудовий «міксер», за допомогою якого учасники «перемішуються», контактують між собою, звертаючи при цьому увагу на різні аспекти дійсності.

Гра розвиває сензитивність до оточуючих, але при цьому активізує і наглядові, і аналітичні здібності. Особливо хитромудре останнє завдання. Найпростіше рішення: учасники можуть написати де-небудь це слово, а потім торкнутися його. Однак учасники самостійно мають знайти якесь нетривіальне рішення.

Вправа «Шурум-бурум»

Ведучому пропонується згадати почуття, а потім тільки за допомогою інтонації, відвернувшись від кола і, вимовляючи тільки слова «шурум-бурум», показати задумане їм почуття.

Вправа «Короткий виступ по опорних точках»

Для вправи довільно беруться п'ять слів. Можна скористатися будь-якою книгою, відкривши її на середині. Заняття полягає в складанні і вимовленні зв'язної розповіді з використанням п'яти обраних слів (іменників, прикметників, дієслів). На кожне оповідання витрачається лише 2–3 хвилини. На одному занятті слід практикувати не більше 3–4 оповідань.

Ця вправа активізує уяву і сприяє розвитку логічності та гнучкості розуму.

Вправа «Тренування з диктофоном»

Диктофон дає можливість здійснювати зворотний зв'язок, який необхідний для усунення недоліків у мовленні. Крім удосконалення в усному мовленні, диктофон сприяє тренуванню рефлексивності мислення. При прослуховуванні запису слід: а) оцінювати самого себе; б) прогнозувати оцінку своєї промови іншими особами.

З диктофоном відпрацьовуються: а) читання уривка (прози, вірша) і прослуховування прочитаного; б) переказ прочитаного тексту. У процесі роботи звертайте увагу на наголоси в словах. Заведіть списки слів зі складним чи незвичайним наголосом.

Вправа «Сенс слова»

Кожному дають обрати слово, яке мало використовується в розмовній мові (список слів у додатку). Оберіть одно слово і напишіть промову, що розкриває, на вашу думку, «істинний сенс» цього слова і місце його в житті людини. Це може бути презентація, рекламний виступ, новинне повідомлення тощо. Особливу увагу приділити тому, щоб слово було вам незнайоме.

Вправа «Професія»

Групу розбити на пари. Кожному дати якусь професію. Виходити в центр аудиторії по двоє, і кожному розповідати про переваги своєї професії одночасно. Завдання: привернути й утримати увагу аудиторії в суперництві зі своїм партнером.

Вправа на привернення уваги

Дати кожному таке завдання: «Іноді я схожий на калькулятор, мишку, топ-модель, блокнот і т.д., тому що...». Потрібно дати логічне обґрунтування чому, провести паралель.

Вправа «Чистота мовлення»

Кожен по черзі виходить у центр аудиторії і розповідає трохи про себе, щоб викладач зміг визначити рівень засміченості мови, скутість, інші помилки.

Слова-паразити – це терміни, що вживаються кожною людиною. Вони є не просто способом скріплення виразів але і своєрідним лакмусовим папірцем, що виявляє якості, достоїнства і недоліки характерів. Отже, що ж приховують за собою такі поширені і нібито нешкідливі слова-паразити?

«*До речі*» – це слово вживають повсякденно всі ті люди, яким не вистає уваги.

Вони можуть відчувати незручність в незнайомій компанії, і тому й прикривають своє збентеження цим словом.

Вслухайтесь в чийсь розмову і подивіться, як відразу привертає увагу людина, що починає свою промову зі слова «до речі».

«*Коротше*» – показник квапливості, нервозності й агресії.

Найчастіше цим словом користуються люди з холеричним типом темпераменту. Деяких з них можна з упевненістю віднести до таких, що мають ознаки неврівноваженої нервової системи. Також часто можна зустріти вживання цього слова у людей балакучих, які не вміють справлятися з цією своєю якістю.

«*Це саме*» часто говорять ті люди, яким лінь виконувати свої роботу і домашні обов'язки.

Вони можуть бути ненадійні й імпульсивні, так що на них не можна покладатися. А ще такі особистості спритно уникають покарань, вчасно звалюючи свою провину на найближчих жертв, що підходять для цього.

«*Взагалі-то*» – ще одне слово з щоденного лексикону невпевнених у собі людей.

Але, на відміну від «до речі», ці особистості мають завидний талант влаштовувати скандали буквально на рівному місці. Правда, роблять вони так через ту ж невпевненість в собі.

«*Насправді*» проскакує в розмовах самовпевнених і егоїстичних людей.

Вони довіряють тільки своєму досвіду і своїй думці, а все інше їм просто не цікавить. Як правило, людина-«насправді» важко заводиться друзів і зав'язує стосунки, тому що вважає себе єдиною і неповторною. Інші ж люди – це просто публіка для її життєвих виступів.

«*Типу*» і «*значить*» люблять повторювати справжні консерватори.

Вони проти всього нового і правоту своєї думки завжди можуть довести агресивним ставленням до співрозмовника.

«*Як би*» – це ознака творчої натури, яка часто проводить час в своєму вигаданому світі.

Саме цим словосполученням такі люди несвідомо підкреслюють свою відірваність від соціуму і всю відносність кожної події у своєму житті.

«Просто» часто вимовляють ті люди, думка яких не буває самостійною.

Вони залежать від свого оточення і бояться взяти на себе хоч якусь відповідальність. А ще вони часто виправдовуються, чим остаточно «кидають» себе в очах знайомих людей.

ТЕСТИ

Який Ви ритор?

Оцініть себе з огляду на те, як Ви володієте риторичними навичками й уміннями (оцінка виставляється в балах від 1 до 5).

1. Уміння орієнтуватися в мовленнєвій ситуації.
2. Уміння імпровізувати.
3. Уміння виконувати поставлене комунікативне завдання.
4. Володіння невербальними засобами спілкування.
5. Уміння проводити риторичний аналіз.

Результати:

1–12 балів. Ви слабкий ритор. Вам необхідно дуже багато працювати.

13–18 балів. Ви досягли певних успіхів у процесі риторичної підготовки, але у Вас стільки ж і прогалин у володінні риторичними уміннями.

19–30 балів. Якщо Ви об'єктивно і чесно оцінили свої можливості, то Ви – гарний ритор, але немає межі самовдосконаленню.

Чи приємно з Вами спілкуватися?

Дайте відповіді на запитання – «так» або «ні».

1. Ви полюбляєте більше слухати, ніж говорити?
2. Ви завжди можете знайти тему для розмови навіть із незнайомцями?
3. Ви завжди уважно слухаєте співрозмовника?
4. Чи любите Ви давати поради?
5. Якщо тема розмови Вам не цікава, чи покажете Ви це співрозмовнику?
6. Чи дратуєтесь, коли Вас не слухають?
7. Чи з будь-якого приводу у Вас є власна думка?
8. Якщо тема розмови Вам не знайома, Ви підтримаєте її?
9. Ви любите бути в центрі уваги?
10. Є хоча б три галузі, у яких у Вас досить глибокі знання?
11. Ви гарний оратор?

Відповіді: за позитивні відповіді на запитання 1, 2, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 11 зарахуйте собі по 1 балу. Бали складіть.

Результати:

1–3 бали. Важко сказати, чи Ви такі мовчазні, що з Вас слова не витягнеш, чи, навпаки, так любите спілкуватися, що Вас уникають. Але факт залишається фактом: спілкуватися з Вами не завжди приємно і завжди складно. Вам необхідно над цим замислитися.

4–8 балів. Ви, можливо, і не дуже любите спілкуватись, але Ви уважний і приємний співрозмовник. Хоч буваєте і не в гуморі, проте не вимагаєте у такі хвилини до себе жодної додаткової уваги.

9–11 балів. Ви, мабуть, один з найбільш приємних у спілкуванні людей. Без Вас не можуть обійтись друзі. Це чудово. Виникає тільки одне запитання: Ви дійсно так любите спілкуватися чи Вам іноді доводиться грати як на сцені?

Стан філологічної культури особистості

Відповідаючи на кожне запитання, виберіть один із трьох варіантів відповіді: «так», «іноді», «ні».

1. Чи вважаєте Ви, що культура мовлення – категорія соціальна і залежить від культури суспільства?

2. Чи підвищила культурний рівень населення культурна революція (боротьба з неграмотністю, боротьба за культуру мовлення)?

3. Чи може людина вважатися культурною без мовних знань, мовної ерудиції?

4. Чи варто поважати людину, яка вживає ненормативну лексику?

5. Ви читаєте роман із цікавим сюжетом, захопилися ним, але Вам заважають стилістичні огріхи, порушення літературних мовних норм. Чи дочитаєте Ви книгу до кінця?

6. Чи дратують Вас грубі, лайливі слова?

7. Ви говорите правильно, відступи від літературних норм не характерні для Вас?

8. Чи оцінюєте Ви своє мовлення як недостатньо виразне й образне?

9. Слухаючи виступ, Ви не помічаєте яким чином його побудовано, але звертаєте увагу на точність, ясність, логічність мовлення?

10. Ви вважаєте, що головне у виступі – це думки. Якщо вони є, мовленнєве оформлення їх не має значення?

11. Чи є літературно-мовленнєві норми регулятором мовленнєвої поведінки особистості?

12. Чи вважаєте Ви, що культуру мовлення вводити в шкільну програму у вигляді спеціального курсу немає необхідності?

13. Якщо Ваш співрозмовник припускається мовленнєвих помилок, Ви виправите його?

Оцінка відповідей: підрахуйте кількість балів за таблицею:

Відповідь	Питання												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Так	5	0	5	5	5	0	5	5	5	0	0	0	0
Іноді	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Ні	0	5	0	0	0	5	0	0	0	5	5	5	5

Результати:

65–40 балів. Ви людина, яка володіє філологічною культурою, має уявлення про соціальну природу мови, її значення в житті людей. Ви розумієте, що мова – важливий інструмент пізнання і без мови немає особистості. Ви здатні відрізнити немотивовані порушення норм літературної мови, зумовлені низьким рівнем культури людини, і розумієте, що способи «боротьби» з ними мають бути індивідуальними. Ви з розумінням ставитеся до молодіжного сленгу, вважаючи, що він «мине», якщо людина цікавиться літературою, мистецтвом. Ваше власне мовлення не завжди задовольняє Вас, Ви бачите можливості для його вдосконалення.

40–30 балів. Ви людина, яка має чуття мови. Вас не дратує вживання у вашій присутності лайок, проте самі Ви їх ніколи не вживаєте. Вам не властива однозначність в оцінці явищ дійсності. Ви нерідко сумніваєтесь у тому, що правильно, а що неправильно, оскільки вважаєте, що варіативність – умова мовленнєвої індивідуалізації. Ваш ідеал – людина, наділена індивідуальним стилем мовлення, але Ви вважаєте себе далеким від цього ідеалу. Вам необхідно спостерігати за мовленням авторів, майстрів художнього слова, дослухатися до мовлення дикторів. Корисно уважно вивчати авторські ремарки, які характеризують манеру і способи взаємодії героїв літературних творів.

30 балів і менше. Ви людина, яка виявляє стійкий інтерес до гуманітарних знань. Ваші переконання іноді категоричні. Не всі свої ідеї Ви здатні аргументовано відстояти, хоча в житті керуєтесь ними. Ваш максималізм відображається на формі ваших взаємин з людьми, на вашій мовленнєвій поведінці. Активізуйте свою спостережливість і увагу, розвивайте здатність не тільки слухати, але й чути, не тільки дивитися, але й бачити. Це дозволить Вам розвинути оцінне ставлення до слова, мовлення, яке є умовою комфортної активної взаємодії. Якщо Ви стали стороннім спостерігачем конфліктного спілкування, звертайте увагу на інтонацію, тембр голосу, міміку і жести, тих хто говорить, емоційне забарвлення їхньої лексики, намагайтеся зрозуміти почуття, які переживають і демонструють співрозмовники.

Перевірте рівень своєї комунікабельності

1. Перебуваючи в купе або в салоні літака, Ви:
 - а) зазвичай не контактуєте з сусідами;
 - б) контактуєте, якщо потрібно, але без бажання;
 - в) ініціативно контактуєте без ускладнень;
 - г) розкриваєте незнайомцям свої таємні почуття та думки.
2. Ваші стосунки з друзями та родичами підтримуються:
 - а) нечастими візитами (3–4 рази на рік);
 - б) більш частими візитами (5–10 разів на рік);

- в) регулярними візитами (частіше одного разу на місяць);
- г) щотижневими та більш частими зустрічами.

3. Скільки вітальних листівок Ви отримуєте кожного року:

- а) 1–5;
- б) 6–10;
- в) 11–15;
- г) 16 і більше?

4. Якщо Ви вже закінчили школу, доля скількох однокласників Вам добре відома:

- а) 1–2;
- б) 4–10;
- в) 11–15;
- г) 16 і більше?

5. У середньому Ви витрачаєте на телефонну розмову:

- а) 1–3 хв;
- б) 4–5 хв;
- в) 6–10 хв;
- г) від 15 хв і більше?

6. Якщо Ви читаєте нову книгу, то звичайно:

- а) самі обмірковуєте те, що прочитали;
- б) відповідаєте на запитання стосовно прочитаного, але неохоче;
- в) охоче відповідаєте на запитання щодо прочитаного;
- г) ініціативно розповідаєте про свої враження.

7. Під час кіносеансу, концерту, спектаклю:

- а) Ви не любите, щоб хтось ділився з Вами своїми враженнями;
- б) терпляче ставитеся до цього, якщо це Вам цікаво;
- в) інколи поділяєте враження зі знайомими;
- г) не можете весь час сидіти мовчки, намагаєтеся висловити свої думки частіше.

8. Зустрічаючи знайомих на вулиці Ви:

- а) якщо не маєте до них термінових справ, киваєте та проходите повз них;
- б) відповідаєте на вітання, обмінюєтеся короткими репліками;
- в) не зважаєте на те, хто привітався першим, охоче дізнаєтеся про новини;
- г) зупиняєтеся першим, вітаєтеся, розпитуєте та розповідаєте про себе.

9. Коли Ви повертаєтеся додому після занять, то:

- а) переважно мовчите;
- б) коротко відповідаєте на запитання;

- в) розпитуєте своїх родичів про новини, але неохоче;
- г) зацікавлено розпитуєте та розповідаєте про себе. Ображаєтеся, якщо Вас не розпитують або відповідають неохоче.

10. Перебуваючи в чужому місті (невідомому районі) та розшукуючи потрібну вам установу, адресу якої ви не знаєте (відомо, що вона десь неподалік від того місця, де ви щойно зійшли з автобуса), ви віддаєте перевагу:

- а) тому, аби обійти прилеглі вулиці, самотужки шукаючи те, що Вам потрібно;
- б) розпізнати серед перехожих місцевого мешканця та запитати в нього, а в разі незадовільної відповіді продовжити самостійний пошук;
- в) зупиняти перехожих із проханням допомогти, не відчуючи при цьому незручності;
- г) просити про допомогу потрібну кількість перехожих, не відчуючи незручності.

11. Під час прогулянки містом, парком Ви віддаєте перевагу:

- а) тому, аби бути самотнім;
- б) бути в товаристві однієї особи;
- в) бути в товаристві декількох друзів або знайомих;
- г) бути в товаристві великої кількості людей (колективні вилазки, культпоходи, тощо).

12. Якщо Ви помітили у знайомої людини «обновку», то:

- а) оцінюєте річ мовчки;
- б) висловлюєте думки, якщо Вас питають;
- в) ініціативно висловлюєте свої думки;
- г) дізнаєтеся про ціну, про те, де куплена «обновка», просите показати її, коментуєте свої враження.

13. Якщо Ви читаєте художню літературу, то звичайно:

- а) віддаєте перевагу короткому віршу або новелі;
- б) віршам або збірці новел;
- в) не помічаєте обсягу написаного, головне, щоб було цікаво;
- г) читаєте романи та поеми, які удостоїлися авторитетної критики, мають важливу тематику тощо.

14. Якщо Ви несподівано опинилися в незнайомій компанії, то:

- а) почуваетесь надзвичайно некомфортно, хочете покинути компанію;
- б) внутрішньо згодні залишитися, спілкуєтесь, але без бажання;
- в) радієте новим знайомствам, ініціативно спілкуєтесь;
- г) надзвичайно раді новим людям, намагаєтеся дізнатися про них докладніше й показати себе з кращого боку.

15. Якщо Ви пишете вірші, оповідання, ведете щоденник тощо, то:
а) не розповідаєте про написане нікому;
б) іноді розповідаєте про написане тому, кому особливо довіряєте;
в) охоче читаєте написане, якщо Вас прохають;
г) ініціативно читаєте написане, оскільки Вам цікаво знати думки інших щодо цього. Негативні думки або явно стримана похвала Вас певною мірою засмучують.

16. Коли Вас у гостях пригощають новою стравою, яка Вам сподобалася:
а) то їсте із задоволенням, але не висловлюєте свої думки;
б) можете ініціативно схвалити, але віддаєте перевагу тому, що тільки відповідаєте на запитання;
в) не чекаєте, поки Вас запитають, самі хвалите страву;
г) не тільки хвалите, але й розпитуєте про рецепт, говорите, що самі теж хочете її приготувати або попросите своїх рідних приготувати.

17. Підкресліть кращий тип заголовку (не твір, не певний заголовок, а його тип):
а) сварка;
б) сварка сусідів;
в) безглузда сварка сусідів;
г) повість про те, як посварилися Іван Іванович з Іваном Никифоровичем.

18. Якщо Ви помічаєте, що хтось із Ваших добрих знайомих надто балакучий:
а) то можете натякнути йому про це, тому що цей недолік Вас справді дратує;
б) не дуже реагуєте на балакучість інших;
в) любите слухати, було б тільки цікаво;
г) самі дуже балакучі, тому подібна риса співбесідника дозволяє Вам виразити себе.

19. На запитання «Котра година?» у ситуації, якщо не маєте при собі годинника, Ви дасте таку відповідь:
а) не знаю;
б) не знаю, я не маю годинника, вибачте;
в) із задоволенням відповів би Вам, але я не маю годинника;
г) я б із великим задоволенням відповів би Вам, але мій годинник зараз у ремонті, я сам відчуваю значні незручності, та що робити?!

20. Під час публічної лекції (доповіді, виступу), у випадку, якщо тема Вам цікава, а той, хто виступає, висловлює суперечливі або віроломні, як на Ваш погляд, думки:
а) відчуваєте бажання заперечити, але не реалізуєте цього;

- б) відчуваєте бажання висловитись, але безболісно реагуєте на обставини, що перешкодили Вам реалізувати своє бажання;
- в) вільно можете реалізувати своє бажання за допомогою записки;
- г) добиваєтесь можливості заперечити доповідачу.

21. Прочитавши дискусійну статтю в газеті (журналі) з теми, що Вас турбує, Ви:

- а) розмірковуєте над тим, що могли б узяти участь у дискусії, але не починаєте статтю, лист тощо, з часом забуваючи про свої наміри;
- б) обмірковуюйте свою відповідь, статтю, збираєте матеріал, складаєте чернетку, але не дуже засмучуєтеся, коли щось Вам перешкодило довести справу до кінця;
- в) пишите статтю (листа до редакції), надсилаєте, але не переймаєтесь, якщо Вам відмовили у публікації;
- г) якщо вам відмовили у публікації Вашого матеріалу, знов пишите листа до редакції з новим варіантом.

22. Підкресліть, яку рису у співрозмовника Ви бажали б бачити:

- а) надзвичайну стриманість;
- б) контактність, яка спрямована переважно на Вас;
- в) відчутну товариськість;
- г) необмежену контактність.

23. Оцініть самі себе, підкресливши типовий для Вас домінуючий рівень спілкування (комунікабельності):

- а) низький;
- б) близький до середнього;
- в) досить високий;
- г) високий, що наближається до найвищого.

Ключ до тесту «Перевірте рівень своєї комунікабельності»

Завдання, що складається з 22 серій запитань, розраховане на щирі, серйозні відповіді студентів. Завдання 23 подається з метою допомогти Вам правильно оцінити різницю між об'єктивним рівнем Вашої комунікабельності та тим, як Ви особисто його оцінюєте.

Характеристика: а) означає 2 очки; б) 4 очки; в) 6 очок; г) 8 очок.

Тим, хто набрав 176 очок або близько того, треба стежити за собою під час спілкування, стримувати себе, уважно спостерігати за реакцією тих, хто Вас оточує, та коригувати поведінку з метою зниження своєї активності.

Ті, хто набрали від 125 до 150 очок – досить активні під час спілкування, що наближається до класичної екстравертності.

Тим, хто набрав 44–60 очок треба навчитись активного спілкування, інакше Ваша інтровертність завадить (чи вже заважає) Вам та Вашому оточенню під час спілкування.

Якщо Ви маєте кількість очок від 70 до 100, Вам теж потрібно свідомо збільшувати активність під час спілкування, але надто не пересиливати себе.

Про що говорять Вам міміка та жести

1. Ви вважаєте, що міміка та жести – це:
 - а) спонтанне вираження душевного стану людини в певний момент;
 - б) доповнення до мови;
 - в) зрадницький вияв нашої підсвідомості.

2. Чи вважаєте Ви, що у жінок мова міміки та жестів виразніша, ніж у чоловіків:
 - а) так;
 - б) ні;
 - в) не знаю?

3. Як Ви вітаєтеся з дуже хорошими товаришами:
 - а) радісно кричите: «Привіт!»;
 - б) сердечним рукостисканням;
 - в) обіймаєте один одного;
 - г) стриманим рухом руки;
 - д) цілуєте один одного в щоку?

4. Які міміка та жести означають в усьому світі одне й те саме? Дайте три відповіді:
 - а) коли хитають головою;
 - б) кивають головою;
 - в) морщать носа;
 - г) морщать лоба;
 - д) моргають;
 - е) коли посміхаються.

5. Яка частина тіла найвиразніша:
 - а) ступні;
 - б) ноги;
 - в) руки;
 - г) кисті рук;
 - д) плечі?

6. Яка частина вашого обличчя найвиразніша? Дайте дві відповіді:
 - а) лоб;
 - б) брови;
 - в) очі;

- г) ніс;
- д) губи;
- е) куточки рота.

7. Коли Ви проходите повз вітрину магазину, у якій видно ваше відображення, на що Ви звертаєте увагу насамперед:

- а) на те, як на вас сидить одяг;
- б) на зачіску;
- в) на статуру;
- г) ні на що?

8. Якщо хтось розмовляючи або сміючись часто закриває рот рукою, у вашому уявленні це означає:

- а) те, що йому є що приховувати;
- б) у нього некрасиві зуби;
- в) він чогось соромиться?

9. На що ви передусім звертаєте увагу у вашого співбесідника:

- а) очі;
- б) рот;
- в) руки;
- г) позу?

10. Якщо ваш співбесідник, розмовляючи з вами, відводить очі, це для вас ознака:

- а) нечесності;
- б) невпевненості в собі;
- в) зібраності?

11. Чи можна за зовнішнім виглядом розпізнати типового злочинця:

- а) так;
- б) ні;
- в) не знаю?

12. Чоловік починає розмову з жінкою. Він це робить, тому що:

- а) перший крок завжди роблять саме чоловіки;
- б) жінка несвідомо дає зрозуміти, що хотіла б, щоб з нею розмовляли;
- в) він досить мужній для того, щоб ризикувати одержати «відкоша».

13. У вас склалося враження, що слова людини не відповідають тим «сигналам», які можна виловити з її міміки та жестів. Чому ви більше вірите:

- а) словам;
- б) «сигналам»;
- в) вона взагалі викличе у вас підозру.

14. Поп-зірки, наприклад Мадонна або Принц, спрямовують на публіку «сигнали», що мають однозначно еротичний характер. Що, по-вашому, за цим ховається:

- а) просто фіглярство;
- б) вони «заводять» публіку;
- в) це вираження їхнього настрою.

15. Ви дивитесь наодинці страшну детективну кінострічку. Що з вами відбувається:

- а) дивитесь цілком спокійно;
- б) болісно реагуєте на те, що відбувається;
- в) заплющуйте очі під час особливо страшних сцен?

16. Чи можна контролювати свою міміку:

- а) так;
- б) ні;
- в) тільки окремі її елементи?

17. Під час інтенсивного флірту Ви «освідчуєтесь» переважно:

- а) очима;
- б) руками;
- в) словами?

18. Чи вважаєте Ви, що більшість Ваших жестів:

- а) перейняті в когось і заучені;
- б) передаються із покоління в покоління;
- в) закладені в вас від природи?

19. Якщо у людини борода, це для вас ознака:

- а) мужності;
- б) того, що людина хоче сховати риси свого обличчя;
- в) того, що цей тип надто ледачий, щоб голитися.

20. Більшість людей вважають, що права і ліва сторони їх обличчя у них різняться. Ви згодні з цим:

- а) так;
- б) ні;
- в) тільки у людей похилого віку.

Підрахуйте кількість очок:

- 1. а – 2, б – 4, в – 3;
- 2. а – 1, б – 3, в – 0;
- 3. а – 4, б – 4, в – 3, г – 2, д – 4;
- 4. а – 0, б – 0, в – 1, г – 1, д – 0, е – 1;

5. а – 1, б – 2, в – 3, г – 4, д – 2;
6. а – 2, б – 1, в – 3, г – 2, д – 3, е – 2;
7. а – 1, б – 3, в – 3, г – 2, д – 0;
8. а – 3, б – 1, в – 1;
9. а – 3, б – 2, в – 2, г – 1;
10. а – 3, б – 2, в – 1;
11. а – 3, б – 3, в – 1;
12. а – 1, б – 4, в – 2;
13. а – 0, б – 4, в – 3;
14. а – 4, б – 2, в – 0;
15. а – 4, б – 0, в – 1;
16. а – 0, б – 2, в – 1;
17. а – 3, б – 4, в – 1;
18. а – 2, б – 4, в – 0;
19. а – 3, б – 2, в – 1;
20. а – 4, б – 0, в – 2.

77–56 очок. Bravo! У вас відмінна інтуїція, ви маєте здатність розуміти інших людей, у вас є спостережливість і чуття. Але ви надто сильно покладаєтесь у своїх думках на ці риси, слова мають для вас другорядне значення. Якщо вам посміхнулися, ви вже готові повірити, що вам освідчуються в коханні. Ваші висновки надто поспішні, і в цьому полягає для вас небезпека, можна «влучити пальцем у небо». Робіть на це поправку, і у вас з'являється усі шанси навчитися добре розбиратися в людях.

55–34 очок. Ви із задоволенням спостерігаєте за іншими людьми, і непогано розумієте їхні міміку та жести. Проте ви ще не навчилися використовувати цю інформацію в буденному житті, наприклад для того, щоб правильно будувати свої стосунки з оточуючими. Розвивайте інтуїцію, більше покладайтеся на відчуття!

33–11 очок. На жаль, мова міміки та жестів для вас – китайська грамота. Вам надзвичайно важко оцінювати людей. І справа не в тому, що ви на це не здатні, просто ви не звертаєте на це увагу, і даремно! Намагайтеся навмисне фіксувати увагу на дрібних жестах людей, які вас оточують, тренуйте спостережливість. Пам'ятайте прислів'я: «Тіло – це рукавичка для душі». Непогано розуміти душу іншого, тому що це надійний спосіб самому не потрапити в пастку самотності.

Тактика взаємодії

За допомогою цього тесту можна з'ясувати тенденції спілкування (спрямованість на протиборство або на співробітництво).

З наведених тверджень потрібно вибрати варіант «а» чи «б»:

1. а) звичайно я наполегливо домагаюся свого;
- б) частіше я намагаюся знайти точки зіткнення.

2. а) я намагаюся уникнути неприємностей;
б) вважаю, що коли доводиш те, у чому певен, не слід звертати увагу на труднощі.

3. а) мені неприємно поступатися своїми позиціями;
б) я завжди намагаюся зважити на стан іншої людини.

4. а) я думаю, що не варто хвилюватися через розбіжності з іншими людьми;
б) розбіжності завжди хвилюють мене.

5. а) я намагаюся заспокоїти іншого і зберегти стосунки;
б) я вважаю, що завжди треба відстоювати свою позицію.

6. а) вважаю, що завжди треба шукати спільні погляди;
б) думаю, що треба прагнути здійснити свої задуми.

7. а) я звичайно повідомляю свою позицію, прошу людей висловлюватися;
б) я вважаю, що краще демонструвати перевагу своїх поглядів.

8. а) я звичайно намагаюся переконати інших людей;
б) частіше я намагаюся зрозуміти погляди інших людей.

9. а) я завжди схильюся до прямого обговорення проблеми;
б) розмовляючи, я стежу за розвитком думки співрозмовника.

10. а) я звичайно відстоюю свою позицію;
б) я схильний, якщо мене переконують, змінити свою позицію.

Обробка результатів

Підрахуйте кількість збігів із «П» (протиборство) та із «С» (співробітництво). Оцініть ступінь виразності тенденцій.

П = 1а, 2б, 3а, 4а, 5б, 6б, 7б, 8а, 9а, 10а.

С = 1б, 2а, 3б, 4б, 5а, 6а, 7а, 8б, 9б, 10б.

Тест оцінювання комунікативних та організаторських здібностей (КОЗ)

Вам належить відповісти на всі запропоновані запитання. Вільно висловлюйте свою думку з кожного пункту. Якщо ваша відповідь на запитання позитивна (ви згодні), то у відповідній клітинці аркуша поставте плюс (+). Якщо Ваша відповідь негативна (ви не згодні) – поставте мінус (-). Зва-

жайте на те, що запитання мають загальний характер і не можуть містити всіх необхідних подробиць. Тому уявіть собі типові ситуації й не замислюйтеся над деталями.

Не слід витрачати багато часу на обмірковування, відповідайте швидко. Можливо, на деякі запитання вам буде важко відповісти однозначно. Тоді постарайтеся дати відповідь, яка Вам здається найближчою до вашої думки. Завдання читайте уважно. Відповідаючи, не прагніть скласти свідомо приємне враження. Важлива не окрема відповідь, а сумарний бал за серію запитань.

№ з/п	Запитання	Так (+)	Ні (-)
1	Чи багато у вас друзів або колег, з якими ви постійно спілкуєтесь?		
2	Чи часто вам вдається схилити більшість своїх товаришів або колег до прийняття ними вашої думки?		
3	Чи довго вас турбує почуття образи, заподіяної вам ким-небудь із ваших товаришів або колег?		
4	Чи завжди вам важко орієнтуватися в критичній ситуації, що створилася?		
5	Чи є у вас прагнення до встановлення нових знайомств із різними людьми?		
6	Чи подобається вам займатися громадською роботою?		
7	Чи правда, що вам приємніше й простіше проводити час із книгами або за якими-небудь іншими заняттями, ніж із людьми?		
8	Якщо виникли деякі перешкоди у здійсненні ваших намірів, то чи легко ви відступаєте від запланованого?		
9	Чи легко ви встановлюєте контакти з людьми, які значно старші від вас за віком?		
10	Чи любите ви організовувати зі своїми товаришами або колегами різноманітні розважальні заходи?		
11	Чи важко вам вливатись у нову для вас компанію?		
12	Чи часто ви відкладаєте на інші дні справи, які потрібно було б виконати сьогодні?		
13	Чи легко вам вдається встановлювати контакти з незнайомими людьми?		
14	Чи прагнете ви домогтися, щоб ваші товариші або колеги діяли відповідно до вашої думки?		
15	Чи важко ви освоюєтеся в новому колективі?		
16	Чи правда, що у вас не буває конфліктів із товаришами або колегами через невиконання ними своїх обіцянок, зобов'язань, обов'язків?		
17	Чи прагнете ви за нагоди познайомитися й поговорити з новою людиною?		
18	Чи часто у вирішенні важливих справ ви берете ініціативу на себе?		

№ з/п	Запитання	Так (+)	Ні (-)
19	Чи дратують вас оточуючі, і чи хочеться вам побути одному?		
20	Чи правда, що ви звичайно погано орієнтуєтесь в незнайомій для вас ситуації?		
21	Чи подобається вам постійно перебувати серед людей?		
22	Чи виникає у вас роздратування, якщо вам не вдається закінчити почату справу?		
23	Чи відчуваєте ви труднощі, незручність або ніяковість, якщо доводиться виявляти ініціативу, щоб познайомитися з новою людиною?		
24	Чи правда, що ви стомлюєтесь від частого спілкування з товаришами або колегами?		
25	Чи любите ви брати участь у колективних розвагах?		
26	Чи часто ви виявляєте ініціативу в разі вирішення питань, що стосуються інтересів ваших товаришів або колег?		
27	Чи правда, що ви почуваетесь невпевнено серед незнайомих людей?		
28	Чи дійсно ви рідко доводите свою правоту?		
29	Чи вважаєте ви, що вам не важко внести пожвавлення в малознайому вам компанію?		
30	Чи берете ви участь у громадській роботі у вашій установі або за її межами?		
31	Чи прагнете ви обмежити коло знайомих?		
32	Чи правда, що ви не прагнете обстоювати свою думку або рішення, якщо воно не було відразу прийняте вашими товаришами або колегами?		
33	Чи відчуваєте ви себе невимушено, потрапивши в незнайому вам компанію?		
34	Чи охоче ви беретесь за організацію різних заходів для своїх товаришів або колег?		
35	Чи правда, що ви не відчуваєте досить упевнено, коли доводиться говорити що-небудь великій групі людей?		
36	Чи часто ви спізнюєтесь на ділові зустрічі, побачення?		
37	Чи правда, що у вас багато друзів?		
38	Чи часто ви опиняєтесь у центрі уваги своїх товаришів або колег?		
39	Чи часто ви бентежитесь, відчуваєте незручність у спілкуванні з малознайомими людьми?		
40	Чи правда, що ви не дуже впевнено відчуваєтеся в оточенні великої групи своїх товаришів або колег?		

ДЕШИФРАТОР ТЕСТУ КОЗ

Комунікативні здібності

Запитання	Відповідь	Запитання	Відповідь
1	+	21	+
3	–	23	–
5	+	25	+
7	–	27	–
9	+	29	+
11	–	31	–
13	+	33	+
15	–	35	–
17	+	37	+
19	–	39	–

Організаторські здібності

Запитання	Відповідь	Запитання	Відповідь
2	+	22	+
4	–	24	–
6	+	26	+
8	–	28	–
10	+	30	+
12	–	32	–
14	+	34	+
16	–	36	–
18	+	38	+
20	–	40	–

Обчислення оцінних коефіцієнтів

Комунікативні здібності – $K_k = K_x : 20$.

K_x – число збігу відповідей з дешифратором.

Організаторські здібності – $K_o = O_x : 20$.

O_x – число збігу відповідей з дешифратором.

Шкала оцінок комунікативних здібностей

K_k	Шкальна оцінка	Рівень виявлення комунікативних здібностей
0,1–0,45	1	Низький
0,46–0,55	2	Нижче середнього
0,56–0,65	3	Середній
0,66–0,75	4	Високий
0,76–1,00	5	Дуже високий

Шкала оцінок організаторських здібностей

Ко	Шкальна оцінка	Рівень виявлення організаторських здібностей
0,2–0,55	1	Низький
0,56–0,65	2	Нижче середнього
0,66–0,70	3	Середній
0,71–0,80	4	Високий
0,81–1,00	5	Дуже високий

Під час аналізу одержаних результатів необхідно враховувати:

1. Респонденти, які одержали оцінку 1, характеризуються низьким рівнем прояву комунікативних і організаторських здібностей.

2. У респондентів, які одержали оцінку 2, комунікативні й організаторські здібності перебувають на рівні нижче середнього. Вони не прагнуть до спілкування, почуваються скучно в новому колективі, воліють проводити час на самоті, обмежують свої знайомства, зазнають труднощів у встановленні контактів із людьми та під час виступу перед аудиторією, погано орієнтуються в незнайомій ситуації, не обстоюють свою думку, важко переживають образи, прояв ініціативи в громадській діяльності вкрай занижений, у багатьох справах вони воліють уникати прийняття самостійних рішень.

3. Для респондентів, які одержали оцінку 3, характерний середній рівень прояву комунікативних і організаторських здібностей. Вони прагнуть до контактів із людьми, не обмежують коло своїх знайомств, обстоюють свою думку, планують свою роботу, однак потенціал їхніх здібностей не відрізняється високою стійкістю. Ця група випробовуваних має потребу в подальшій серйозній і планомірній роботі з формування й розвитку навичок спілкування.

4. Респонденти, які одержали оцінку 4, належать до групи з високим рівнем прояву комунікативних і організаторських здібностей. Вони не розгублюються в новій ситуації, швидко знаходять друзів, постійно прагнуть розширити коло своїх знайомих, займаються громадською діяльністю, допомагають друзям, колегам, виявляють ініціативу в спілкуванні, із задоволенням беруть участь в організації громадських заходів, здатні прийняти самостійне рішення у важкій ситуації. Усе це вони роблять не примусово, а відповідно до внутрішніх прагнень.

5. Респонденти, які одержали вищу оцінку 5, мають дуже високий рівень прояву комунікативних і організаторських здібностей. Вони відчують потребу в комунікативній та організаторській діяльності й активно прагнуть її, швидко орієнтуються у складних ситуаціях, невимушено поведуться в новому колективі, ініціативні, воліють у важливій справі або в складній ситуації приймати самостійні рішення, обстоюють свою думку й домагаються, щоб вона була сприйнята товаришами або колегами, можуть внести пожвавлення в незнайому компанію, люблять організовувати різні заходи, наполегливі в діяльності, яка є для них привабливою. Вони самі шукають такі справи, які б задовольняли їх потребу в комунікації й організаторській діяльності.

Який ви керівник

Невеликий опитувальник допоможе з'ясувати, наскільки професійно ви керуєте, а також власні сильні та слабкі сторони. Щорічна перевірка за допомогою цього тесту дозволить вам оцінити свій прогрес. Відповіді на запитання повинні бути чесними. Збережіть їх, щоб потім, через рік, порівняти.

1. Чи дає робота вашого підрозділу привід для реклаमाцій:

- не дає ніколи;
 - іноді;
 - у певних межах;
 - дуже часто
- (допустима похибка 2%).

Люди можуть і помилятися. Складні, швидко змінювані правові та технічні нормативи підвищують вимоги. Добрий результат досягається спільними зусиллями зацікавлених співробітників і грамотних керівників.

2. Невиходи на роботу співробітників вашого підрозділу:

- зменшилися;
- залишилися на попередньому рівні;
- збільшилися.

Дослідження вказують на певний зв'язок між управлінським кліматом і пропусками роботи, під час яких співробітники залагоджують свої особисті справи.

3. Плинність кадрів у вашому підрозділі:

- скоротилася;
- залишилася на попередньому рівні;
- зросла.

Де плинності кадрів практично немає, відповідь, природно, не показова. Низька плинність кадрів може свідчити про хороший стиль управління.

Загальна формула плинності кадрів така:

$$\text{Плинність кадрів (\%)} = \frac{n}{t} \times 100\%,$$

де n – кількість звільнень;
 t – кількість співробітників.

4. Чи хотіли б співробітники інших підрозділів працювати у вас:

- так;
- заявляли про це при перестановках;
- не висловлювалися з цього приводу;
- не хотіли б.

Є керівники, у яких усі хотіли б працювати. Є керівники, які можуть готувати хороші кадри. Тож у фірмі можуть існувати перепони для зростання кадрів.

5. Чи одержали кар'єрне зростання співробітники вашого підрозділу:

- тепер вони займають десь відповідальні посади;
- не займають відповідальних посад;
- за рік нікого не підвищили.

6. Ваші співробітники інформовані про діяльність підприємства, фірми, становище в галузі, ситуацію на ринку:

- дуже добре;
- не краще від інших;
- не інформовані.

Добре інформований той, хто може легко відповісти на ділові запитання.

7. Молоді та немолоді співробітники вашого підрозділу:

- добре співпрацюють і допомагають один одному;
- утворюють чіткі групи;
- конфліктують.

Хороший керівник прагне до співпраці всіх співробітників, даючи всім упевненість у тому, що їхні професійні навички та особисті риси знайдуть гідне застосування.

8. Ваші співробітники:

- працюють самостійно та відповідально;
- часто перепитують і прагнуть підстрахуватися;
- з кожною дрібницею йдуть до вас;
- не хочуть ухвалювати самостійних рішень.

У хорошого керівника співробітники самі знаходять відповіді, і його завдання – стимулювати їх за допомогою хоч би питань.

9. За минулий період співробітники підрозділів подали раціоналізаторських пропозицій:

- більше;
- стільки ж, як і в попередньому періоді;
- не було жодної.

Активний і постійний спільний пошук можливостей поліпшення, заощадження ресурсів свідчить про хороший стиль управління. Це означає, що керівник відзначить грубі помилки та втрутиться.

10. У бесіді з вами підлеглі:

- висловлюють критичні зауваження;
- вважають за краще утримуватися від критики;
- їм нічого критикувати.

Сьогодні кожен керівник охоче підтверджує, що будь-який його співробітник може відкрито висловлювати те, що хоче, хоча постійно перебуває в «активній обороні».

11. Ваші підлеглі мають чітко визначені обов'язки, їм зрозумілі основні завдання, посадові обов'язки відповідають їхнім можливостям. Усе це відповідає дійсності:

- повністю;
- частково;
- не відповідає.

По суті посадові обов'язки ваших підлеглих – це зафіксований на папері контракт, укладений із співробітником. Якщо ви хочете, щоб у вашому відділі був порядок, не шкодуйте часу на розподіл виконуваних завдань і доручень серед членів вашої команди.

12. Підлеглі мають можливість регулярно, мінімум раз на два тижні, розмовляти з вами приблизно протягом 30 хвилин:

- це дійсно так;
- передбачено, але виконується не завжди;
- поки не передбачається.

Управляти зараз – це означає вміти будувати спілкування. У ході бесіди ви здійснюєте одночасно і контрольні функції, виявляючи цікавість до виробничих результатів, і зростання своїх співробітників, налагоджуючи прямі та зворотні комунікативні зв'язки.

Оцінка самоконтролю під час спілкування (за Маріоном Снайдером)

За допомогою цього тесту ви можете визначити свій рівень контролю в ході спілкування з іншими людьми. Уважно прочитайте ті десять пропозицій, що описують реакції на певні ситуації. Кожну з них оцініть як правильну або неправильну для себе. Правильну позначте буквою «П», а неправильну – буквою «Н».

1. Мені здається важким мистецтво наслідувати звички інших людей.
2. Я б, мабуть, міг удати дурня, щоб привернути увагу або потішити оточуючих.
3. З мене міг би вийти непоганий актор.
4. Іншим людям іноді здається, що я переживаю щось більш глибоке, аніж насправді.
5. У компанії я рідко опиняюся в центрі уваги.
6. У різних ситуаціях і в спілкуванні з різними людьми я часто поведуюся абсолютно по-різному.
7. Я можу відстоювати тільки те, в чому я твердо переконаний.
8. Щоб досягти успіху в справах і у відносинах із людьми, я прагну бути таким, яким мене воліють бачити.
9. Я можу бути доброзичливим з людьми, яких я не терплю.
10. Я не завжди такий, яким здаюся.

Оцінка результатів: по одному балу нараховується за відповідь «Н» на 1; 5; 7 питання та за відповідь «П» – на решту. Підрахуйте суму балів.

Оцінка від 0 до 3 балів відображає низький комунікативний контроль, тобто ваша поведінка стійка і ви не вважаєте за потрібне змінюватися залежно від ситуації. Ви здатні до щирого розкриття у спілкуванні, через що вас вважають «незручним» унаслідок вашої прямолінійності.

Оцінка від 4 до 6 балів говорить про середній комунікативний контроль. Ви щирі, але не стримані у своїх емоційних проявах. Проте зважаєте на тих, хто вас оточують.

А оцінка від 7 до 10 балів указує на високий комунікативний контроль. Ви легко входите в будь-яку роль, гнучко реагуєте на зміну ситуації, добре відчуваєте і можете передбачати враження, яке справляєте на тих, хто вас оточують.

Рівень вашої товариськості

Цей тест допоможе поглянути на себе «з боку», дізнатися, чи досить ви комунікабельні, коректні у стосунках зі своїми колегами, співробітниками, членами сім'ї.

На кожне з 16 питань відповідайте швидко та однозначно: «так», «ні», «іноді».

1. На вас чекає ординарна або ділова зустріч. Чи вибиває вас її очікування з колії?

2. Чи викликає у вас сум'яття і незадоволення доручення виступити з доповіддю, повідомленням, інформацією на яких-небудь зборах, нараді?

3. Чи не відкладаєте ви візит до лікаря на останній момент?

4. Вам пропонують поїхати у відрядження до міста, де ви ніколи не були. Чи докладете ви максимум зусиль, щоб уникнути цього відрядження?

5. Чи любите ви ділитися своїми переживаннями з ким-небудь?

6. Чи гарячкуєте ви, якщо незнайома людина на вулиці звертається до вас із проханням (показати дорогу, назвати час, відповісти на питання)?

7. Чи вірите ви, що існує проблема «батьків і дітей» і що людям різних поколінь важко розуміти один одного?

8. Чи посоромитеся ви нагадати знайомому, що він забув повернути вам гроші, які зайняв кілька місяців тому?

9. У кав'ярні або їдальні вам подали явно неякісну страву. Чи промовчите ви, лише розсерджено відсунувши тарілку?

10. Опинившись наодинці з незнайомою людиною, ви не вступите з нею в бесіду і вам буде прикро, якщо першою заговорить вона?

11. Вас лякає будь-яка довга черга, де б вона не була. Чи вважаєте ви за краще відмовитися від свого наміру або станете в кінець і терпляче чекатимете?

12. Чи боїтеся ви брати участь у якій-небудь комісії з розгляду конфліктних ситуацій?

13. Ви маєте суто індивідуальні критерії оцінки творів літератури, живопису, явищ культури і жодних чужих думок із цього приводу не приймаєте. Це так?

14. Чи вважаєте ви за краще промовчати і не вступати в суперечку, почувши десь у кулуарах вислів явно помилкового характеру?

15. Чи викликає у вас досаду чиє-небудь прохання допомогти розібратися в тому чи іншому службовому питанні або навчальній темі?

16. Чи більш охоче викладаєте ви свою позицію (думку, оцінку) у письмовій формі, ніж в усній?

Оцінка результатів: «так» – 2 бали, «іноді» – 1 бал, «ні» – 0 балів. Одержані бали підсумуйте і за класифікатором визначте, до якої категорії ви належите.

30 – 32 бали. Ви явно некоммунікбельні, і це ваша біда, оскільки страждаєте від цього не тільки самі, але й завдаєте незручностей близьким людям. Прагніть бути більш товариським, контролюйте себе.

25 – 29 балів. Ви замкнуті, не балакучі, віддаєте перевагу самотності, нова робота і необхідність нових контактів виводять вас із рівноваги. Ви знаєте цю особливість вашого характеру і буваєте невдоволені собою, тому ви спроможні переламати ці риси характеру.

19 – 24 бали. Ви певною мірою товариські і в незнайомій обстановці відчуваєте себе цілком упевнено. Проте з новими людьми сходитеся обачливо, в суперечках і диспутах берете участь неохоче.

14 – 18 балів. У вас нормальна коммунікбельність. Ви допитливі, охоче слухаєте співбесідника, досить терплячі у спілкуванні з іншими, відстоюєте спокійно свою позицію, у той же час не любите галасливих компаній, а багатослівність викликає у вас роздратування.

9 – 13 балів. Ви вельми товариські, цікаві, балакучі, любите висловлюватися з різних питань, охоче знайомитеся з новими людьми, буваєте в центрі уваги, нікому не відмовляєте в проханнях, хоча не завжди можете їх виконати. Чого вам не вистачає, так це посидючості, терпіння та відваги у разі зіткнення з серйозними проблемами. За бажанням це легко виправити.

4 – 8 балів. Ви напевно «хлопець-друга». Товариськість б'є з вас ключем, ви завжди в курсі всіх справ, охоче берете участь у всіх дискусіях, висловлюєтесь із будь-якого приводу, беретеся за будь-яку справу, хоча не завжди можете успішно довести її до кінця. З цієї причини колеги і керівники ставляться до вас із певним побоюванням і сумнівами.

3 бали і менше. Ваша коммунікбельність має хворобливий характер. Ви говірки, втручаєтесь в справи, які не стосуються вас жодним чином, вільно або мимоволі часто буваєте причиною різних конфліктів. Запальні, образливі, необ'єктивні. Людям на роботі і вдома важко з вами. Подумайте над цим.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абрамович С.Д. Мовленнєва комунікація: підруч. / С.Д. Абрамович, М.Ю. Чикарьова. – К.: Центр навч. л-ри, 2004. – 472 с.
2. Абрамович С.Д. Риторика загальна та судова: навч. посіб. / С.Д. Абрамович, В.В. Молдаван, М.Ю. Чикарьова. – К.: Юрінком Інтер, 2002. – 416 с.
3. Андроников И.Л. Слово написанное и слово сказанное: в 2 т. / И.Л. Андроников // Избр. произведения. Т. 2. Слово написанное и слово сказанное. – М.: Худож. лит. 1975. – С. 347–351.
4. Аристотель и античная литература / под ред. М.Л. Часнакова. – М., 1978. – 320 с.
5. Артемов В.А. Культура речи / В.А. Артемов. – М.: Знание, 1996. – 79 с.
6. Бабич Н.Д. Основы культуры мовлення / Н.Д. Бабич. – Львів: Світ, 1990. – 232 с.
7. Бадмаев Б.Ц. Психология обучения речевому мастерству / Б.Ц. Бадмаев, А.А. Малышев. – М.: ВЛАДОС, 1999. – 224 с.
8. Введенская Л.А. Культура и искусство речи: соврем. риторика / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1999. – 576 с.
9. Волкова Н.П. Педагогічні комунікації: навч. посіб. / Н.П. Волкова. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2002. – 92 с.
10. Гаркуша І.В. Риторична культура мовлення менеджерів: навч. посіб. / І.В. Гаркуша. – Д.: РВВ ДНУ, 2008. – 88 с.
11. Гончаренко С. Український педагогічний словник / С. Гончаренко. – К.: Либідь, 1997. – 376 с.
12. Дорошенко С.І. Основы культуры і техніки усного мовлення / С.І. Дорошенко. – Харків: ОВС, 2002. – 245 с.
13. Зазюн І.А. Педагогічна майстерність: підручник / І.А. Зазюн, Л.В. Крамущенко, І.Ф. Кривонос та ін. – 2-ге вид., доповн. і переробл. – К.: Вища школа, 2004. – 422 с.
14. Карнеги Д. Как выработать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично / Д. Карнеги // Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. – М.: Прогресс, 1988. – С. 238–488.
15. Кравець В. Історія класичної та зарубіжної педагогіки та шкільництва: навч. посіб. для студ. пед. навч. закл. / В. Кравець. – Тернопіль, 1996. – 436 с.
16. Кришемінська Л.Д. Етика ділових відносин у торгівлі / Л.Д. Кришемінська. – К., 1995. – 115 с.
17. Кузь В.Г. Українська козацька педагогіка і духовність / В.Г. Кузь, Ю.Д. Руденко, О.Т. Губко. – Умань, 1995. – 115 с.
18. Кунь З. Риторичний словник / З. Кунь. – К.: Рідна мова, 1997. – 344 с.
19. Леви В. Охота за думкою / В. Леви. – М.: Знание, 1967. – 296 с.
20. Леммерман Х. Учебник риторики / Х. Леммерман; пер. с нем. С.Т. Бугло. – М.: Культура и спорт, ЮНИТИ; Интерэксперт, 1997. – 255 с.

21. Ломоносов М.В. Российская грамматика / М.В. Ломоносов // Полн. собр. соч.: в 17 т. – М.: АН СССР, 1952. – Т. 7. – 996 с.
22. Медведева Е.В. Рекламная коммуникация / Е.В. Медведева. – М.: УРСС: Едиториал УРСС, 2003. – 280 с.
23. Назарова О.М. Культура речевого общения: Теория и практика обучения: учеб. пособие / О.М. Назарова. – М.: Наука. 1998. – 496 с.
24. Никольская С.Т. Техника публичной речи / С.Т. Никольская. – М.: Знание, 1980. – 64 с.
25. Ничик В.М. Собрание курсов риторики и философии профессоров Киево-Могилянской академии / В.М. Ничик. – Л.: Наука, 1983. – 392 с.
26. Пискунов А.И. Хрестоматия по истории зарубежной педагогики: учеб. пособие для студентов. пед. ин-тов / А.И. Пискунов. – 2-е изд. – М.: Просвещение, 1981. – 528 с.
27. Рождественский Ю.В. Теория риторики / **Ю.В. Рождественский.** – **М.: Добросвет**, 1997. – 597 с.
28. Сагач Г.М. Золото слів / Г.М. Сагач. – К.: Райдуга, 1993. – 378 с.
29. Сагач Г.М. Риторика: навч. посіб. для студ. серед. і вищ. навч. закл. / Г.М. Сагач. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – К.: Ін Юре, 2000. – 568 с.
30. Сартан Г.Н. Психотренинги по общению для учителей и старшеклассников / Г.Н. Сартан. – М.: Смысл, 1993. – 32 с.
31. Сопер П. Основы искусства речи / П. Сопер; пер. с англ. – М.: Яхтсмен, 1995. – 416 с.
32. Сперанский М.М. Русская устная словесность. Введение в историю устной русской словесности. Устная поэзия повествовательного характера: пособие к лекциям на высш. женск. курсах в Москве / М.М. Сперанский. – М.: Учпедгиз, 1917. – 474 с.
33. Сучасна українська мова: довід. / Л.Ю. Шевченко, В.В. Різун, Ю.В. Лисенко; за ред. О.Д. Пономаріва. – К.: Либідь, 1993. – 287 с.
34. Толмачев А.В. Об ораторском искусстве / А.В. Толмачев. – М.: Политиздат, 1973. – 367 с.
35. Томан І. Мистецтво говорити / І. Томан; пер з чеськ. – 2-е вид. – К.: Політвидав України, 1989. – 293 с.
36. Фирсов Б.П. Проблемы воздействия на аудиторию в зарубежной социально-психологической литературе / под общ. ред. Б.П. Фирсова, Ю.А. Асеева. – Л., 1973. – 231 с.
37. Фоппель К. Сплоченность и толерантность в группе / Клаус Фоппель. – М.: Генезис, 2006. – 336 с.
38. Фоппель К. Энергия Паузы / Клаус Фоппель. – М.: Генезис, 2006. – 240 с.
39. Krebs B.-N. Sprachhandlung und Sprachwirkung / B.-N. Krebs. – Berlin: Erich Schmidt, 1993. – 168 s.
40. Perelman Ch. A New Rhetoric: A Treatise on Argumentation / Ch. Perelman, L. Olbrechts-Tyteca. – Notre Dame (Ind.): Univ. of Notre Dame Press, 2000. – 566 p.

Навчальне видання

Гаркуша Інеса Вікторівна

**РИТОРИЧНА КУЛЬТУРА МОВЛЕННЯ
СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ-ПСИХОЛОГА**

Навчальний посібник

Редактори *М.С. Кузнецова, О.О. Шевцова*
Комп'ютерна верстка *М.С. Кузнецової*

Підписано до друку 14.01.2019. Формат 60×84/16.
Ум. друк. арк. 14,88. Тираж 300 пр. Зам. № .

ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля».
49000, м. Дніпро, вул. Січеславська Набережна, 18.
Тел. (056) 778-58-66, e-mail: rio@duan.edu.ua
Свідоцтво ДК № 5309 від 20.03.2017 р.

Віддруковано у ТОВ «Роял Принт».
49052, м. Дніпро, вул. В. Ларіонова, 145.
Тел. (056) 794-61-05, 04

Свідоцтво ДК № 4765 від 04.09.2014 р.