

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ  
МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені В. Н. КАРАЗІНА

**В. Г. Пасинок**

## **ОСНОВИ КУЛЬТУРИ МОВЛЕННЯ**

Навчальний посібник

Університет

УДК 81'271 (075.8)

ББК 81-5-923

П 19

**Рецензенти:**

доктор філологічних наук, професор кафедри теорії та практики перекладу англійської мови  
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна **Мартинюк А. П.**;

доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри теорії і практики англійської мови  
Харківського державного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди **Костіков І. І.**;

академік Академії наук України, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри  
перекладу Сумського державного університету **С.О. Швачко.**

*Затверджено до друку Вченою радою  
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна  
(протокол №10 від 25.09.2009 р.)*

**Пасинок В. Г.**

П 19

Основи культури мовлення : навч. посіб. — Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. — 228 с.

У навчальному посібнику викладено базові положення теорії мовленнєвої культури, схарактеризовано специфіку ділового спілкування, розкрило особливості мовленнєвої культури як складника професійної майстерності педагога, представлено методику оволодіння технікою мовлення. Вміщено тести, практичні завдання та інтерактивні вправи, спрямовані на оволодіння особистістю мовленнєвою культурою.

Для студентів вищих навчальних закладів, аспірантів, викладачів, учителів шкіл.

**УДК 81'271 (075.8)**

**ББК 81-5-923**

© Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,  
2011

© Пасинок В. Г., 2011

© Літвінова О. О., макет обкладинки, 2011

# ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ФОРМУВАННЯ ОРАТОРСЬКОЇ МАЙСТЕРНОСТІ.....	8
1.1. Історія розвитку ораторського мистецтва.....	8
1.2. Структура культури мовлення. Її комунікативні ознаки.....	19
1.3. Вербальні й невербальні засоби оратора.....	27
1.4. Підготовка до публічного виступу.....	49
1.5. Техніка публічного виступу.....	53
РОЗДІЛ 2. СПІЛКУВАННЯ ЯК СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ФЕНОМЕН.....	68
2.1. Сутність спілкування. Структура процесу спілкування	68
2.2. Перцептивний аспект спілкування.....	71
2.3. Комунікативний аспект спілкування.....	75
2.4. Інтерактивний аспект спілкування.....	80
2.5. Моделі спілкування.....	84
2.6. Культура слухання.....	87
РОЗДІЛ 3. КУЛЬТУРА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ.....	98
3.1. Характеристика ділового спілкування.....	98
3.2. Структура ділової комунікації.....	100
3.3. Вимоги до учасників ділового спілкування.....	103
3.4. Культура мовлення й діловий етикет.	

Особливості дипломатичного протоколу.....	105
3.5. Проведення переговорів.....	115
3.6. Імідж людини. Роль вербальних і невербальних засобів мовленнєвої культури в його формуванні.....	121
3.7. Використання засобів мовленнєвої культури для організації PR- акцій.....	130

#### **РОЗДІЛ 4. КУЛЬТУРА МОВЛЕННЯ ВИКЛАДАЧА.....**

4.1. Особливості педагогічного спілкування, його основні функції.....	141
4.2. Структура педагогічного спілкування.....	146
4.3. Стилі педагогічного спілкування.....	148
4.4. Культура мовлення як складник професійної майстерності педагога.....	154
4.5. Методика саморозвитку мовленнєвої культури майбутнім педагогом.....	157

#### **РОЗДІЛ 5. КОНФЛІКТИ В СПІЛКУВАННІ.....**

5.1. Сутність конфліктів, їх типи та причини виникнення..	166
5.2. Основні види конфліктогенів.....	170
5.3. Типи конфліктних особистостей.....	171
5.4. Подолання конфліктів шляхом покращення спілкування.....	173
5.5. Стилі розв'язання міжособистісних конфліктів.....	176

#### **РОЗДІЛ 6. МЕТОДИКА ОВОЛОДІННЯ ТЕХНІКОЮ МОВЛЕННЯ.....**

189

6.1. Складники техніки мовлення.....	189
6.2. Відпрацювання мовленнєвого (фонаційного) дихання..	190
6.3. Розвиток мовленнєвого голосу.....	196
6.4. Відпрацювання правильної дикції.....	204
6.5. Засвоєння норм орфоепії.....	213
 <b>ЛІТЕРАТУРА.....</b>	 223

## ВСТУП

Людина за своєю природою є суспільною істотою, тому може успішно розвиватися в особистісному плані, лише перебуваючи у соціумі й здійснюючи комунікацію з іншими його членами. Головним засобом комунікації є мовлення, завдяки якому відбувається трансляція ідей, думок, почуттів, дій між людьми. Однак такий процес відбувається успішно тільки в тому разі, якщо якість комунікативного процесу дає змогу адекватно передати зміст ідеї як результату внутрішньої духовної роботи одного індивідуума щодо іншого. А для цього адресант повідомлення має бути здатним до достатньо точного відображення в словесній формі певного ідеального образу, що існує в його свідомості. Формування такої комунікативної здатності людини пов'язано з оволодінням нею знаннями та вміннями ораторської майстерності, основами мовленнєвої культури.

Цій проблемі приділялася значна увага ще в стародавні часи. Однак у зв'язку з інтенсивним зростанням комунікативних контактів між людьми, подальшою демократизацією суспільства, що передбачає поглиблення плюралізму думок і поглядів, збільшення довіри до слів як джерела передачі інформації, спостерігається активне зростання ролі мовленнєвого мистецтва, умінь забезпечувати ефективну міжособистісну взаємодію.

З урахуванням сучасних тенденцій розвитку соціуму найбільший попит у будь-якій сфері професійної діяльності мають фахівці, які не тільки відзначаються високим професіоналізмом, але й володіють культурою мовлення. Здатність сформулювати власні ідеї чи пропозиції в зрозумілій словесній формі, організувати ефективне спілкування з колегами, переконати опонентів у правильності своєї точки зору й залучити до неї інших людей робить особу більш успішною в усіх її починаннях. І, навпаки, низький рівень культури мовлення не дає змоги людині ефективно виконувати свої професійні обов'язки, встановлювати результативні комунікативні контакти з іншими працівниками. Це є серйозною перешкодою для її кар'єрного зростання і взагалі для особистісної самореалізації. Тому навчання студентів вищих навчальних закладів основам культури мовлення стає сьогодні органічною ланкою їхньої професійної підготовки.

Як свідчить практика, у більшості розвинених країн світу спеціальна мовленнєва підготовка молоді є обов'язковим компонентом змісту освіти. Так, у США центральне місце в навчальних планах загальноосвітніх і вищих навчальних закладів відводиться викладанню риторики, в основу якої покладено вчення про доцільну побудову мовного процесу, причому передбачається проведення і теоретичних, і практичних занять.

Значна увага приділяється формуванню в американської молоді мовленнєвих умінь і в процесі проведення позааудиторної навчально-виховної роботи. Наприклад, у Каліфорнійському університеті з цією метою систематично відбуваються зустрічі студентів з викладачами, на яких обговорюються різні нагальні питання, а в університетському кампусі організуються

дискусії в межах функціонування спеціально створених для цього суспільних організацій – Дискусійного круглого столу й Університетського круглого столу.

Специфічною особливістю занять з риторики в США є те, що на них забезпечується не тільки оволодіння молодими людьми ораторськими вміннями, але й цілеспрямоване залучення їх до державної ідеології. Із цією ж метою використовуються різні засоби масової інформації. Тому нерідко американську риторику називають «найдосконалішим інструментом маніпуляції суспільною думкою».

Незважаючи на значну увагу, приділену в США та в західноєвропейських країнах проблемі формування ораторського мистецтва, терміни «культура мовлення» й «культура мови» на цих теренах не вживаються. Проблеми мовлення там традиційно досліджуються в межах інших наук: риторики, лінгвістики і под., тобто наук, що займаються питаннями нормативної лексики і стилістики.

Як з'ясовано, термін «культура мовлення» ввійшов у вітчизняну наукову літературу у 20-х рр. ХХ ст. завдяки зусиллям таких відомих науковців, як Л. Щерба, Г. Винокур, Б. Томашевський, В. Виноградов, С. Ожегов. Однак до початку 60-х років ХХ ст. основним показником культури мовлення вважалася літературно-мовна правильність, тобто відповідність змісту промови певній мовній нормі. Пізніше основним критерієм цього поняття було визнано критерій стилістичної відповідності й комунікативної доцільності.

У сучасній вітчизняній науковій літературі поняття «культура мовлення» використовується в трьох основних значеннях:

- 1) як система певних ознак і властивостей мовлення, що свідчить про його комунікативну досконалість;
- 2) як сукупність знань, умінь і навичок людини, що забезпечують доцільність застосування засобів мовлення з метою впливу на слухачів чи учасників спілкування;
- 3) як галузь лінгвістичних знань про культуру мовлення, як сукупності та системи її комунікативних ознак і якостей.

У представленому посібнику культура мовлення розуміється з голістичних позицій – як система наукових знань та практичних навичок, оволодіння якими забезпечує ефективність комунікативного впливу мовця на адресата – індивідуального або колективного.

Про засвоєння індивідом основ мовленнєвої культури можна говорити в тому разі, якщо він оволодів:



- уміннями грамотно добирати мовленнєві засоби залежно від мети спілкування;
- лексико-граматичними нормами мовлення;
- умінням будувати висловлювання логічно, точно, доречно;
- усіма видами мовлення, необхідними для успішної життєдіяльності в сучасному суспільстві;
- технікою мовлення (тон, тембр, дикція, інтонація, темп);
- сталими навичками публічного виступу;
- досвідом оптимальної мовленнєвої поведінки в професійно орієнтованій взаємодії, знанням етикету;
- здатністю вести діалог з максимальним урахуванням специфічних особливостей адресата;
- позитивна емоційна атмосфера, вміння слухати і чути, адекватність реакції.

**Метою** пропонованого навчального посібника є ознайомлення майбутніх фахівців з основами мовленнєвої культури, розширення їхньої мовленнєвої компетенції завдяки збагаченню спеціальними знаннями, вміннями та навичками, необхідними для успішної життєдіяльності в сучасному суспільстві.

Згідно з вимогами кредитно-модульної системи організації навчального процесу, матеріал посібника (відповідає одному модулю) зорганізовано у шість тем згідно зі структурою навчальної дисципліни «Культура мовлення», що викладається студентам факультету іноземних мов Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Матеріал розраховано на передбачену робочим планом кількість лекційних годин та самостійної роботи студентів (18 та 36 годин відповідно).

## РОЗДІЛ I

### ФОРМУВАННЯ

### ОРАТОРСЬКОЇ МАЙСТЕРНОСТІ

#### 1.1. Історія розвитку ораторського мистецтва

Виникнення ораторського мистецтва пов'язано з історією Стародавнього Єгипту, Ассирії, Вавилону. Однак батьківщиною вчення про культуру мовлення вважається Еллада й передусім Аппіка як один із її полісів, у якій уперше з'явилися систематизовані праці з теорії ораторського мистецтва. Слід відзначити, що в умовах демократичного устрою античного суспільства важливі рішення загальнодержавного значення (наприклад, про початок війни чи оголошення перемир'я), а також рішення стосовно окремих громадян поліса ухвалювалися в процесі їх публічного обговорення, тому вони часто формувалися під впливом поглядів окремих осіб, які за допомогою власного красномовства схилили до них інших членів громади. Через це дар переконання, володіння словом мешканці грецьких полісів цінували дуже високо.

Демонструючи свої мовленнєві вміння, полководці часто виступали з промовами перед військами, політики вели словесні баталії на народних зборах. Пересічні члени громади також брали активну участь у публічних виступах, переконуючи інших у правильності своїх думок стосовно важливих суспільних подій, відстоюючи права в суді або декламуючи напам'ять твори

відомих авторів чи власні вірші. Ураховуючи потреби громадян у публічних виступах, у Стародавній Греції навіть з'явилися такі нові професії, як ритор (оратор), який звичайно поєднував публічні виступи з викладанням красномовства, а також логограф, котрий складав тексти промов.

Надаючи великого значення ораторському мистецтву в суспільно-політичному й побутовому аспектах, давні греки визнавали за ним ще й філософську цінність. Тому слово в них було особливим предметом дослідження. Родоначальниками риторики стали софісти – представники унікальної філософської школи, яка склалася в Афінах. Саме софістами було покладено початок культу усного слова. Як відомо з історії, найбільш відомому представникові софістів – Горгію (485-380 до н.е.) – було поставлено золоту статую за його промову в Олімпії, у якій він закликав греків до єдності проти ворогів.

Популярність софістів як учителів була також високою. Софісти майстерно володіли всіма формами ораторської мови, законами логіки, вміли впливати на аудиторію, мистецтвом полеміки, у тому числі прийомами доказу та спростування [45]. Однак поступово основною їхньою метою стала перемога над опонентами в словесному поєдинку. Заради її досягнення софісти не гребували брехнею та відстоювали думку про те, що істина не може бути абсолютною. Недарма в сучасній мові слово «софістика» означає порожнє філософствування, формулювання висновків, у яких навмисно робляться логічні помилки.

Проти положення софістів щодо відносності істини виступив Сократ (близько 470 – 399 до н. е.), який обстоював ідею про існування абсолютної божественної істини. Він також підкреслював, що не можна брати гроші за уроки красномовства, бо це рівнозначно продажу краси. Ці думки Сократа було викладено його учнем Платоном (близько 427 – 347 до н. е.) у відомих діалогах «Горгій», «Софіст» і «Федр».

На думку Платона, справжня красномовність ґрунтується на знанні істини й доступна лише справжнім філософам. Оскільки софісти у своєму прагненні до успіху в публічному виступі готові були ігнорувати реальний стан речей, мислитель не вважав їх справжніми філософами.

Ідеї Платона набули подальшого розвитку в праці «Риторика», яку написав його відомий учень Арістотель (384 – 322 до н. е.). У цьому творі чітко визначено принципи, на яких має будуватися промова людини, схарактеризовано необхідні для оратора особистісні якості, що забезпечуватимуть довіру до нього з боку слухачів, проаналізовано технічні аспекти риторики. Підсумовуючи свої думки, Арістотель стверджував, що переконливість промови залежить від трьох моментів: від демонстрування моральності оратором, якості його промови та настрою людей, які його слухають. Мислитель вважав, що ораторські вміння зводяться, передусім, до здатності людини знайти можливі способи переконання інших стосовно кожного конкретного предмета. Положення Арістотеля до сьогодення є авторитетними для фахівців з риторики [85].

Одним із найвідоміших грецьких мислителів і політиків, який зробив вагомий внесок у розвиток ораторського мистецтва, був Демосфен (384 – 322 до н. е.). Як відомо з праці Плутарха «Порівняльні життєписи», у дитячому віці Демосфен залишився сиротою, а нечесні опікуни позбавили його спадщини. Досягнувши повноліття, юнак спробував відстояти свої майнові права в суді, однак ця спроба через відсутність у нього ораторських умінь закінчилася невдачею. Демосфена освистали, і він був змушений повернутися додому, не розв'язавши проблеми. Однак юнак зрозумів свою помилку і зробив правильний висновок про те, що для перемоги в суді йому не вистачило ораторської майстерності.

Ретельно проаналізувавши свої вади, Демосфен з'ясував, що в нього слабкий і невиразний голос, погана дикція, а манери далекі від досконалості. Тому юнак почав цілеспрямовано працювати над розвитком мовленнєвих умінь і покращенням манер поведінки. Причому для того, щоб не відволікатися від цієї справи, він навіть зголив собі на голові половину волосся, оскільки в такому вигляді було соромно вийти на людне місце.

Для розвитку сили голосу Демосфен робив такі вправи: гучно розмовляв із собою під час бігу чи підйому вгору, перекикував шум прибою на березі моря тощо. Для покращення дикції він вчився чітко та правильно вимовляти всі звуки, набравши повний рот камінців, а також, присівши перед

цуцням, копіювати його гарчання, відпрацьовуючи звук «р». Перелічені вправи допомогли йому поступово виправити мовленнєві недоліки.

Демосфен також поміпив, що через хвилювання під час виступу в нього сіпається плече. Тоді юнак прив'язав на висоті свого плеча гострий меч, під який він ставав на репетиції своїх промов. Кожного разу, коли в процесі промови він рухав плечем, лезо меча впиалося в його тіло. Такі болісні процедури допомогли юнакові позбутися шкідливої звички.

Згодом Демосфен з метою вдосконалення своєї ораторської майстерності почав ходити на загальні збори та в суди, уважно вивчаючи й аналізуючи зміст виступів і манеру поведінки відомих ораторів. Удома він намагався повторювати фрагменти їхніх текстів, а також за аналогією організовувати власні промови. Коли за кілька років наполегливих тренувань Демосфен насмілювався виступити перед наповном людей, усі слухали його дуже уважно. Сила та впевненість голосу, виразність манер, чіпкість висловлювань переконали присутніх у тому, що перед ними виступає перспективний оратор.

Однак Демосфен прославився не лише талановитими промовами, але й своїми моральними якостями. Він щиро вважав, що справжній оратор має не тільки володіти майстерністю публічного виступу, а й бути для інших взірцем чесності, порядності, патріотизму, не боятися відкрито висловлювати свої думки про актуальні суспільні проблеми. З історії відомо, що його гнівні виступи проти Філіппа Македонського справляли дуже сильне враження на слухачів. Більше того, стало відомо, що коли об'єкт його промов ознайомився з їхнім змістом, то сказав, що якби він почув виступи Демосфена разом з іншими людьми, то також проголосував би проти себе.

Коли Греція опинилася під ярмом македонських загарбників, видатний мислитель був уже старим і не міг чинити опору загарбникам. Не змирившись із поневоленням своєї батьківщини, він учинив самогубство. Демосфен довів відданість своїм ідеям ціною власного життя. Згодом на його могилі було поставлено пам'ятник зі словами: «Від благородних співгромадян». Цікомо справедливо сучасники вважають Демосфена видатним оратором, учителем мистецтва красномовства, засновником техніки мовлення, а також взірцем порядності та громадянської

мужності. Багато ідей Демосфена та інших грецьких мислителів про шляхи оволодіння вміннями красномовства використовуються на заняттях із риторики дотепер.

Як зазначають науковці (С. Абрамович, С. Аверінцев, О. Лосев, З. Куньч, А. Тахо-Годі, М. Чикарьова [1; 2; 3; 9; 10; 41; 45]), відповідно до різних позицій, які зайняли відомі античні мислителі стосовно головних ознак майстерності красномовства, у Давній Греції поступово виокремилися два різні напрями в розвитку ораторського мистецтва. В основу першого з них, який ішов від Арістотеля й отримав назву *логічного*, було покладено ідею про те, що головною вимогою до мовлення є забезпечення його послідовності, логічності, аргументованості, переконливості. Згідно з цим, правильно організований виступ оратора мав цілеспрямовано викликати в слухачів певні емоції чи почуття: симпатію, співчуття тощо, примушуючи їх погоджуватися з висловленими думками.

Інший напрям у розвитку ораторського мистецтва в Стародавній Греції отримав назву *літературного*. Його засновник – Ісократ (436 – 338 до н. е.) – вважав, що якість мовлення, насамперед, зумовлюється лексичним багатством її оформлення, відповідністю законам естетики. Представниками цього напрямку пишномовність висловлювань цінувалася значно вище, ніж її переконливість.

Поступово, в епоху еллінізму, перевагу в розвитку ораторського мистецтва здобув саме літературний напрямок. Це було пов'язано зі зниженням ролі політичного красномовства й підвищенням ролі церемоніального красномовства після занепаду демократичних форм правління в Греції та Римі.

Поступово в результаті загарбницьких війн грецькі території увійшли до складу Римської імперії. Це позитивно вплинуло на розвиток її культури. Під впливом грецької красномовності почало інтенсивно розвиватися римське ораторське мистецтво.

Одним із найвідоміших представників римської риторики був Марк Тулій Цицерон (106 – 43 н. е.). Він стверджував, що сила оратора виявляється в його здатності підкорити собі слухачів, примусити їх приєднатися до його поглядів. А це, у свою чергу, можливо тільки в тому разі, коли він поєднує в собі таланти філософа, поета, актора та правознавця. Основні ідеї Цицерона щодо

формування ораторської майстерності викладені в таких його відомих книгах, як «Про оратора», «Брут», «Оратор».

Чільне місце серед видатних античних риторів посідає Квінтіліан [36 – 96 н. е.]. На основі узагальнення свого багаторічного досвіду викладацької й ораторської діяльності він сформулював багато цінних теоретичних положень і практичних рекомендацій з питань оволодіння ораторською майстерністю, які до сьогодні зберігають свою актуальність. У праці «Освіта оратора» Квінтіліаном докладно описано, як правильно розвивати фонаційне дихання та силу голосу, як поводитися людині під час виступу перед слухачами, як структурувати свою промову, а також висвітлено інші важливі для оратора моменти.

Специфічною особливістю розуміння ораторського мистецтва в античні часи було те, що увага приділялася лише зовнішньому оформленню промови. Той факт, що оратор здатний правильно відобразити зміст своїх думок, сумнівів не викликав (Т. Кузнецова, О. Мирианова, І. Спрельникова, С. Токмін, Т. Токміна [39; 85]).

Після розвалу імперії, що знаменувало перехід до нової епохи – Середньовіччя, римське класичне красномовство занепало, а на місце політичної й судової риторики прийшло церковне красномовство, яке ґрунтувалося на ідеях схоластики й релігійного догматизму. Як зазначається в науковій літературі (С. Абрамович, М. Гаспаров, З. Куньч, М. Чикарькова [1; 21; 41] та ін.), у ті часи церковні проповіді були найбільш поширеною формою публічного спілкування, перетворившись на дійовий засіб ідеологічної пропаганди. Вони спрямовувалися на залучення представників усіх верств населення до християнської релігії, спростування релігійних ідеалів, відповідних їм моральних норм і соціальної поведінки. Відстоюючи безумовний авторитет релігійних істин, священники звичайно не намагалися шукати власні аргументи для підтвердження правильності їхніх думок, а просто зверталися до церковних авторитетів, наводячи відповідні цитати зі Святого Письма та інших церковних текстів.

Незважаючи на те, що проповідницька діяльність мала підкорятися певним суворим канонам, вона все ж таки певною мірою стимулювала подальший розвиток мистецтва красномовства. Наприклад, саме на ниві цієї професійної діяльності сформувався такий відомий візантійський

оратор-богослов, як І. Златоуст (близько 347 – 407). Він підкреслював, що промова священника лише в тому разі досягне своєї мети, якщо він спочатку «спуститься» у своїх міркуваннях до розуміння кожної людини, а вже потім «підніме» її до розуміння вищих християнських цінностей. Надане Златоустові прізвисько підтверджує, що люди гідно оцінили силу його проповідей.

Видачним представником церковного красномовства був відомий західний теолог, систематизатор ортодоксальної схоластики Ф. Аквінський (1225 – 1274). Його концепція ґрунтувалася на ідеї, що кінцевою метою людського буття є потойбічне блаженство, а дотримання моральних доброчинств забезпечує наближення до нього. Причому, на відміну від більшості теологів того часу, які віддали перевагу любові й волі як головним соціальним цінностям перед пізнанням, Ф. Аквінський стверджував, що досягти блаженства можна тільки через активну розумову діяльність, яка дасть змогу людині поступово наблизитися до абсолютної істини – Бога. У проповідях Ф. Аквінського гармонійно поєднувалися логічність, аргументованість, що забезпечувало раціональний вплив на свідомість, почуття й поведінку слухачів, з елементами навіювання.

Очевидно, що в епоху Середньовіччя найбільш освіченою верствою населення було духовенство. Однак майстерність красномовства цінувалася не лише в представників феодального духовенства, але й у світських феодалів – лицарів. Серед «семи лицарських чеснот», які мав засвоїти кожний із них, чільне місце посідали вміння складати пісні, зокрема на честь прекрасних дам. Причому, на відміну від релігійних проповідей, твори лицарів рясніли пишномовними зворотами, гіперболами, які допомагали емоційно вразити слухачів.

Наступний етап у розвитку ораторського мистецтва пов'язаний з появою університетів. Незважаючи на певні відмінності в статутах університетів, викладання в них здійснювалося за допомогою аналогічних методів і форм. Так, ранкові навчальні часи звичайно відводилися на ординарні (основні) лекції, на яких викладачі читали тексти книг. Увечері читалися екстраординарні (другорядні) лекції, під час яких або повторювався матеріал ранкових лекцій, або організовувалося плумачення їх змісту.



Значна увага з боку викладачів приділялася формуванню в студентів умінь ставити (виділяти) питання з певної теми, а також вести дискусію. Із цією метою в університеті організовувалися практичні заняття, що проходили у формі репетицій і диспутів. На перших із них у молодих людей перевіряли знання змісту першоджерел, а також знайомили їх із тлумаченням текстів відомих теологів. Під час проведення диспутів студенти вчилися обстоювати свою точку зору, спираючись на християнські догми. Крім щотижневих ординарних диспутів, для студентів регулярно організовувалися так названі кводлібетти – диспути на вільну тему, що за формою проведення були схожими на лицарські турніри.

Необхідною умовою для здобуття особою певних ступенів була сформованість у неї мовленнєвих умінь. Так, присвоєння ступеня бакалавра відбувалося після проходження студента через таке випробування: він мав розкрити власне тлумачення сюжету («софізму»), який пропонував йому викладач. Причому під час цього виступу студентові заборонялося використовувати будь-які попередньо зроблені записи.

Для здобуття більш високих ступенів до кандидата висувалися підвищені вимоги. Так, він мав провести певну кількість складних, багатогодинних диспутів, прочитати кілька проповідей, а також провести пробні заняття зі школярами. Такі випробувальні процедури звичайно розтягувалися на декілька днів. Лише після успішного виконання всіх завдань кандидат міг претендувати на отримання бажаного ступеня. Усі ці завдання сприяли формуванню навичок культури мовлення.

Важливою подією, яка суттєво вплинула на розвиток освіти, було виникнення друкарства. Через інтенсивне збільшення кількості книг доступ до них і для викладачів, і для студентів значно спростився, отже, відпала необхідність зачитувати тексти першоджерел на лекційних заняттях. Поступово лекції перетворилися в публічні виступи з метою усного викладення певного навчального матеріалу. Це ще більше актуалізувало потребу в оволодінні викладачами мовленнєвими вміннями й навичками. Безсумнівно, вищевказані зміни в проведенні університетських занять позитивно вплинули на розвиток ораторського мистецтва.

Пізніше формування в суспільстві якісно нових соціально-економічних умов ознаменувало перехід людства до нової історичної епохи – епохи Нового часу, початок якої пов'язують із Західноєвропейським Відродженням, що, у свою чергу, забезпечило наступний етап у розвитку ораторського мистецтва. Звільнившись від кайданів релігійного догматизму та схоластики, воно почало інтенсивно розвиватися й задовольняти світські потреби громадян.

Вагомий унесок у розвиток ораторського мистецтва зробили такі видатні діячі того часу, як М. Монпельє (1533 – 1592), Ф. Бекон (1561 – 1626), Б. Паскаль (1623 – 1662), І. Гете (1749–1832) та ін. У своїх працях вони не лише розкрили значущість ораторського мистецтва як важливого засобу впливу на суспільну та індивідуальну свідомість людей, але й сформулювали низку цінних практичних порад, за допомогою яких оратор може емоційно захопити аудиторію, залучити слухачів до своєї позиції. Прогресивні мислителі активно обстоювали ідеї щодо необхідності узгодженості між змістом і формою кожної промови, важливості приділення оратором уваги не тільки вербальному наповненню виступу, але й невербальним мовним засобам (техніці мовлення, манерам поведінки, міміці, жестам тощо). Убираючи в себе кращі доробки майстрів красномовства минулих часів, ораторське мистецтво поступово почало набувати соціально-політичної й економічно-прикладної спрямованості.

На початку XVIII ст. Ф. Прокоповичем (1681–1736), відомим суспільним і церковним діячем епохи Петра I, було створено риторичний твір «*De officium oratore*», який є авторським курсом лекцій, прочитаних ним латинською мовою в духовній Києво-Могилянській академії. У XVIII ст. було також створено М. Ломоносовим (1711–1765) «Короткий посібник із красномовства».

Наприкінці XVIII – на початку XIX ст. риторика викладалась у гімназіях та деяких інших вітчизняних навчальних закладах. Її вивчення було спрямовано на засвоєння молодими людьми теорії красномовства, формування в них високої культури мовлення, майстерності слова в різних життєвих ситуація.

Слід відзначити, що на початку XIX ст. виникли поняття «загальна риторика» й «часткова риторика». Загальна риторика визначала загальні закони, на які мали орієнтуватися автори всіх творів (наприклад, відповідність стилю предмету викладання). Часткова риторика

досліджувала специфіку кожного роду твору (наприклад, правила складання промов і документів, які належать до певної галузі діяльності людини).

У ті часи як особливий вид ораторського мистецтва виділилося також академічне красномовство. З історії відомо, що багато видатних науковців прославилися і як блискучі оратори. Так, послухати лекції Т. Грановського, В. Ключевського, Д. Менделєєва приходили не тільки студенти, але й сторонні люди, які не мали прямого відношення до університету.

Новий випок у розвитку вітчизняної риторики пов'язаний з реформами 60–70-х рр. XIX ст., зокрема судовою реформою, після якої суд став гласним органом. Виступи відомих судових ораторів Ф. Плевако (1842–1908), А. Коні (1844–1927) дотепер сприймаються як еталони судового красномовства.

Нагадаємо, що до революційних подій 1917 р. А. Коні був почесним академіком, сенатором, дійсним таємним радником, членом Державної ради. Нова влада позбавила його всіх звань, орденів і чинів. Але в нього вистачило мужності відмовитися від еміграції та, змінивши професію, почати займатися викладацькою діяльністю. Пересуваючись містом за допомогою милиць через хворобу ніг, за 1917–1920 рр. А. Коні прочитав близько тисячі публічних лекцій: у Петроградському університеті, Інституті живого слова, залізничному університеті, технікумах, школах, лікарнях, клубах тощо.

У 82 роки А. Коні написав: «Я прожив життя так, що мені немає за що червоніти. Я любив свій народ, свою країну, служив їй, як міг і вмів. Я не боюся смерті. Я багато боровся за свій народ, за те, у що вірив». Наступної весни після читання лекції в холодному приміщенні він захворів на запалення легень і незабаром помер. Життя А. Коні є для молоді прикладом істинного служіння своєму народові, а його ораторський талант заслуговує на увагу та вивчення.

Зазначимо, що до революції 1917 року існували сприятливі умови для розвитку вітчизняної риторики. Але після приходу І. Сталіна до влади та фізичного знищення ним політичних опонентів ораторському мистецтву в радянському суспільстві перестали приділяти належної уваги. Риторика як навчальний предмет було виключено з навчальних планів не лише шкіл, але й вищих навчальних закладів.

Однак за межами Радянського Союзу в багатьох демократичних країнах риторика продовжувала інтенсивно розвиватися. І тільки у 80-х роках у часи «перебудови» інтерес до риторики, культури мовлення почав відроджуватися й на території Радянського Союзу. Цей інтерес значно посилювався після здобуття Україною державної незалежності.

Підвищення ролі ораторського мистецтва в сучасний період пояснюється різними соціально-політичними, економічними й комунікативними чинниками. Так, в умовах поступової демократизації суспільства захист права кожної особистості на вільний вибір стає важливою характеристикою суспільного життя. На робочому місці, у сімейних стосунках, під час виборів представників різних державних органів влади та в інших сферах життєдіяльності людину звичайно не примушують, а мотивують, переконують щодо необхідності прийняти бажане для ініціатора спілкування рішення. У свою чергу, така ситуація вимагає, щоб кожний член суспільства як носій різних соціальних ролей також вчився переконувати інших людей у своїй правоті.

Можна виокремити й деякі економічні причини, що зумовили відродження інтересу до ораторського мистецтва. Як було доведено відомими фахівцями з менеджменту (М. Альберт, А. Карпов, М. Мескон Ф. Хедоурі [7; 33]), на підвищення ефективності роботи будь-якої організації набагато більше, ніж покращення технічного оснащення, впливає вдосконалення системи її управління, ділових взаємовідносин між працівниками. Слід також зазначити, що жорстка конкуренція, криза перевиробництва породили необхідність забезпечення з боку представників різних організацій прямого й опосередкованого навіювання людині статусу споживачем їхніх товарів.

Розроблення й упровадження сучасних інформаційних технологій в усі сфери життєдіяльності суспільства ще більше підвищило інтерес до теорії та практики красномовства. Адже активне впровадження таких технологій передбачає пошук шляхів посилення мовленнєвого впливу, причому як на публічному, так і на міжособистісному рівні. Як підкреслюється фахівцями з риторики (Л. Мацько, О. Мацько, Н. Михайличенко, В. Стовпець та ін. [48; 51; 68; 83]), існують також інші комунікативні причини, які забезпечили й забезпечують

подальший розвиток теорії та практики ораторської майстерності у XX – на початку XXI ст.: зростання ролі спілкування й кількості функцій мовлення в сучасному соціумі, поширення комунікативних можливостей людини, розширення сфер навчання тощо. У свою чергу, це вимагає подальшого вдосконалення мовленнєвого процесу.

Важливо також зауважити, що теорія і практика ораторського мистецтва на сучасному етапі розвитку суспільства розвиваються за різними напрямками:

- як майстерність публічного виступу, під час якого забезпечується мовленнєвий вплив оратора на аудиторію;
- як мистецтво спілкування, організації діалогу з іншими людьми, що зорієнтовано на здійснення міжособистісного мовленнєвого впливу, досягнення поставленої мети в процесі взаємодії з іншими його учасниками, переконання їх у правильності своїх думок чи ідей;
- як фундаментальна теорія та мистецтво мовлення, у якій досліджуються закони та правила побудови всіх видів мови;
- як мистецтво мислити (навчання мовленню в риториці завжди передбачає навчання мислити, виражати в словах свою позицію);
- як учення про мовленнєве виховання особистості (риторика сприяє формуванню людини як цілісної особистості зі своїми переконаннями й цінностями, здатної використовувати мову як дійовий інструмент для організації взаємодії з іншими людьми);
- як учення про всі роди, види та жанри мови в розвиненому інформаційному суспільстві, адже сучасна риторика не обмежується лише ораторською майстерністю, а й вивчає все різноманіття текстів, включених у культуру.

Необхідно також зауважити, що сучасне мистецтво красномовства, з одного боку, ґрунтується на традиціях класичної ораторської школи, а з другого – на доробках психології, логіки, культурології, які дають змогу переконувати в чомусь інших людей не лише за допомогою логічних, але й емоційно-психологічних способів, з урахуванням індивідуальних особливостей слухачів. Тому під час організації оволодіння майбутніми фахівцями культурою мовлення важливо, з одного боку, враховувати історично-культурні надбання попередніх поколінь з питань формування

красномовства, а з другого — широко запроваджувати сучасні педагогічні технології, які допоможуть їм успішно оволодіти спеціальними мовленнєвими знаннями, вміннями та навичками.

## 1.2. Структура культури мовлення.

### Її комунікативні ознаки

У структурі культури мовлення науковці (Т. Безенкова, Т. Токміна, С. Токмін, О. Миронова [12; 85] та інші) виділяють три такі компоненти:

- 1) нормативний;
- 2) комунікативний;
- 3) етичний.

Перший компонент культури мовлення виявляється в тому, що людина висловлює свої думки за допомогою лексичних засобів, які повністю відповідають нормам літературної мови. Ці норми поділяються на такі групи:

- морфологічні (забезпечують правильність використання різних форм слова);
- синтаксичні (відповідають за грамотне поєднання слів та їхніх форм у словосполучення й речення);
- словоутворювальні (регулюють процес створення нових слів чи лексичних значень, що може відбуватися за допомогою афіксації, поєднання двох повнозначних лексичних одиниць, конверсії, тобто транспозиції слів з однієї частини мови в іншу, та аббревіації);
- лексичні (визначають правильність вибору слова з низки одиниць, близьких за значенням чи за формою, а також використання його в тих значеннях, які воно має в літературній мові);
- орфоепічні (диктують правила вимови слів у літературній мові);
- акцентологічні (визначають правильні наголоси в словах);

- стилістичні (регулюють способи використання літературної мови в різних сферах суспільного життя, побто вибір стилю мовлення, використання різних виражальних його можливостей: експресивних, оцінних, функціональних тощо.

Дотримання норм літературної мови дає змогу досягти взаєморозуміння між співрозмовникам через те, що використані слова мають загальновідоме смислове навантаження. Водночас це забезпечує естетичність мовленнєвого процесу.

Комунікативний компонент мовлення охоплює такі складники: 1) визначення мети комунікації; 2) виділення прагматичних умов комунікативного акту; 3) основи вибору й організації мовленнєвих засобів, які зумовлюються визначеною метою цього акту та водночас формують відповідний текст для його усної чи письмової реалізації. Відповідно до цього, основними характеристиками другого компонента культури мовлення є такі: 1) взаємовідповідність мети та змісту комунікації; 2) адекватне розуміння мовленнєвих та інших індивідуальних особливостей адресанта й адресата.

Отже, культура мовлення передбачає наявність у людини здатності точного відбору й усвідомленого використання в реальному акті спілкування з іншими людьми тих мовленнєвих засобів, які найкраще відповідають кожній конкретній ситуації. У цьому контексті культура мовлення визначається такими комунікативними ознаками:

1. нормативність;
2. логічність;
3. точність;
4. доречність;
5. чистота;
6. виразність;
7. багатство й різноманіття

**Нормативність. Правильність** — одна з визначних ознак культури мовлення. В.І. Даль пояснює «Правильный, согласный съ правилами, на них основанный, имъотвечающий, или по правиламъ сделанный». За плумаченням сучасних словників, правильний:

1. який відповідає дійсності;
2. який відповідає встановленим правилам, нормам;
3. безпомилковий.

Норма (мовна) визначає літературну мову. Мовні норми – «це прийняті в суспільно-мовленнєвій практиці освічених людей правила вимови, граматики та інші мовні засоби, правила слововживання», орфографічні правила для писемного мовлення. Отже, норми – категорія історична, змінна. Вони тісно пов'язані з системою конкретної мови, історично і соціально зумовлені. Діючи в конкретний час як стабільні, вони все ж динамічні і можуть зазнавати змін. Якщо в орфографії, граматиці норми орієнтуються на зразок, модель, еталон, то в лексиці вияв, реалізація норми підпорядковуються ще й змістові, залежать в кожному конкретному випадку від контексту, адже тільки в ньому правильно можна використати синоніми, пароніми, фразеологізми. Стилістичні ж норми регулюють «застосування стилістично та експресивно обарвлених або нейтральних мовних засобів відповідно до змісту й мети мовлення, умов спілкування, вимог жанру тощо». *Правила* – це «положення, які виражають певну закономірність, постійне співвідношення мовних явищ або які пропонують як нормативний конкретний спосіб використання мовних засобів у писемному і усному мовленні».

Отже, це теж категорія історична – зміна в словнику чи в граматичній системі мови призводить до зміни правил, бо вони повинні теж відтворювати розвиток мови. *Правила граматики* регулюють застосування форм слів залежно від словозміни (і словотвору), синтаксичних конструкцій (у тому числі різних типів зв'язку між словами, напр., при узгодженні, керуванні, в різних типах складнопідрядних речень, відокремлених зворотів тощо)

– орфографічні – стосуються (визначають) написання слів та їх форм;

– пунктуаційні – корегують постановку розділових знаків відповідно до змісту і форми реалізованої засобами мови думки, урахування мети висловлювання.

Б.М. Головін пропонує розрізняти такі структурно-мовні типи норм:

– **норми вимови** регулюють вибір акустичних варіантів фонем або фонем, які чергуються (напр., можна (лекц' і йа) не можна (л' еці і йа) можна (ч' а);



– **норми наголошування** регулюють вибір варіантів розташування і переміщення наголошеного складу серед ненаголошених (напр., можна *адже* і *адже*, *завжди* і *завжди*; не можна довільно *атлас* і *атлас*, бо перше означає «зібрання карт», а друге – назва тканини); треба *кілометр*, *новий*, *старий*, *український*);

– **норми словотворення** регулюють вибір морфем, їх розташування і сполучення у складі нового слова (напр., можна *материн*, *материнський*, але не можна *матеряний*, можна *спостерігач* – не можна *спостерігальник*, *спостережувач*; можна *прозовий* – не можна (заст.) *прозаїчний*);

– **норми морфологічні** регулюють вибір варіантів морфологічної форми слова і варіантів її поєднання з іншими словами (напр., можна *матерів*, не можна *доповідів* (треба *доповідей*), можна *по-українськи* і *по-українському*, не можна *по-нашинськи* (треба *по-нашому*), можна *повен колос*, не можна *повна колоса* (тільки *повного*), можна *братів*, не можна *сестрів*, можна *зелен*, *брібен*, не можна *стар*, *молад*);

– **синтаксичні норми** регулюють вибір варіантів побудови простих і складних речень (напр., можна «Коли читаєш Шевченка, серце сповнюється болем за долю кріпака» – не можна «Читаючи Шевченка, серцк...»);

– **норми лексичні** регулюють вибір слова відповідно до змісту і мети висловлювання (напр., можна *декораційний* і не можна *декоративний*, якщо йдеться про лаштунки на сцені; можна *рятувальник* і не можна *рятівник*, якщо мовиться про посаду; не *друк*, а *преса*, якщо йдеться про сукупність періодичних видань, бо *друк* – це процес виготовлення друкованого твору тощо);

– **норми стилістичні** регулюють вибір слова або синтаксичної конструкції відповідно до умов спілкування і стилю викладу (напр., *розрізняти*, а не *диференціювати* – в розмовному стилі; *море дуже глибоке*, а не *глибоченне море* – в науковому стилі; *у зв'язку з тим, що...*, а не *бо...* – в офіційно-діловому стилі).

**Логічність мовлення.** Як відомо, процес мовленнєвої діяльності має три рівні: мислительний (йому властиві автоматизм та імпровізація), лексико-граматичний і фонологічний, адже в діяльності свідомості людини відбувається творення, розподіл, обмін, споживання знань.

Логічний – це мислительний. Словники дають такі тлумачення слова **логічний**: 1. стосується до логіки (науки про закони і форми мислення); 2. у якому є внутрішня закономірність; розумний послідовний.

**Логічність** як ознака культури мовлення формується на рівні «мислення – мова – мовлення» і залежить від ступеня володіння прийомами розумової діяльності, знання законів логіки і ґрунтується на знаннях об'єктивної реальної дійсності, тобто перебуває в тісному зв'язку з точністю.

**Логічність** (так само, як і точність) буває предметна і понятійна.

**Предметна** логічність полягає у відповідності смислових зв'язків і відношень мови у мовленні зв'язкам і відношенням предметів і явищ у реальній дійсності. Логічність **понятійна** є відображенням структури логічної думки і логічного її розвитку в семантичних зв'язках елементів мови у мовленні. Предметна і понятійна точність, предметно і понятійна логічність перебувають у взаємозв'язку, але якщо понятійна точність без предметної неможлива, то предметна логічність часом може й не існувати (напр., у казках, художній фантастиці, алегоріях, навмисне спотворених судженнях, помилкових з наукових дослідів тощо). Проте понятійна логічність у всіх цих випадках повинна зберігатись. І не суттєво, яким способом здійснюється пізнання – індуктивним чи дедуктивним (тобто перспективний чи ретроспективний хід думки): смислова погодженість частин висловлювання повинна бути досягнута.

Отже, логічне мовлення формується на основі: 1) навичок (вправного їх застосування) логічного мислення, спрямованого і на нагромадження нових знань (логіки пізнання) і на передачу цих знань співбесідникові; 2) знання мовних засобів (і навіть позамовних – міміки, жестів), якими можна оформити думку; 3) володіння технікою смислової зв'язаності, тобто логікою викладу, при якій не виникає суперечностей у межах цілого тексту. Кожен фактор удосконалюється впродовж життя людини, і якщо логіку викладу може контролювати оточення (дітей її навчають дорослі, учителі)

**Точність мовлення.** Спілкування можливе не лише завдяки тому, що співрозмовники говорять однією мовою, а й тому, що за кожним словом обидві сторони бачать один і той же предмет

реальної дійсності, однакові об'єктивні зв'язки і т.д., тобто називають предмети, явища, процеси точно.

Точним можна назвати таке мовлення, коли вжиті слова повністю відповідають їх мовним значенням — значення, що усталились у мові в даний період її розвитку. «Точність мовлення, — заважає Б.М. Головін, — залежить не лише від вибору слів, а й від уміння або невміння автора строго зіставити слово і предмет, слово і дію, слово і поняття».

### **Доречність мовлення.**

**Доречний** — це такий, що відповідає ситуації спілкування, організовує мовлення відповідно до мети висловлювання. Отже, доречність — це ознака культури мовлення, яка організує його точність, логічність, виразність, чистоту, вимагає такого добору (підбору) мовних засобів, що відповідають змістові та характерові експресії повідомлення.

Уміння вибрати найбільш вдалу форму спілкування, інтонаційну тональність, лексичні засоби формується і практикою мовлення, і психологією людських стосунків.

За науковими даними, активний словник сучасної людини коливається приблизно в межах від 9 до 13 тис. слів. Для порівняння можна навести аналогічні дані про кількість активних слів видатних літераторів. Так, було пораховано, що у своїх творах Сервантес використав близько 17 тис. слів, Шекспір — близько 20 тис., С. Єсенін — близько 19 тис., а О. Пушкін — понад 21 тис.

Оскільки багатство мовлення залежить передусім від словникового запасу людини, постійна робота над його розширенням є важливим показником її мовленнєвої культури. Вищеназвана характеристика мовлення визначається також смисловою насиченістю слова, тобто врахуванням його багатозначності. Зрозуміло, що слухачі мають чітко розуміти, що мав на увазі адресант повідомлення в кожний момент комунікативного акту.

Звичайно під час промови людина спирається лише на одне з можливих значень багатозначного слова. Однак у певних ситуаціях використання багатозначності, виступаючи прийомом збагачення змісту мови, може значно підвищити ефективність комунікативного процесу.

Наприклад, у посібнику Л. Введенської [16] наводиться багато цікавих прикладів, як можна влучно «обіграти» багатозначність деяких слів. Безсумнівно, наведені нижче фрази заінтригують будь-якого слухача: «Лондон був вражений у прямому та переносному значенні», «Правитель відгородився від свого народу в прямому та переносному значенні», «Першими зробили спробу прикарманити прапор найбільш праві. Причому прикарманити не лише в переносному, але й у прямому значенні». Зрозуміло, що на перший погляд висловлені фрази здаються абсурдними. Однак із продовження розповіді з'ясувалося, що в першій із них йшлося про падіння хмарочоса в Лондоні, у другій — про те, що правитель забарикадував свою резиденцію як фортецю, а в третій — що представники однієї з правих партій носять у нагрудних кишенях носовички із зірково-смугастої тканини. Як видно, у наведених прикладах оратор виправдано розширив смисловий обсяг слів, надав їм нового значення.

Отже, у процесі розширення свого активного запасу слів фахівець має намагатися засвоїти всі їхні семантичні смисли та значення. Лише за цієї умови в кожному конкретному випадку він зможе підібрати ті слова, які будуть звучати найбільш переконливо в конкретній ситуації.

Що стосується останнього з названих компонентів культури мовлення — етичного, то цей компонент відповідає передусім за розв'язання таких двох важливих завдань: 1) кодифікації норм мовлення щодо правил моралі (способів вираження модальних цілей спілкування: наказу, прохання тощо, звернення людей один до одного та ін.), 2) визначення можливості використання певних слів, фраз (жаргонних, лайливих тощо). Оскільки модальний смисл є вираженням особистісної сутності учасників комунікації, кодифікація способів вираження цих модальних смислів (а це входить в етичний компонент мовлення) значною мірою зумовлює, які саме взаємовідносини будуть встановлені між учасниками спілкування: офіційні чи дружні, шанобливі чи ні.

Культура мовлення передбачає, що відносини між співрозмовниками повинні будуватися на основі загальнолюдських моральних установок. Під час мовленнєвого процесу враховуються такі чинники: в офіційній чи неофіційній ситуації відбувається розмова; роль адресата й адресанта в комунікативному акті; вік і соціальний стан кожного учасника; ступінь їх знайомства між собою тощо. Важливо також пам'ятати, що в мовних традиціях та етичних заборонах у представників різних народів існують суттєві відмінності, котрі не завжди дають змогу дослівно перекласти думку з однієї мови іншою.

Головною метою виявлення людиною культури мовлення є забезпечення ефективності спілкування, тобто оптимальним чином досягнення попередньо поставлених комунікативних цілей. І хоч головну роль у цьому процесі відіграє комунікативний компонент, важливо зазначити, що решта компонентів є також значущими.

Адже ігнорування першого з них – нормативного – може призвести до непорозумінь між людьми. Так, наприклад, якщо особа замість загальновідомого слова використовує у своїй промові якийсь маловідомий термін, діалектне чи жаргонне слово, то її співрозмовник навряд чи адекватно сприйме її думку. У цьому разі зниження результативності спілкування може також спостерігатися й через те, що використання ненормованої лексики свідчить про низький рівень освіченості людини, а це, у свою чергу, провокує формування відповідного ставлення до неї з боку співрозмовника.

Аналогічно негативно впливає на успішність комунікації й порушення етичних норм спілкування. Вияви грубого ставлення до партнерів спілкування, звернення до нецензурної лайки чи допущення інших негативних явищ у процесі комунікації може взагалі примусити їх припинити спілкування.

На підставі вищевикладеного можна підсумувати, що досягти найбільшого ефекту в спілкуванні можливо лише за умови гармонійного поєднання всіх трьох перелічених вище компонентів мовленнєвої культури. Тільки в такому випадку забезпечується правильна організація тих мовленнєвих засобів, які в кожній конкретній комунікативній ситуації дають змогу досягти найкращого результату.

### 1.3. Вербальні й невербальні засоби оратора

Як зауважують науковці (Н. Бетенко, Н. Волкова, О. Гойхман, Т. Надєїна, А. Панфілова, Г. Сагач, О. Сердюк, Ф. Хміль [15; 19; 22; 57; 72; 77; 88] та ін.), у процесі комунікації передача інформації відбувається за допомогою двох знакових систем – вербальної й невербальної. Вербальна комунікація (від лат. *verbalis* – словесний) передбачає цілеспрямовану передачу певного повідомлення за допомогою слів. Мовна сторона комунікації має ієрархічну структуру (від фонем до тексту й інтертексту) й виступає в різних стилістичних різновидах (розмовна й літературна мова, діалекти й соціолекти, різні стилі та жанри).

Мовлення (мова) є найбільш універсальним засобом реалізації комунікації. Під час комунікативного процесу людина обирає з поля можливих мовленнєвих засобів ті, які вона вважає найбільш доречними для конкретної ситуації. Зрозуміло, що обрані засоби можуть сприяти успішному досягненню поставлених комунікативних цілей, або, навпаки, не сприяти.

Трансляція інформації від комунікатора до реципієнта насамперед вимагає, щоб останньому були відомі передані йому знаки та закріплені за ними значення. Іншими словами, вербальна комунікація передбачає прийняття її учасниками єдиної системи значень слів, тобто збігу систем кодування й декодування інформації.

Однак передача інформації навіть на основі єдиного для партнерів по комунікації тезауруса не гарантує адекватного сприйняття реципієнтом переданої йому інформації. Для цього можуть бути різні причини: соціальні, вікові відмінності між учасниками комунікації, у силу яких вони можуть по-різному трактувати зміст повідомлення, недоліки в самому формулюванні ідей чи її передачі тощо. Тому важливою передумовою успішної трансляції інформації є використання особами не лише ідентичних лексичних і синтаксичних систем, але й наявність однакового розуміння ними комунікативної ситуації.

Для успішної лексичної комунікації важливо також, щоб не тільки її транслятор, але й реципієнт виступав активним суб'єктом. Тому виступ повинен мати спрямований характер, тобто орієнтуватися на конкретних людей, враховувати їхні особисті мотиви, цілі й настанови.

Звичайно в процесі комунікації відбувається не лише трансляція повідомлення від однієї особи до іншої, а й активний взаємообмін інформацією між ними. Більше того, повноцінний комунікативний акт, крім взаємоінформування, передбачає також відпрацювання учасниками вербальної комунікації загальних значень на основі спільного осмислення, досягнення сутності й сенсу певного об'єкта. У свою чергу, результатом такого вербального контакту є забезпечення впливу людей на поведінку інших.

Важливим аспектом вербальної комунікації є те, що на основі виступу в слухачів формується певне враження про оратора як особистість і як професіонала. Більше того, як довели дослідження

(Р. Вердербер, Г. Почевцов [17; 64] та ін.), деталі будь-якої промови людини оточення швидко забуває, але загальне враження про неї може зберігатися достатньо довго.

Наприклад, в американців залишилися спогади про Р. Рейгана як про талановитого політика й оратора. Журнал «Time» навіть назвав його одним із найвидатніших політичних лідерів поряд з У. Черчиллем, М. Ганджі й М. А. Кінгом. Однак ефективність впливу поточасного президента США на пересічних громадян пояснювалася не стільки змістовністю його виступів, скільки сформованістю умінь організувати ефективне повідомлення за допомогою однієї чи кількох коротких фраз («Поставте собі питання, чи стало вам краще сьогодні, ніж чотири роки тому?»), а також демонстрацією цінностей, які мали загальносуспільний характер. Лаконічні, змістовні, чітко сформульовані висловлювання справляли досить сильне враження на оточення, тому більшість американців не поділяли думку журналістів про те, що Р. Рейган має харизму, але не вміє викладати факти [95].

Пояснюючи феномен лідерства Р. Рейгана, А. Шлезінгер підкреслював: щоб бути успішним, президент має вміти чітко продемонструвати громадянам своє бачення ситуації та власну стратегію, а також пояснити суспільству причини своїх дій. Порівнюючи президентів Дж. Картера та Р. Рейгана, автор книги звертає увагу на те, що перший із них мав незалежні погляди й намагався провести низку реформ у внутрішній та зовнішній політиці, однак він не любив публічних виступів. Як результат – його популярність у США була низькою, а успіхи на посту президента – незначними. У свою чергу, обсяг знань у Р. Рейгана був меншим, ніж у Дж. Картера, однак він умів захоплювати публіку. Як наслідок – рейтинг Р. Рейгана не падав навіть після ухвали ним провальних рішень, а загальні досягнення на посту президента були більшими, ніж у Дж. Картера [96].

Інший американський президент – Дж. Буш-молодший, навпаки, став відомим не стільки своїми економічними й політичними рішеннями, скільки абсолютно абсурдними фразами, які часто примушували його співрозмовників ніяковіти. У різних країнах навіть неодноразово публікувалися збірки так званих «бушизмів», над якими сміються дотепер. Як ще можна оцінити такі його словесні «шедеври»: «Якщо ми не почнемо війну, то ризикуємо програти», «Про

незаконність дій нам треба говорити так, немовби її в нас немає», «Ми готові вести роботу з обома сторонами, щоб знизити рівень терору до рівня, прийнятного для обох сторін», «Америка пристрасилася до нафти» тощо. Як відомо, Дж. Буш регулярно очолював хіп-паради найбільш примітних цитат року, підготовлених редактором *Yale Book of Quotations* Ф. Шапіром.

Цікаво, що до цього списку потрапили й висловлювання інших відомих людей про самого Дж. Буша. Наприклад, комік С. Колберт сказав про нього так: «Найбільш помітною в цій людині є її стабільність. Ти завжди знаєш її позицію. У середу вона вірить у те ж, що й у понеділок, незалежно від того, що відбулося у вівторок». У цій фразі відобразилася спільна думка американців про дуже низькі ораторські й навіть інтелектуальні здібності Дж. Буша. Сам Дж. Буш, визнаючи свої мовні помилки, у категоричній формі заявляв, що не збирається змінювати власний стиль висловлювань [62].

Сьогодні вже складно відповісти на питання, чи були мовні помилки Дж. Буша звичайною недбалістю, наслідком безвідповідального ставлення до змісту своїх фраз, чи він дійсно є настільки обмеженою в культурному плані людиною. У будь-якому разі Дж. Буша через його нісенітні висловлювання на міжнародному рівні сприймали як утілення неосвіченості.

Можна пригадати багатьох відомих вітчизняних політиків та інших публічних діячів, чий виступи засвідчили низький рівень їхньої не лише мовленнєвої, але й загальної культури. Приклади з таких промов підтверджують, наскільки важливо кожній людині відповідально ставитися до своїх висловлювань.

Проте науковці (Л. Аверченко, Г. Бороздіна, Н. Бетенко, А. Панфілова [4; 14; 15; 57] та ін.) довели, що засвоєння людиною основ вербальної комунікації ще не достатньо для того, щоб організувати ефективний комунікативний акт. Адекватне плумачення інформації можливе лише з урахуванням результату аналізу інших (немовленневих) знакових систем, які супроводжують процес мовлення.

Дані різних досліджень щодо співвідношення вербальних і невербальних засобів у розумінні переданої інформації дещо відрізняються між собою. Так, за результатами дослідження А. Міробяна, у комунікативному акті близько 7 % інформації передається за допомогою слів, 38 %



відводиться на інші сигнали (звуки, інтонація, тембр голосу тощо), а решта 55 % пов'язані з невербальними засобами мовлення. За Р. Бердвістелом, вербальний компонент розмови охоплює 35 %, а невербальний – 65 % обсягу інформації. Проведені дослідження засвідчують, що невербальний компонент суттєво перевищує вербальний [57; 88].

Така картина пояснюється тим, що невербальні вияви людини, переважно, мають біологічне походження й пов'язані з її природними інстинктами та безумовними рефlekсами. Як відомо, представники тваринного світу за допомогою рухів, поз, звуків передають один одному певну інформацію. Наприклад, коли собака підходить до кішки, остання вигинає спину, шипить і шкрябається, намагаючись надати собі страшного вигляду. Така її поведінка в момент небезпеки є виявом дії відповідних безумовних рефлексів.

Оскільки людина є представником тваринного світу, багато зовнішніх її виявів мають рефлексорний характер і схожі з відповідними виявами у тварин. Наприклад, у ситуації сильного переляку в людини зазвичай спостерігаються зміни фізичного та психічного стану: підвищене серцебиття й потовиділення, піднімається волосся, вона може інстинктивно закривати обличчя руками тощо. Такі реакції з'являються в певних ситуаціях самовільно й індивідом не контролюються. Зовнішнє відображення емоційного стану в усіх людей дуже схоже: коли особа відчуває себе щасливою – вона посміхається, коли в неї трапляються неприємності – хмуриється, в ситуації горя – плаче. Вирази привоги, гніву, відчаю, задоволення є також приблизно однаковими в представників усіх культур.

Проте, як відомо, людина є не тільки біологічною, але й соціальною істотою. Тому світ її невербальних сигналів є набагато складнішим, ніж у тварин. Значна кількість таких соціально зумовлених сигналів має універсальний характер, вони зрозумілі для будь-якого представника сучасного суспільства. Інші невербальні вияви можуть мати конкретні соціальні сенси тільки для обмеженої групи людей.

Під час комунікативного акту словесна інформація, котру передає людина, супроводжується цілою низкою невербальних сигналів (наприклад, іронічною посмішкою, поглядом із виразом схвалення, піднятими в здивуванні бровами), які можуть суттєво посилювати або змінювати значення сказаних слів, підкріплювати чи, навпаки, заперечувати їхню правдивість. Ці сигнали партнер по комунікації може сприймати на усвідомленому чи неусвідомленому рівні, але в будь-якому разі вони значно впливають на плування повідомлення. Уважній людині, яка цілеспрямовано спостерігає за жестами партнера по спілкуванню, вони допомагають конкретизувати, уточнити значення висловлених слів, а також встановити, чи відповідають вони справжнім почуттям і думкам співрозмовника.

Як установлено фахівцями з невербальної комунікації (Г. Бороздіною, А. Панфіловою, А. Піз [14; 57; 63] та ін.), під час знайомства ставлення людини до співрозмовника значною мірою

формується під впливом першого враження як результату сприйняття сукупності різних невербальних виявів — виразу обличчя особистості, її манери поведінки, стилю одягу тощо. Причому, за даними наукових досліджень, близько 70 % інформації людська істота сприймає за допомогою візуального (зорового каналу).

Невербальні засоби також дають особі змогу (свідомо чи несвідомо) доповнювати (чи модифікувати) своє словесне повідомлення. У цьому разі такі невербальні вияви можуть мати різні наслідки, адже вони здатні:

- підтверджувати, повторювати вербальну інформацію;
- посилювати й акцентувати сказане, що збільшує ефективність комунікації;
- заперечувати її, що заважає правильному сприйняттю повідомлення реципієнтами;

У свою чергу, спостереження за невербальною реакцією слухачів дає змогу ораторові оцінити, як сприймає оточення його промову. Важливо відзначити, що невербальні вияви мають більш спонтанний характер порівняно з вербальною інформацією, тому їх складніше контролювати.

У системі невербальної комунікації науковці (Н. Бутенко, Н. Волкова, Б. Паригін, І. Зязюн, Л. Крамущенко, Ф. Хміль [15; 19; 55; 58; 61; 88] та ін.) зазвичай виділяють такі структурні компоненти:

1) оптико-кінетичну підсистему, що містить:

● зовнішній вигляд людини (тип і розміри тіла, вираз обличчя, одяг, прикраси, зачіска, косметика, предмети особистого вжитку тощо);

- погляд;
- міміку (вираз обличчя);
- пантоміміку (пози й жести);
- поставу;
- ходу;
- візуальні рухи (контакт очима, рух очей);

2) просодичну (паралінгвістичну чи навколотовленеву підсистему), яка об'єднує:

- темп мовлення;
- вокальні якості голосу;
- діапазон голосу;
- тональність голосу;
- тембр голосу;
- спосіб артикуляції (наявність картавості, окання, акання тощо);

3) екстралінгвістику (чи оза мовленнєву підсистему), котра відповідає за:

- паузи;
- сміх;

4) проксемику (просторову організацію комунікації), що пов'язана з:

- просторовим розміщенням учасників комунікативного акту відносно один до одного;
- відстанню між ними;

- тактильними рухами як аспектом дистанційної поведінки (рукоштовання, поплескування, поцілунок, дотики, погладження тощо);

5) ольфакторну систему (сукупність різних запахів у навколишньому середовищі):

- природний запах (запах тіла);
- штучні запахи (запах косметики, парфумерії, побічні запахи);

6) хронеміку (часові особливості комунікативного акту):

- час очікування початку комунікації;
- привалість комунікативного акту;
- час хезитації.

Особливе місце в організації комунікативного акту посідає візуальний контакт. Спостереження людини за очима партнера дає змогу отримати багато цінної інформації стосовно його намірів, ставлення до об'єкта обговорення, наявності чи відсутності готовності до сприйняття запропонованих знань.

За результатами досліджень встановлено (В. Лабунська, А. Панфілова [42; 57]), що позитивна емоційна реакція на повідомлення (хвилювання, зацікавленість) викликає в людини неусвідомлене збільшення зіниць у декілька разів, а почуття гніву, навпаки, їх звуження. Знання про причини зміни розміру зіниць використовували ще в стародавні часи китайські торговці коштовним камінням, які уважно вивчали реакцію потенційних покупців та обирали стратегію поведінки відповідно до результатів свого спостереження. Сучасні професійні гравці в карти також враховують можливість суперника за станом зіниць визначити їхній емоційний стан та на основі цього спрогнозувати подальші перспективи гри. Тому темні окуляри на їхніх очах є традиційним атрибутом картярської партії.

Звичайно, прямий контакт очей, який свідчить про взаємоповагу учасників комунікативного процесу, їхню готовність до сприйняття інформації, займає близько двох третин від загальної привалості комунікативного акту. Збільшення цієї пропорції спостерігається в ситуаціях, коли людина чи її промова викликає або підвищену зацікавленість у партнера, або, навпаки, сильні негативні емоції (тоді його погляд виражає виклик). Дослідження також виявили, що людина частіше дивиться в очі партнера тоді, коли слухає, а не тоді, коли говорить.

Візуальний контакт виконує не лише інформаційну, але й регуляторну функцію. Наприклад, уважний погляд людини після висловлювання може свідчити про запрошення партнера до діалогу, тобто означати зміну ролей у комунікативній взаємодії.

Під час невербальної комунікації важливо також звертати увагу на зміни в погляді людини, що сигналізують про виникнення в неї певної емоції, реакції на якийсь стимул. Як встановлено, неконтрольовані рухи очей, очі, що «бігають», є ознакою привоги, сорому, обману, неврастненості чи страху. «Близкуватий» погляд говорить про лихоманку, збудження людини. «Скляний» погляд

засвідчує сильну слабкість або байдужість до розмови. Хаотичні рухи очей спостерігаються в разі сильного сп'яніння.

Посилене моргання наводить на думку, що людина обманює. Якщо особа під час комунікативного акту відводить очі, намагаючись не дивитися на співрозмовника, це також свідчить про її збентеження, небажання відкривати з якихось причин свої справжні думки. Така поведінка провокує появу психологічного напруження між людьми.

У працях фахівців (Л. Аверченко, Н. Бутенко, Н. Волкова, А. Панфілова та ін. [4; 15; 19; 57]) наводяться також інші «розшифрування» виявів контактів очей:

- відсутній погляд – людина зосереджено осмислює;
- переведення погляду на навколишні предмети й на стелю – втрата інтересу до бесіди, знак про занадто довгий монолог партнера;
- наполегливий погляд в очі (зіниці звужені) – ознака ворожості та явного бажання домінувати;
- пильний погляд в очі (зіниці розширені) – знак сексуальної зацікавленості;
- погляд збоку – недовіра;
- погляд то відводиться, то повертається назад – відсутність згоди, недовіра.

Залежно від мети комунікативного акту, у працях (В. Біркенбіл, А. Піз, Ф. Хміль [13; 63; 88] та ін.) виділено три види погляду: діловий, світський та інтимний. Для успішного проведення ділової розмови людині рекомендується уявити умовний трикутник, який охоплює очі й лоб її партнера та намагатися більшу частину часу бесіди не виходити очами за рамки цього трикутника. Атмосфера світського рауту передбачає, що погляди кожного із співрозмовників перебувають у межах трикутника, що охоплює очі та рот партнера по спілкуванню. Якщо ж погляд людини переміщується нижче, то це вже свідчить, що він набув інтимного характеру. Допримання цих правил дає змогу значно підвищити ефективність комунікативного акту й запобігти непорозумінням у стосунках з іншими людьми.

Важливе місце в системі невербальних мовленнєвих засобів посідає міміка. Мімічні реакції є результатом скоординованості різних м'язів обличчя, що загалом визначають певний вираз обличчя людини: задоволений, здивований, збентежений тощо.

**Міміка** (грець. *mitikos* – наслідувальний) – організація м'язів обличчя, яка передає, відображає емоційний стан людини чи реакцію на повідомлення.

Мімікою людина може усвідомлено керувати, що дає їй змогу за бажанням маскувати свої справжні думки й цілеспрямовано створювати в партнерів бажаний образ. Однак фахівцями з питань комунікації (В. Біркенбіл, А. Піз [13; 63] та ін.) було з'ясовано, що відображення на обличчі щирих емоцій має симетричний вигляд, у той час як імітування почуттів, яких насправді людина не відчуває, призводить до того, що ліва й права половинки обличчя виглядають асиметрично.

Посмішка на обличчі звичайно відображає гарний настрій людини й символізує добре ставлення до партнера по спілкуванню. Однак у науково-навчальній літературі (Г. Крейдлін [38] та ін.) пропонуються і більш докладні інтерпретації різних усмішок. Так, занадто часті усмішки виявляють потребу людини у схваленні своїх слів чи дій. Крива посмішка видає неконтрольовану нервозність. Посмішка, яка поєднується з піднятими бровами, свідчить про готовність підкорятися. Посмішка, яка супроводжується опусканням повік, виказує відчуття особою власної зверхності. Посмішка без підйому нижніх повік говорить про нещирість. Посмішка з постійним розширенням очей без їх закривання містить погрозу.

У різних друкованих джерелах (А. Панфілова, А. Піз, Ф. Хміль [57; 63; 88] та ін.) визначено також конкретні вияви міміки, що свідчать про певний емоційний стан людини, а саме:

- *радість*: губи скривлені, їхні куточки підтягнуті вгору, біля очей утворилися маленькі зморшки;
- *інтерес*: брови трохи підняті чи опущені, повіки ледь розширені чи звужені;
- *відчуття щастя*: зовнішні кутки губ підняті та звичайно відведені вбік, очі спокійні;

- *здивування*: підняті брови створюють зморшки на лобі, очі розширені, напіввідкритий рот має округлену форму;
- *відраза*: брови підняті, обличчя випягнуте, голова піднята так, немовби людина дивиться на когось зверху догори, вона ніби відсторонюється від співрозмовника;
- *страх*: у разі відчуття інтенсивних емоцій брови трохи підняті, але мають пряму форму, їх внутрішні кутки зсунуті й через лоб проходять горизонтальні зморшки, очі розширені, причому нижня повіка напружена, а верхня повіка ледь піднята, рот може бути відкритим, а кутки його трохи відтягнуті назад, напругуючи та розправляючи губи над зубами в ситуації, якщо тільки спостерігається описане вище положення брів – це контрольований страх;
- *гнів*: м'язи лоба зсунуті всередину та вниз, створюючи погрозовий вираз очей, ніздрі розширені та крила носа підняті, губи або стиснуті, або відтягнуті назад, набираючи форму прямокутника та відкриваючи зціплені зуби, обличчя часто червоніє;
- *сором*: голова опущена, обличчя відвернуте, очі дивляться вниз або бігають зі сторони в сторону, повіки прикриті, а іноді й закриті, обличчя сильно червоніє, пульс прискорений, дихання з переборами;
- *скорбота*: брови зведені, очі темні, а зовнішні кутки очей іноді опущені.

Знання, якого виразу набирає обличчя під час відчуття людиною різних емоцій допомагає не лише краще зрозуміти інших людей, але й дає змогу використати цю інформацію для відпрацювання власних мімічних поз.

Важливе місце в здійсненні невербальної комунікації посідають жести, про які нерідко говорять, що вони є «не рухом тіла, а рухом душі».

***Жест** (від франц. *gest* – рух) – виразний рух зап'ястя, який сигналізує про внутрішній емоційний стан людини.*

Первісно жести мали імпульсивно-інстинктивний характер. Тому, незважаючи на наявність у сучасних людей суттєвих відмінностей у використанні жестів, існує й багато спільних

характеристик у їх застосуванні. Фахівці з комунікації (М. Семечкін, М. Тимченко, П. Екман, [15; 84; 74; 92] виділяють п'ять типів жестів:

- ілюстратори;
- регулятори;
- символи (емблеми);
- відображення стану афекту;
- адаптери.

Так, жести-*ілюстратори* сприяють більш глибокому розумінню висловленої думки, підтверджуючи її зовнішнім зображенням. У свою чергу, вони поділяються на такі групи:

- 1) жести, що указують напрям;
- 2) жести, що окреслюють розмір, об'єм;
- 3) жести, що описують почуття, інтенсивність, напруження.

Наприклад, людина може наочно показати за допомогою жестів розміри предмета, про який ідеться в розмові, вказати, у який бік рухається об'єкт розмови. Підняття рук догори символізує збільшення чогось (інтенсивності, напруження явища тощо), опускання рук свідчить про наявність протилежного процесу.

В ораторській промові широко використовуються також жести-*регулятори*, котрі допомагають керувати усними комунікаціями й регулювати відносини. Наприклад, відповідний жест із цієї групи дає змогу конкретизувати фразу: «Стань туди». Прикладом жестів із цієї групи є також поглядання на годинник чи постукування пальцями по столу під час бесіди.

Коли під час промови оратори хочуть відтворити суть висловленого, вони часто використовують жести-*символи*. Одним із них є достатньо відомий жест «V» (від англ. victory – перемога) (підняті догори вказівний і середній пальці), що символізує перемогу та є дуже популярним в Австралії, Новій Зеландії та Великій Британії. Жести-*символи* використовують також як еквівалент слів. Наприклад, коливання пальця зі сторони в сторону в багатьох країнах (США, Росії, Італії тощо) означає легкий осуд, а в Голландії – відмову.

Важливо звернути увагу на те, що є багато жестів, які в різних народів інтерпретуються неоднаково. Тому використання людиною певного жесту, який вважається абсолютно коректним у межах поля її національної культури, під час комунікації з представником іншого етносу, у якого цей жест має зовсім інше значення, може образити співрозмовника й навіть створити для комуніканта серйозні проблеми. Так, наприклад, згаданий вище символ «перемоги» на деяких територіях має інший, образливий смисл, а в багатьох європейських країнах означає «2». Застосування цього жесту в недоречній для цього ситуації може мати для людини негативні наслідки. Тому до використання жестів-символів під час промови треба підходити дуже розважливо.

Наступна група жестів – це жести, що відображають афект. Вони вказують на сильно виражений емоційний стан людини: гнів, ніяковість тощо. Такі жести відрізняються від попередніх груп жестів тим, що вони виявляються мимовільно й людина ними майже не може керувати. Наприклад, багато людей у стані злоби червоніють та стискають кулаки.

Жести-адаптери також свідчать про внутрішнє хвилювання. Так, наприклад, особа в ситуації сильного хвилювання може почісувати голову, погладжувати свої руки тощо. Такими жестами також дуже складно керувати.

Згідно з іншою класифікацією, жести поділяються на умовні й неумовні. Умовні жести виникають як результат конвенції чи традиції. Наприклад, військовий жест привітання – рука під козырок або кивок голови вниз, який у більшості народів є синонімом слова «так». Але такі жести не завжди можуть бути правильно інтерпретовані людьми, які належать до іншої соціальної, професійної чи культурної спільноти. Так, якщо виходець з України під час розмови з японцем бачить, що той киває головою, він звичайно думає, що його партнер виражає з ним згоду. Однак у Японії таке кивання є просто знаком того, що співрозмовник розуміє думку опонента.

За іншою класифікацією (А. Панфілова [57]) виділяють такі групи жестів:

- комунікації: привітання, ствердження, запитання, заперечення тощо;
- модальні, що відображають оцінку та ставлення: довіра, схвалення, незадоволення тощо;



- описові, що набувають певного значення в контексті мовленнєвого висловлювання.

Уважно слідкуючи за жестами співрозмовника, людина може зробити певні висновки про психологічний стан людини, її щирість тощо. Так, достатньо активне жестикулювання звичайно свідчить про відчуття людиною позитивних емоцій, її зацікавленість і приятельське ставлення. Однак надмірне, хаотичне жестикулювання є вже ознакою неспокою й невпевненості.

Встановлено також, що:

- 1) демонстрація відкритих долонь – ознака щирості;
- 2) стискання кулаків – внутрішнє напруження, агресивність;
- 3) затуляння рота рукою під час мовленнєвого акту – подив, неправда, довірливе повідомлення;
- 4) торкання носа, легке почісування його – невпевненість у повідомленні, неправда, пошук у дискусії нового контраргументу;
- 5) потирання пальцем повік – неправда, підозра, відчуття нещирості з боку партнера;
- 6) потирання й почісування різних частин голови (чола, щік, потилиці, вуха) – стурбованість, ніяковість, невпевненість;
- 7) погладжування підборіддя – момент прийняття рішення;
- 8) хаотичні рухи рук (скручування чи розкручування авторучки, торкання до різних частин одягу) – нервовість, ніяковість;
- 9) пощипування долонь – готовність до агресії;
- 10) покусування нігтів – замасковане занепокоєння;
- 11) різні рухи рук упоперек тіла (поправити годинник, пограти гудзиком тощо) – прихована нервозність;
- 12) збирання ворсинок з одягу – жест несхвалення;
- 13) відпязування від шиї коміра – людина підозрює, що інші розпізнали її брехню, неспача повітря в стані гніву;
- 14) потирання скла в окулярах чи покусування дужок їх оправ – пауза для обдумування, прохання почекаати;
- 15) знімання окулярів і кидання їх на стіл – надмірно гостра розмова, важка й неприємна тема;
- 16) гасіння чи відкладання цигарки – період максимального напруження;
- 17) занадто часте збивання попелу з цигарки – тяжкий внутрішній стан, нервозність;
- 18) нахил голови набік – пробудження інтересу;
- 19) швидкий нахил чи поворот голови убік – бажання висловитися;
- 20) постійне відкидання волосся з лобу – занепокоєння;
- 21) явне бажання обіпертися на щось чи доторкнутися до чогось – відчуття складності та неприємності моменту, нерозуміння того, як виплутатися з ситуації, що склалася (будь-яка опора підвищує впевненість у собі).

За рекомендаціями американського фахівця з мистецтва красномовства Ф. Снелла, для забезпечення успішності промови ораторові важливо дотримуватися таких правил:

1. Близько 90 % жестів слід робити вище пояса. Жести, що робляться руками нижче пояса, часто мають значення невпевненості, невдачі.
2. Лікті не повинні знаходитися ближче, ніж на 3 см від корпусу. Менша відстань символізує слабкість вашого авторитету.
3. Пальці рук мають зайняти таке положення, немовби ви тримаєте грейпфрут. Невизначений стан долонь символізує відсутність сили та здатності вести за собою.
4. Жестикулюйте обома руками [82].

Зрозуміло, що питання стосовно можливості використання тих чи інших жестів розв'язується на підставі аналізу реальної ситуації, яка передбачає визначення стилю комунікативного акту, характерних особливостей його учасників тощо. Очевидно, що, наприклад, під час офіційних переговорів занадто активна жестикуляція, дружні жести будуть недоречними. За таких умов про істинні переживання партнерів звичайно дізнаються лише, проаналізувавши їхні невербальні вияви.

Цілеспрямоване оволодіння мовою жестів дає змогу не лише краще розуміти інших партнерів комунікативного акту, але й самому вміло використовувати їх для того, щоб справити приємне враження на оточення, результативно досягати поставленої комунікативної мети. При цьому насамперед необхідно забезпечити невимушеність, сприманість і доцільність жестів.

Важливу інформацію про внутрішній стан людини можна також отримати на підставі аналізу статичного положення її тіла. Досвідчені оратори вміють добре приховувати свої емоції за допомогою моделювання нещирих виявів міміки й жестів, але навіть вони не завжди пам'ятають про те, що в поставі також відбиваються справжні переживання особи.

***Постава** – звичне положення тіла людини під час сидіння й ходіння, характерна манера триматися.*

Положення тіла може демонструвати:

- 1) почуття впевненості в собі й зверхності над іншими (руки закладені за спину, голова високо піднята, підборіддя виставлене або лише руки з розведеними ліктями заведені за голову);
- 2) готовність до активних дій, агресивність, прагнення відстоювати власну позицію до кінця (корпус поданий уперед, руки на стегнах або великі пальці рук закладені за пояс чи в прорізи кишень);
- 3) відчуття неповноти контакту з партнером (стояння, спираючись руками на стіл чи стілець);
- 4) довіру (несхрещені кінцівки й розстебнутий піджак);
- 5) скептичну захисну настанову (схрещені кінцівки);
- 6) готовність зіскочити будь-якої миті, щоб піти чи діяти в тій ситуації, що виникла, або спроба зняти накопичене напруження (сидіння на краю стільця);
- 7) «відключення» від розмови (закидання ноги на ногу зі схрещуванням рук на грудях);
- 8) втрату уваги до розмови, зневажання оточення (закидання ніг на поруччя крісла);
- 9) стримування несхвального ставлення, переляк чи хвилювання, спроба самоконтролю, негативний захисний стан (схрещені щиколотки ніг);
- 10) явне бажання перервати розмову й піти (у положенні сидячи чи стоячи орієнтація ніг на вихід);
- 11) внутрішнє занепокоєння, напруження (часта зміна поз, метушливість);
- 12) сигнал про те, що рішення прийнято, бесіда набридла чи щось здивувало, шокувало (вставання);
- 13) розчарування й бажання приховати негативне ставлення (зціплення пальців рук);
- 14) гру з партнером у «кішки-мишки», намагання приховати свої справжні наміри (руки спираються ліктями на стіл, а їхні зап'ястя розташовані перед ротом);
- 15) нудьгу (підпримування голови долонею);
- 16) зацікавленість (пальці стиснуті в кулак, розташовані під щокою, але не служать для опори голови);

- 17) знак дещо криптичної оцінки (підпирання великим пальцем підборіддя);
- 18) замасковану нервозність (охоплювання свого келиха двома руками);
- 19) позитивний настрій (випускання диму від цигарки догори);
- 20) негативний настрій (випускання диму від цигарки вниз).

Оптимальною позою для публічного виступу вважається така, коли оратор стоїть прямо, ноги розставлені на 15-30 см. Ліва нога виставлена вперед і прохи зігнута, а права нога виступає як опора. Голова прохи нахилена вперед. Обличчя повернуто до аудиторії. Тіло добре збалансоване. Руки готові до жестикуювання (А. Панфілова, Н. Тимченко[57; 84]).

Доцільно звернути увагу й на те, що між стилем ходи людини та її характером також існує взаємозв'язок. Так, люди, які ходять швидко, розмахуючи руками, відзначаються активністю, вони готові негайно докласти зусиль для досягнення поставленої мети. Особи, які ходять повільно, є більш розсудливими, помірними у своїй поведінці й діях. Індивід, який звичайно тримає під час ходи руки в кишенях, відзначається криптичністю й наявністю потайних думок, а той, що тримає руки на стегнах, – здатний до ефективної, але недовготривалої праці, адже його раптові вияви енергії змінюються такими ж раптовими етапами пасивності.

Важливим компонентом невербальної комунікації є *просодичні засоби*. До основних характеристик голосу фахівці (С. Дорошенко, І. Зязюн, В. Чихаєв [26; 55; 86]) зараховують такі: гучність, темп (швидкість), висота, і тембр.

Так, *гучність голосу* вказує на те, голосно чи тихо людина промовляє слова. Зрозуміло, що залежно від мети та змісту промови голос особи може набувати різної гнучкості. У різних приміщеннях один і той самий голос теж може сприйматися як більш чи менш гучний.

Однак спостереження за звичайною для індивіда гучністю голосу та його змінами дає змогу встановити певні характерні особливості людини. Так, значна гучність промови вважається показником упевненості людини в собі, його життєвої енергійності. Різкі зміни в гучності голосу є сигналом підвищеної емоційності, хвилювання, співпереживання іншим людям. Слабка гучність голосу, на тлі якої виникають певні нерегулярні коливання, демонструє недостатню стійкість, наполегливість.

Спостерігаючи за *темпом* мовлення особи можна зробити такі висновки: якщо людина говорить швидко — вона відзначається високою енергійністю, ініціативністю, але її рішення достатньо імпульсивні, невважені; якщо говорить повільно — є людиною пунктуальною, розсудливою, яка докладно обмірковує кожний крок. У свою чергу, надмірно повільне мовлення є сигналом пригніченого стану, пихатості чи втоми особи. Жваве мовлення є ознакою впевненої в собі, рухливої особистості. Підвищення швидкості мовлення говорить про те, що оратор захопився проблемою. Порушення ритму є сигналом несміливості, невпевненості людини в собі. Жваве, «стрибкоподібне» мовлення на тлі надмірної жестикуляції свідчить про квапливість, збудженість індивідуума, його некерованість.

Коливання у швидкості мовлення є також показником легкої збудливості оратора, недостатньої врівноваженості. Сповільнення темпу мовлення говорить про те, що людина замислилася, втрапила впевненість.

За ясним і чіпким вимовлянням слів можна зробити висновок про високу внутрішню самодисципліну людини. Нерозбірливе вимовляння є показником неповаги до співрозмовника.

За *висотою* голосу людини також можна дізнатись про ті почуття, які вона переживає. Так, у разі схвилювання чи переляку голос стає більш високим та пронизливим. Низький тон голосу людини є ознакою спокою й почуття власної гідності.

На сприйняття промови людини впливає й *тембр* її голосу, а також емоційне забарвлення його звучання. Так, «металеве» звучання голосу свідчить про енергійність, твердість його носія. «Єлейний», «масляний» голос видає підлабузника. Зміна в широкому діапазоні висоти й мелодійності голосу свідчить про відкритість, різноманіття інтересів людини. Падіння голосу наприкінці кожної фрази свідчить про її слабку волю й м'якість.

Вайлуватого-уриvistого мовлення з раптовими змінами в гучності голосу означає, що людина цілеспрямована, з прагматичним мисленням, але має схильність до авторитаризму. Плавна манера говорити з м'якими переходами між словами є показником глибокого, повного в емоційному плані життя особи.

Важливим аспектом невербальної взаємодії є також те, як особа вимовляє слова, тобто такі характерні особливості, як *інтонація, модуляція* голосу, *плавність* мовлення тощо. Аналіз різних параметрів голосу й манери мовлення суттєво впливає на розуміння людини. Людина реагує на інтонацію навіть сильніше, ніж на слова, оскільки від інтонації одна й та сама фраза може набутися зовсім інших смислових відтінків.

Ураховуючи значущість характерних ознак голосу для його сприймання іншими людьми, кожному фахівцеві важливо постійно розширювати діапазон своєї інтонаційної виразності та свідомо використовувати інші вищезазначені властивості голосу й мовлення, а також учитися адекватно «розшифровувати» аналогічні сигнали в партнерів по комунікації. Однак слід пам'ятати, що людина може спеціально їх змінювати, щоб із певною метою ввести співрозмовника в оману. З історії відомий такий приклад: розумний, талановитий дипломат і політик Ш. М. Талейран використовував «мовленнєву маску» людини, яка вимовляє слова тихо, нерозбірливо, «ковтаючи» їх закінчення. Добре усвідомлюючи, що таку особу зрозуміти складно, він отримував для себе певний «козир»: можливість у разі необхідності відмовлятися від певних своїх висловлювань із поясненням, що його неправильно зрозуміли.

Одним із невербальних виявів людини є *сміх*. Він може звучати щиро, лагідно, «сердечно» й свідчити про те, що людина є уважним і приємним співрозмовником. Надто голосний, грубий, металевий сміх є ознакою невихованості особи. Як доведено, щирий, доброзичливий сміх у багатьох випадках може зняти психологічне напруження, покращити відносини між людьми. Однак важливо пам'ятати, що високоморальна особистість ніколи не буде насміхатися над іншими людьми. Сміх має завжди бути доречним.

Елементом невербальної комунікації є також *паузи* (періоди мовчання). Виділяють мовленнєві паузи двох типів: обов'язкові, присутні в будь-якому висловленні й зумовлені його змістом, і необов'язкові, що з'являються за волею оратора. Перші з них – обов'язкові паузи – поділяються на мовленнєві (їх поява відповідає законам мови) й немовленнєві (так звані паузи коливання). У свою чергу, необов'язкові паузи можуть зв'язатися в промові людини навмисно (цілеспрямовано) й ненавмисно.

Навмисні паузи – це паузи ситуативного, психологічного плану. Поряд із розв’язанням інших завдань вони дають змогу ораторові засвідчити продуманість, виваженість своєї промови, привернути увагу слухачів до певного важливого питання, надати їм можливість осмислити його ідеї й висловити свою думку.

Виступ нерідко містить і паузи іншого плану – паузи хезитації (паузи коливання), які виникають неусвідомлено, тобто як результат появи в особі сумніву, нерішучості, певних ускладнень, що з’явилися в процесі продукування висловлювання. Появу таких пауз можуть спровокувати різні чинники: лексичні, лексико-семантичні, психолінгвістичні, соціолінгвістичні тощо.

Пауза хезитації, з одного боку, відіграє позитивну роль, адже вона дає час ораторові спланувати подальшу організацію висловлювання, покращити контакт з аудиторією тощо. З другого, – вона виконує негативну роль, оскільки відволікає увагу адресата від повідомлення, ускладнює його розуміння тощо. Більше того, часті або надмірні за тривалістю паузи провокують у реципієнтів замішання, роздратованість, почуття тривоги, а як наслідок – якість комунікації значно знижується.

На успішність комунікативного акту впливають також засоби, які пов’язані з *проксемікою*, зокрема відстань між його учасниками. Як відомо з наукових джерел (В. Біркенбіл, А. Піз [13; 63]), відстань до 46 см охоплює інтимну зону людини, у цю зону вона добровільно пускає лише найбільш близьких їй осіб. Відстань від 46 см до 1,2 м – це особиста зона, у ній звичайно реалізується взаємодія між родичами, друзями, співробітниками. Третя зона має назву зони соціального спілкування, вона охоплює територію від 1,2 м до 3,6 м. На такій відстані відбувається звичайно ділова взаємодія з малознайомими людьми. Остання зона – це загальнодоступна зона, вона починається від 3,6 м. На такій відстані людині комфортно звертатися до групи людей.

Під час комунікації взаєморозташування людей зумовлюють різні чинники: стиль, мета комунікативного акту, соціальні статуси адресата й адресанта, їхні рольові відносини, вік і стать кожного учасника, моральні норми, національні традиції тощо. Упорядкування іншої людини

в інтимну зону особи без її дозволу може викликати в останньої не лише негативні емоції, а навіть різке обурення. Однак у реальному житті межі цієї зони можуть варіюватися залежно від різних зовнішніх і внутрішніх чинників. Наприклад, людина вимушена миритися з перебуванням інших людей в інтимній зоні в тому разі, коли вона знаходиться в наповненому міському транспорті чи ліфті. Це були приклади чинників зовнішнього плану. До внутрішніх чинників належить, наприклад, ступінь близькості людини з особою, що вторглася в її інтимну зону. Психологами доведено, що межі інтимної зони залежать також від статусу людини, з якою відбувається комунікація, та настрою суб'єкта комунікації в конкретний момент, що суттєво впливає на її відчуття безпеки.

Про негативну реакцію внаслідок порушення меж території людини, особливо її інтимного простору, можна дізнатись за певними сигналами. Наприклад, про бажання відійти або взагалі віддалитися від партнера по комунікації свідчать такі зовнішні вияви:

- неспокійне вертіння на стільці;
- закидання ноги на ногу;
- поворот тулуба вбік;
- опора на руки з наміром піднятися;
- постукування пальцями (сигнал внутрішньої привоги);
- заплющування очей (показує, що особа на неусвідомленому рівні не хоче бачити порушення її особистого простору);
- опускання підборіддя, захист шиї, підняття плечей як захист від небажаного вторгнення;
- хапання олівців і повертання їх вістрям убік «нападника».

Очевидно, що оратор має з повагою ставитись до психологічних меж кожної особистості. Це диктує необхідність дотримання ним такої фізичної відстані під час комунікативного акту, яка є найбільш доцільною для розв'язання поставлених завдань і найбільш комфортною для його суб'єктів. Крім відстані, особа, яка організовує комунікацію з іншими людьми, має вміти забезпечувати оптимальне їх взаєморозташування.

Наприклад, коли передбачається, що комунікативний процес буде відбуватися за столом, важливо продумати, як розмістити його учасників. Це завдання звичайно розв'язують з урахуванням поставленої мети комунікативного акту чи для забезпечення зручності для людей. У науковій літературі (А. Піз [63]) виділяють чотири види розташування людей за столом.

1. *Кутове розміщення.* Така позиція дає змогу забезпечити постійний контакт очей та умови для вияву інших невербальних сигналів партнерів по комунікації. Кут столу, виступаючи в такій ситуації частковим бар'єром, дозволяє відчувати кожному з партнерів взаємодії більшу захищеність.



2. *Кооперативна позиція (позиція співробітництва).* Таке розміщення людей передбачає, що вони знаходяться поруч. Відсутність столу, який сприймається як зовнішній бар'єр, допомагає встановити більш довірливі стосунки між особами, забезпечити краще взаєморозуміння, створити умови для спільного вивчення письмових документів чи інших матеріалів, необхідних для відпрацювання спільного рішення.

3. *Конкурентооборонна позиція.* Учасники комунікативного акту знаходяться за столом один перед одним. Наявність бар'єра у вигляді столу створює загальну атмосферу протистояння, де кожний жорстко обстоює свою позицію. Таке місце розташування загалом не сприяє досягненню взаєморозуміння.

Однак описане вище розміщення людей може зумовлюватися іншими причинами, наприклад, відображенням відносин субординації. Так, розташування учасників переговорів за столом один напроти одного свідчить про їх рівноправність. Перебування за столом один напроти одного може бути також зумовлене діловими цілями. Наприклад, усна відповідь студента викладачеві на іспитах передбачає звичайно саме таке розташування цих людей.

4. *Незалежна позиція.* Якщо учасники комунікації за власним бажанням сідають по діагоналі столу, то це свідчить про їхню незацікавленість у питаннях, що обговорюються. Таке розміщення дає змогу з самого початку розмови зробити висновки про їхнє небажання докладати зусиль для розв'язання окреслених питань.

Враховуючи, що визначення оптимальної відстані й позиції є важливою передумовою для успішного здійснення комунікативного процесу, не менш обдуманому комунікантам слід підходити й до тактильних рухів як аспекту дистантної поведінки: рукостискання, поплескування, поцілунків, дотиків, прогладжувань тощо.

Зрозуміло, що інтенсивність і частота тактильних рухів значно відрізняється в представників різних етносів і культур, а також у людей різного віку, статі, статусу й пилу особистості. Проте вони дають змогу отримати різноманітну інформацію про емоційний стан людей і характер взаємодії. Психологами виділено такі види дотиків:

- професійні, зумовлені фаховою діяльністю (актори, лікарі та ін.);
- протокольні (ритуальні) (рукостискання під час зустрічі чи прощання, дипломатичні поцілунки тощо);

- приятельські, що відображають особистісні відносини між людьми [74].

Доцільність використання тактильних засобів у комунікативному процесі визначається не лише моральними й культурними нормами, але й специфікою кожної окремої ситуації. Наприклад, якщо викладач-чоловік під час проведення лекції спробує доторкнутися до плеча студентки, це звичайно викличе в ній негативну реакцію. Але якщо в дівчини трапилося нещастя, вона плаче, то такий дотик у поєднанні з відповідними словами втішання буде абсолютно доречним.

Що стосується ольфакторної системи як компонента невербальної комунікації, то порівняно з іншими складниками вона досліджена в науковій літературі менше. Загалом природні запахи в сучасній культурній спільноті вважаються небажаним явищем. Якщо під час взаємодії партнери відчують від когось із них природний запах тіла, то це сприйматиметься як показник його невихованості й санітарно-гігієнічної необізнаності.

З метою набуття сучасною людиною приємного штучного запаху активно використовуються різні парфуми. Їх використання відповідно до сучасних правил етикету є важливим показником загальної культури особи. Водночас запах є важливим інформаційним компонентом невербальної взаємодії з нею. Незважаючи на те, що запахи партнери по комунікативному акту сприймають частіше неусвідомлено, уявлення людини про іншого комунікатора як особистість і як професіонала формуються під значним впливом саме від використаних ним парфумів.

Цей факт підтверджують і результати психологічних досліджень (Є. Рихлевська [70]). Відповідно до одного з них, жінкам запропонували описати, яке враження в них склалося від чоловіків, котрі знаходилися з ними у створеній для експериментальної роботи групі. Усі чоловіки були приблизно одного віку й мали схожу за виразністю зовнішність, однак вони використовували різні парфуми. Як було встановлено, думки багатьох жінок збіглися: вони віддали перевагу одним і тим самим чоловікам. Висловлюючи свою думку, жодна з них не згадала про запах. Вони пояснювали свій вибір тим, що обрані чоловіки здавалися їм більш креативними, активними, комунікативно компетентними тощо.

Схарактеризовані та інші компоненти невербальної комунікації є важливим складником існування людини як соціальної істоти. Усвідомлення людиною особливостей власної системи невербальної комунікації є необхідною передумовою для того, щоб навчитися успішно керувати власними невербальними виявами, намагатися, щоб передавання невербальних сигналів сприяло адекватному розумінню людьми висловленої ідеї. Опанування компонентів невербальної комунікації важливе й для забезпечення кращого розуміння оточення. Адекватне інтерпретування реакцій слухачів допомагає ораторові вносити своєчасні корективи в зміст своєї промови та стиль поведінки. Лектори називають це «чуттям аудиторії».

#### 1.4. Підготовка оратора до виступу

У працях із питань формування ораторського мистецтва (В. Кан-Калік, Д. Карнегі, Н. Михайличенко, Н. Ольшанська, А. Савостьянов, Г. Сагач, В. Семиченко, М. Тимченко, В. Чихаєв, Ф. Хміль [29; 32; 51; 71; 75; 84; 86; 88] та ін.) зазначається, що підготовка оратора до промови починається з чіткого визначення її *теми, мети та специфічних особливостей аудиторії*, перед якою планується виступ. На основі осмислення цих аспектів і опрацювання різних джерел з обраної проблеми розробляється зміст виступу, який звичайно відображається на папері або в повному його обсязі, або у вигляді коротких тез. Причому особам, які не мають великого досвіду публічних виступів, рекомендується використовувати саме перший із запропонованих способів, адже текст виступу дає змогу більш чітко й лаконічно викласти свої думки.

Для встановлення контакту зі слухачами важливо продумати звернення до них. Воно має відображати повагу до аудиторії, враховувати її особливості, але водночас і не бути «сірим», невиразним. Можливими варіантами звернення можуть бути такі: «Шановні колеги!», «Дорогі друзі» тощо.

На наступному етапі підготовки до промови доцільно продумати, як заволодіти увагою слухачів на самому початку своєї промови. Із цією метою можна використовувати такі прийоми:

1. *Використання риторичного питання.* Доречно підібране питання одразу ж привертає увагу слухачів до оратора й допомагає зорієнтувати їхні думки в потрібному напрямі.
2. *Читання газетних заголовків.* Звичайно журналісти, майстерно володіючи словом, підбирають до своїх статей ємні заголовки і такі, що інтригують. Використання їх на початку виступу також дає змогу пробудити в аудиторії зацікавленість.
3. *Драматизація.* Образно описуючи певну подію, оратор допомагає слухачам уявно опинитися в центрі цієї події, задіявши не лише свідомість, але й емоційну сферу. У такому разі промова починає набувати для них особистісного сенсу.
4. *Моделювання різних варіантів розв'язання проблеми з одночасним зіставленням позитивних і негативних наслідків реалізації кожного з них.* Звичайно складні наукові, професійні чи життєві проблеми не мають однозначно розв'язання. Пропонуючи різні варіанти розв'язання й аналізуючи їхні наслідки, оратор таким чином залучає слухачів до активного обговорення цієї проблеми, стимулює їх до пошуку власних аргументів чи контраргументів спосовно кожного можливого способу дій.
5. *Опис цікавої пригоди чи інші короткі розповіді.* Вони також спрямовані на образний виклад інформації, що дає змогу оживити увагу аудиторії.
6. *Використання експресії.* Такий прийом, зорієнтований на використання незвичних, неочікуваних фраз, допомагає створити образи подій, які надовго залишаються в пам'яті людини.
7. *Наведення прикладів про власні помилки.* Коли лектор тимчасово відходить від офіційного стилю своєї промови й довірливо розповідає аудиторії про свої власні помилки чи неправильні погляди, які були виправлені ним під впливом якоїсь авторитетної для нього людини, це вносить елемент неформальності в його стосунки з аудиторією, і як наслідок – дає змогу встановити більш довірливі стосунки з людьми й переконати їх у тому, що помилки треба не приховувати, а намагатися своєчасно виправляти.

8. *Прогнозування.* Під час виступу оратор моделює подальший розвиток певного процесу чи явища. У такому разі слухачі, які є немовби співавторами прогнозу, з інтересом стежать за процесом прогнозування.

9. *Провокація.* Для стимулювання активності слухачів можна спробувати почати свій виступ з опису ідеї, думки, які, без сумніву, викликають незгоду слухачів. Це провокує їх активно вступити в дискусію й висловити свої думки спосовно питання, яке обговорюється.

10. *Несподіваність.* Прийом передбачає використання оратором неочікуваної, невідомої, але цікавої для слухачів інформації. Це викличе в них бажання більш докладно ознайомитися з нею.

11. *Гіпербола.* Використання прийому перебільшення на початку промови, наприклад для розкриття суттєвих взаємозв'язків певних процесів чи явищ, також дає змогу привернути увагу слухачів. Пізніше треба своєчасно відійти від гіперболи й пояснити реальну картину речей.

12. *Використання образного ряду.* Яскраві образи не лише підвищують увагу, але й надовго залишаються в пам'яті.

13. *Декламування цитат відомих осіб, прислів'їв, афоризмів.* Такий прийом дає змогу за допомогою використання ідей авторитетних людей чи зразків народної мудрості підкріпити власну думку й зробити її більш наочною для слухачів. М. Монтень казав: «Якщо я цитую інших, то лише для того, щоб краще подати свою власну думку».

14. *Повторення.* Під час промови ораторові важливо враховувати, що висловлені ним ідеї не завжди одразу стануть зрозумілими для слухачів, іноді для цього потрібен певний час. Для забезпечення кращого усвідомлення аудиторією своїх думок лекторові доцільно використовувати різні види повторів: дослівний, частковий, розширений. Причому важливо контролювати, щоб повторення фрази було доречним і не забирало багато часу.

15. *Заклик.* Виявляється через активне звернення до людей, причому має звучати щиро й переконливо.

16. *Протиставлення.* Думка, що містить протиставлення, має бути ясною й вираженою. Прикладом використання протиставлення як прийому може бути опис такого випадку: у часи

свого керівництва М. Хрущов в одному зі звернень до американців заявив, що їхні онуки в майбутньому стануть комуністами. Швидко відреагувавши, Ніксон відповів М. Хрущову: «Навпаки, містер Хрущов, ми сподіваємося, що ваші онуки будуть жити вільно».

Вважається не дуже вдалою спроба починати свою промову з опису якось смішної ситуації, адже на початку зустрічі складно зорієнтуватися, чи мають люди, які сидять в аудиторії, почуття гумору. І зовсім недоречною є така ситуація, коли оратор на початку своєї промови ставить слухачів перед фактом, що він погано підготовлений до виступу. Якщо його слова є правдою — люди пізніше це й самі зрозуміють. Якщо такі слова є спробою підвищити свій рейтинг як фахівця, то вона є невдалою, бо слухачі прийшли почути цікаве повідомлення, а не слухати зізнання оратора, які свідчать або про його професійну непридатність, або про несумлінне ставлення до справи та неповажливе ставлення до аудиторії.

Після того, як текст виступу підготовлений, ораторові рекомендується кілька разів промовити його вголос, причому спочатку слід читати його дослівно, а потім розповідати своїми словами з використанням конспекту, супроводжуючи декламування тексту відповідними невербальними сигналами. По-перше, це дозволить покращити якість самого виступу, зробивши його більш цілісним, логічним і виразним за рахунок додавання під час «репетицій» нових доречних лексичних засобів й одночасно прибираючи ті з них, які себе не виправдали. По-друге, під час декламування підготовленої промови можна чітко перевірити її часові межі. А по-третє — це дозволить ораторові набутися більшої впевненості в успішності своєї промови.

Як відомо, початківці часто відчувають сильний страх перед виступом. У такому разі рекомендується ретельно проаналізувати причини цього страху, а потім знайти відповідні заходи, які допоможуть його позбутися. Найбільш типовими причинами появи в людини страху перед виступом є такі:

- брак ораторського досвіду;
- прогнозування помилкової оцінки слухачів;
- недооцінка власних можливостей;
- надмірне заглиблення у власні переживання;

- спогади про «провальний» виступ у минулому.

Кожна з цих причин вимагає застосування адекватних дій. Так, у разі браку ораторського досвіду людині важливо використовувати будь-які ситуації для його накопичення: брати участь у різних обговореннях на роботі, виступати з промовами перед родичами тощо. Ліквідування другої причини передбачає зміни в самосприйнятті слухачів, самопоясненні й самонавіюванні, що люди приходять на виступ не з криптичною настановою знайти недоліки в промові, а отримати нову цікаву для них інформацію. Для позбавлення від третьої причини – недооцінки власних можливостей – особі треба сконцентруватися на своїх сильних сторонах як лектора, систематично повторюючи собі, що висока якість підготовленої промови обов'язково зацікавить слухачів. Дією проти надмірного заглиблення людиною у власні переживання є переведення уваги на більш важливі моменти: на зміст промови та вибір оптимальних комунікативних засобів, які дають змогу адекватно транслювати свої думки слухачам. Для опанування страху, спровокованого минулим невдалим виступом, необхідно уважно проаналізувати допущені в тій ситуації помилки, щоб не припускатися у їх майбутньому, а головне – навчитися сприймати цей випадок як одну зі сходинок на шляху оволодіння ораторською майстерністю. Як говориться в прислів'ях, «На помилках вчаться», «Не робить помилок тільки той, хто нічого не робить».

Не менш важливим елементом підготовки лектора до майбутнього виступу є обдумування й відпрацювання кінцівки свого виступу. Звичайно час наприкінці своєї промови оратори використовують для того, щоб:

- підбити підсумки;
- запропонувати своє розв'язання певної проблеми;
- спрогнозувати можливі перспективи подальшого дослідження окреслених питань;
- навести доречну цитату відомої особи.

Ораторові важливо також пам'ятати, що його сприйняття аудиторією починається ще до того, як він зрозпочне свій виступ, адже перше враження від людини створюється на візуальній основі. Тому ораторові необхідно добре продумати свій зовнішній вигляд і поведінку ще до презентації себе перед слухачами. Зі смаком підібраний одяг, красива постава, спокійна й

упевнена хода, легка посмішка на обличчі є необхідними передумовами того, щоб справити приємне враження на людей.

Під час підготовки до виступу важливо також прорепетирувати, як буде закінчуватися промова та як слід попрощатися зі слухачами. Оскільки заздалегідь складно спрогнозувати, якою буде їхня майбутня реакція, доцільно продумати кілька різних кінцівок свого виступу. Однак у будь-якому разі необхідно подякувати аудиторії за виявлену увагу й активну участь в обговоренні.

### 1.5. Техніка публічного виступу

Перед початком своєї промови ораторові важливо організувати психологічний контакт зі своїми слухачами. Для цього рекомендується впевнено увійти в аудиторію, стати за кафедру, а потім уважно й доброзичливо окинути поглядом людей, які сидять перед ним.

Враження слухачів від оратора передусім залежить від його зовнішньої привабливості, артистизму, вільності та природності рухів, невимушеності. Тому кожній людині, котра виступає перед слухачами, важливо пам'ятати такі поширені в театральному середовищі слова: «Про майстерність акторів можна робити висновок за тим, як вони виходять і як сходять зі сцени», «Чим більш видаєним є актор, тим більшу паузу він може примати». Науковцями також встановлено, що популярність оратора безпосередньо залежить від гармонійного поєднання таких двох аспектів: з одного боку, здатності бути завжди самим собою, потреби в розкритті власної індивідуальності під час промови, відсутності бажання копіювати слова чи дії інших людей, а з другого – чітке дотримання меж експресивності в поведінці.

Після невеликої паузи, яка допомагає слухачам психологічно налаштуватися на сприйняття інформації, оратор може починати виступ. Фахівці з красномовства (А. Панфілова, Н. Семечкін, М. Тимченко [57; 74; 84] та ін.) рекомендують під час промови дотримуватися таких правил:



- не читати перші фрази з аркуша (вони мають супроводжуватися зоровим контактом з аудиторією);
- не зловживати надто довгими реченнями, які складно сприймаються на слух;
- не вживати безособових речень, які створюють враження про байдужість оратора до того, про що він говорить;
- не перевантажувати виступ іншомовними словами чи науковими термінами, які можуть бути незрозумілими для слухачів;
- не говорити надто довго;
- не набридати повчаннями;
- не описувати особисті проблеми;
- не піддаватися під час промови поганому настрою;
- не відхилятися у виступі від попередньо означеної теми;
- не займатися марнослів'ям, коли за красиво оформленими в промові словами ховається її низька змістовність;
- не сваритися з аудиторією.

Під час виступу необхідно постійно підтримувати контакт з очима аудиторії, що допомагає не тільки більш ефективно переконувати людей у правильності своїх ідей, але й постійно контролювати реакцію слухачів на свою промову, за необхідністю вносячи до її змісту певні корективи. Якщо аудиторія є великою за розміром, важливо охоплювати поглядом людей у різних секторах приміщення, погляд періодично переводити зі слухачів в одному її секторі до інших. Причому погляд має бути прямим, щирим, упевненим і відкритим.

Фахівці з проблеми комунікації стосовно манери виступу пропонують такі поради:

- говорити чітко, ясно, у помірному темпі;
- дотримуватись у промові норм літературної мови;
- урахувати специфічні особливості аудиторії;
- підкріплювати виступ відповідними жестами й іншими доречними невербальними виявами.

Нерідко складається ситуація, коли аудиторія, сприймаючи на слух кожне слово оратора й добре розуміючи його, не здатна зрозуміти зміст висловлювання в цілому. Це пояснюється тим, що сприймання промови відбувається через усвідомлення слухачами смислових зв'язків і відношень, які існують між частинами та сторонами цього змісту. Нездатність оратора відобразити необхідну логіку у звучанні фраз порушує процес їх розуміння. Це значно погіршує якість виступу.

Щоб адекватно доносити до слухачів суть повідомлення, кожний оратор має оволодіти вміннями правильно будувати логічну перспективу процесу свого мовлення. Як свідчать результати наукових досліджень (В. Чихаєв [86]), серед найбільш поширених помилок, яких припускається недосвідчений оратор у своєму виступі, можна виділити такі:

- наявність численних пауз, поява яких зумовлена не логікою змісту повідомлення, а нездатністю людини правильно розподілити свій подих на фразу або знайти доречні слова для вираження своєї думки;
- здійснення випадкових логічних наголосів у промові або встановлення акцентів не лише на основних, але й на другорядних словах;
- відсутність інтонаційного зв'язку між окремими частинами фрази.

Для ліквідації цих недоліків людині необхідно чітко продумати логічну структуру свого виступу й підібрати відповідні мовленнєві прийоми, які дозволяють адекватно відобразити цю структуру в усній мові. У промові необхідно робити наголос лише на ті слова, які беруть на себе основне смислове навантаження в тексті, водночас не допускаючи виділення різними засобами другорядних за значенням слів, адже це порушує розуміння змісту фрази.

Для того, щоб під час промови виділити окремі слова, не обов'язково робити на них голосовий написк. Виділити такі слова у виступі можна більш доречними для кожної конкретної комунікативної ситуації способами: за допомогою пауз, зміни ритму чи мелодійного малюнка мовлення тощо. Кожному ораторові необхідно також засвоїти такі логічні правила мовлення:

- 1) якщо фраза містить протиставлення, то під час промови виділяють обидва слова, котрі протиставляються;

- 2) у разі сполучення в усній мові двох іменників, один із яких має родовий відмінок, наголосом виділяється той із них, який стоїть у родовому відмінку;
- 3) завжди робиться однаковий наголос на однорідні члени речення;
- 4) під час мовленнєвого процесу звичайно не робиться акцент на прикметник, якщо ж треба виділити саме це слово – слід використати інверсію (змінити порядок слів у фразі); якщо до слова відноситься кілька прикметників, то виділяють усі з них, крім останнього, який в усній мові інтонаційно зливається з тим словом, яке він визначає;
- 5) під час порівняння важливо інтонаційно виділяти те, із чим зіставляється предмет, а не сам предмет порівняння;
- 6) логічний наголос не робиться на частки мови «не» й «ні», які мають інтонаційно зливатися з назвою відповідного предмета, саме це слово й бере на себе інформаційний акцент.

Не менш важливою вимогою до мовлення є чітке смислове групування слів навколо логічних центрів, тобто тих слів, на які робиться логічний наголос. Скомпоновані в смислові групи слова отримали в науковій літературі назву мовленнєвих тактів. Такі такти під час процесу мовлення відділяються між собою паузами, які називаються логічними паузами. Оскільки довгі речення звичайно включають кілька мовленнєвих тактів, необхідно також продумати, котрі з логічних наголосів є головними, а які – другорядними. Це допомагає чіткіше відобразити в усній мові перспективу розгортання певної думки.

Для оратора-початківця корисно заздалегідь на папері позначити всі основні й другорядні логічні наголоси та паузи в тексті виступу, а потім кілька разів прочитати його із дотриманням позначок. Це допоможе під час виступу перед аудиторією уникнути можливих помилок чи непочностей під час промови.

Для того, щоб зробити свій виступ більш вільним, жвавим та зрозумілим для слухачів, важливо періодично змінювати тон голосу. Адже текст монотонного мовлення, у якому відсутня динаміка зміни тону голосу, погано сприймається на слух, що, у свою чергу, не дає змоги ораторові ефективно впливати на людей. Одним з ефективних прийомів підвищення якості

промови є також забезпечення доречних змін у темпі вимовляння фраз, коли більш повільно подається найважливіша інформація.

Підкреслюючи значущість вищезгаданих мовленнєвих прийомів для забезпечення адекватного сприйняття слухачами змісту промови, К. Станіславський писав, що зміст фрази стає зрозумілим лише за умови забезпечення оптимального співвідношення, градації та якості наголосів, а також створення на цій основі адекватних звукових планів і логічних перспектив у процесі поступового розгортання основної ідеї речення [86].

Важливою передумовою для забезпечення ефективності мовлення є також забезпечення логічної перспективи в межах усього виступу. Промова має здійснюватися таким чином, щоб кожний її попередній фрагмент був пов'язаний із наступним, щоб кожна висловлена думка, як говорив М. Сперанський, немовби містила задум тієї ідеї, яка буде висловлена пізніше [86]. Отже, під час мовленнєвого процесу, з одного боку, необхідно дотримуватися логічності в послідовності фраз, зміст яких має бути тісно пов'язаним між собою, а з другого – усі висловлення мають підкорятися основній меті виступу й бути зорієнтованими на її досягнення.

Важливо також робити паузу до та після висловлення найважливіших думок. Необхідність таких пауз пояснюється двома основними причинами. По-перше, психологами доведено, що тиша, яка раптово западає в аудиторії, привертає увагу людей не менше, ніж неочікувані звуки. Тому така пауза стимулює концентрацію слухачів на змісті промови. По-друге, доречні паузи дають змогу слухачам краще зрозуміти те, про що говорить оратор.

Усвідомлюючи, що «технологічні» аспекти виступу суттєво впливають на успішність сприйняття його змісту слухачами, оратор повинен пам'ятати, що досягнення поставлених комунікативних цілей (проінформувати, переконати слухачів у чомусь або закликати їх до певних дій) значною мірою залежить від того, чи вірить він сам у те, що говорить, чи є він чесним перед аудиторією. Об'єктивне висвітлення будь-якої проблеми передбачає, що людина, яка виступає перед аудиторією, ознайомить слухачів з різними існуючими поглядами та концепціями, які можуть суттєво відрізнятися від її власних поглядів на цю проблему.

Причому оратор не має права претендувати на те, щоб тільки його точка зору сприймалася як правильна. Таке явище нерідко спостерігається на практиці, наприклад, на лекційних заняттях у вищих навчальних закладах. Успішно залучити аудиторію до своєї позиції можна лише за допомогою аргументованого підтвердження її переваг над іншими. Навіть якщо лекторові не вдалося переконати слухачів у правильності висловленої ідеї, вони, відчуючи його щирість і чесність, будуть йому більше довіряти в майбутньому. І навпаки, цілеспрямоване перекручування доказів, виявлення неповаги до думок інших людей швидко зруйнує відносини між ним та аудиторією.

Під час виступу в слухачів нерідко виникають питання до оратора. Залежно від специфіки аудиторії, підходи до організації відповідей на ці питання можуть бути різними. Наприклад, у великій аудиторії можна домовитися про те, що запитання передаються лекторові в письмовій формі, на лекції в студентській групі вони, звичайно, формуються усно наприкінці заняття. Деякі лектори відповідають одразу на кілька запитань, які змістовно пов'язані між собою, деякі — відповідають у порядку їх надходження. Якщо оратор не може з певних причин відповісти на якесь запитання, він має вибачитись і запропонувати його авторові зустрітись пізніше, коли він буде готовим дати відповідь.

Однією з проблемних ситуацій, що часто виникають під час виступу молодих недосвідчених ораторів, є неповажливі вигуки чи зауваження з боку окремих слухачів. Іноді це є наслідком їхнього неадекватного ставлення до лектора, іноді вони просто намагаються таким чином привернути до себе увагу. Для розв'язання такої ситуації існують різні способи: «заведення в глухий кут», інтонаційно-сміслові перефразовування зауваження, прийом «так — ні», нейтралізація зауваження, діалектичні прийоми, жарт тощо.

Так, прийом «заведення в глухий кут» може реалізовуватися за допомогою різних варіантів дій: ігнорування зауваження або прохання повторити його більш чітко, пропозиція авторові «вигуків» назватися тощо. Часто така поведінка оратора заспокоює неповажливого слухача.

До інтонаційно-сміслового перефразовування зауваження доцільно звертатися в тому разі, коли більшість аудиторії підтримує промовця. Такий повтор дає змогу показати слухачам необґрунтованість чи навіть недоречність висловленого зауваження.

Застосування прийому «так — ні» виявляється в тому, що оратор коротко відповідає на зауваження «так» чи «ні», а потім продовжує свою промову. Варіантами використання цього

прийому є також такі відповіді: «Я загалом з вами погоджуюсь, але...», «Я не можу погодитися з Вашим зауваженням, тому що...».

Прийом «нейтралізація зауваження» — це коли оратор наполягає на продовженні свого виступу, оскільки зміст зауваження не узгоджується з визначеною для нього темою. Людині, яка висловила недоречне зауваження, він пропонує підійти пізніше для отримання індивідуальної консультації.

Використання різноманітних діалектичних прийомів передбачає, що оратор від зауваження переходить до розкриття подальших перспектив розвитку проблеми чи справи, яка обговорюється. Це дає змогу перевести увагу аудиторії на більш цікаву для них інформацію.

Доречне використання жарту як відповіді на зауваження допомагає ораторові своєчасно зняти напруження, а також повернути аудиторію на свій бік.

Однак особі, яка виступає з промовою, важливо пам'ятати, що під час застосування будь-якого з названих прийомів, неприпустимо від суті зауваження переходити до обговорення його промовця.

Наприкінці виступу інформаційного характеру корисно нагадати основні його ідеї та зробити висновки. Промову спонукального характеру можна вважати ефективною в тому разі, коли слухачі чітко зрозуміли, що вони мають робити далі.

## Практикум

1. Один зі студентів «показує» аудиторії слово, яке він загадав, за допомогою використання невербальних засобів. Інші студенти намагаються це слово відгадати.

2. Два студенти виходять перед аудиторією. Один із них ховає руки за спину, а інший стає позаду та просуває під його руками свої руки вперед. Перший студент починає промову на вільну тему, а другий намагається підкріпити його слова відповідними жестами. Потім група колективно обговорює, наскільки студентам вдалося впоратися із запропонованим завданням.

3. Студенти стають у колону. Перший, повертаючись обличчям до студента, який стоїть за ним, намагається за допомогою виразу свого обличчя «передати» йому певний настрій, другий студент намагається передати цей настрій третьому і т. д. Останній у колоні студент виходить до дошки й показує за допомогою виразу свого обличчя, який настрій йому «передали».

Потім кожний студент висловлює свої думки спосовно того, який же наспрйй йому намагалися «транслявати».

4. Кілька студентів за бажанням виходять до дошки й по черзі за допомогою невербальних засобів зображують когось із їхніх однокласників, використовуючи характерні для того сигнали. Решта студентів намагається вгадати, кого саме зображують біля дошки. Потім група колективно аналізує, хто з «акторів» був найбільш переконливим, демонструючи свої невербальні вміння й спостережливість за своїми однокласниками.

5. Кілька студентів по черзі читають короткий уривок із книги. Решта групи в цей час уважно слухає промовця. Потім обговорюється, чий виступ найбільше сподобався іншим і чому?

#### **Питання для самоконтролю та завдання**

1. Де й коли зародилося ораторське мистецтво?
2. У чому полягала суть ораторського мистецтва в античні часи?
3. Яких відомих ораторів античності Ви знаєте?
4. Яких особливостей набуло мистецтво красномовства в епоху Середньовіччя?
5. Як поява університетів вплинула на розвиток ораторського мистецтва?
6. Опишіть розвиток теорії та практики красномовства в Новітній час.
7. Які зміни в розвитку ораторського мистецтва відбулися в Новітній час?
8. У яких значеннях сучасними науковцями використовується термін «культура мовлення»?
9. У якому разі можна говорити про те, що особистість оволоділа основами культури мовлення?
10. Схарактеризуйте структуру культури мовлення.
11. Визначте й опишіть комунікативні ознаки культури мовлення.
12. Опишіть значення вербальних засобів оратора в процесі його промови.
13. Схарактеризуйте систему невербальної комунікації людини.

14. Як за невербальними виявами людини дізнатися про її емоційний стан?
15. Опишіть послідовність дій людини під час її підготовки до виступу.
16. Визначте основні причини появи в оратора страху перед виступом. Яких заходів йому доцільно вжити, щоб позбавитися цього страху?
17. Схарактеризуйте техніку виступу.
18. Підготуйте виступ на вільну тему й запишіть його на диктофон. Потім під час його прослуховування проаналізуйте, які моменти в промові Вам сподобалися та які недоліки у виступі Ви допустили.
19. Станьте перед дзеркалом і спробуйте виконати різні мімічні рухи: нахмурити лоба, стиснути губи, посміхнутися, здивовано підняти брови тощо. Проаналізуйте, чи легко Вам керувати м'язами свого обличчя? Чи вдалося Вам упоратися із завданням?
20. Пригадайте кілька жестів чи інших невербальних сигналів, які Ви найчастіше використовуєте під час свого виступу перед аудиторією? Спробуйте зобразити ці сигнали перед дзеркалом. Який підтекст ці сигнали мають? Як, на Вашу думку, їх сприймають слухачі? Позитивно чи негативно вони впливають на сприйняття ними змісту Вашої промови?

**Тест «Чи правильно Ви інтерпретуєте жести  
та міміку інших людей?»**

Оберіть із кожного пункту один із варіантів відповіді:

1. Ви вважаєте, що міміка та жести — це:
  - а) спонтанне вираження душевного стану людини в конкретний момент часу;
  - б) доповнення до мовлення;
  - в) зрадницьке виявлення нашої підсвідомості.



2. Чи вважаєте Ви, що в жінок мова міміки та жестів є більш виразною, ніж в чоловіків?

- а) так;
- б) ні;
- в) не знаю.

3) Як Ви вітаєтесь з добримими друзями:

- а) радісно кричите: «Привіт!»;
- б) сердечним рукостисканням;
- в) злегка обіймаєте їх;
- г) вітаєте їх стриманим рухом руки;
- г) цілуєте один одного в щоку.

4. Які прояви міміки та жести, на Вашу думку, мають однакове значення (дайте три відповіді):

- |                          |                       |
|--------------------------|-----------------------|
| а) коли хитають головою; | г) коли морщать лоба; |
| б) коли кивають головою; | г) коли підморгують;  |
| в) коли морщать ніс;     | д) коли посміхаються. |

5. Яка частина тіла є «найвиразнішою»?:

- |            |               |
|------------|---------------|
| а) ступні; | г) кисті рук; |
| б) ноги;   | г) плечі.     |
| в) руки;   |               |

6. Як Ви думаєте, яка частина Вашого обличчя є найвиразнішою (дайте дві відповіді):

- |           |          |
|-----------|----------|
| а) лоб;   | г) ніс;  |
| б) брови; | г) губи; |

- [illegible]

7. Коли Ви проходите уздовж вітрини магазину, у якій видно Ваше зображення, то Ви звертаєте увагу в першу чергу:

- а) на те, як на Вас «сидить» одяг;
- б) на зачіску;
- в) на ходу;
- г) на поставу;
- г) ні на що.

8. Якщо хтось, розмовляючи чи сміючись, часто прикриває рота рукою, у Вашій уяві це означає, що:

- а) йому є що приховувати;
- б) у нього погані зуби;
- в) він чогось соромиться.

9. На що Ви насамперед звертаєте увагу у Вашому співрозмовникові:

- а) на очі;    в) на руки;  
б) на рот;    г) на поставу;

10. Якщо Ваш співрозмовник, розмовляючи з Вами, відводить очі, це для Вас є ознакою його:

- а) нечесності;
- б) невпевненості в собі;
- в) зібраності.

11. Чи можна за зовнішнім виглядом упізнати 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 чоловіки;

б) жінка неусвідомлено дає зрозуміти своє бажання, щоб з нею заговорили;

в) він достатньо самовпевнений, щоб отримати відмову.

13. У Вас склалося враження, що слова людини не відповідають тим сигналам, які можна помітити з її міміки та жестів. Чому Ви більше повірите?

а) словам;

б) сигналам;

в) ця людина взагалі викликає у Вас підозру.

14. Поп-зірка Мадонна транслює публіці сигнали, які мають однозначно еротичний характер. Що, на Вашу думку, за цим приховується:

а) просто фіглярство;

б) вона «заводить» публіку;

в) це вираження її власного настрою.

15. Ви дивитесь на самоті страшну детективну кінострічку. Що з Вами відбувається?

а) я дивлюся абсолютно спокійно;

б) я реагую на те, що відбувається, кожною кліпінкою свого тіла;

в) я заплющую очі в особливо страшних сценах.

16. Чи можна контролювати свою міміку:

а) так;

б) ні;

в) тільки окремі її прояви.

17. У ситуації інтенсивного флірту Ви «висловлюєтесь» переважно:

а) очима;

б) руками;

в) словами.

18. Ви вважаєте, що більшість Ваших жестів:

а) «підглянуті» в когось та завчені;

б) передаються з покоління в покоління;

в) закладені в нас від природи.

19. Якщо в чоловіка є борода, то це є ознакою:

а) його мужності;

б) того, що він хоче сховати риси свого обличчя;

в) того, що цей тип є занадто ледащим, щоб голитися.

20. Багато людей стверджують, що права і ліва сторона обличчя в них відрізняються між собою. Чи погоджуєтесь Ви з цією думкою?:

а) так;

б) ні;

в) тільки в людей похилого віку.

Підрахуйте кількість набраних балів за наведеним нижче ключем до тексту:

Номер питання	Літера питання	Скільки балів	Літера питання	Скільки балів	Літера питання	Скільки балів	Літера питання	Скільки балів	Літера питання	Скільки балів	Літера питання	Скільки балів
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	0	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 балів.** Чудово! Ви має відмінну інтуїцію, здібність розуміти інших людей, у Вас є спостережливість і чуття. Однак ви надто сильно покладаетесь у своїх судженнях на ці якості, слова мають для вас другорядне значення. Якщо Вам посміхнулися, Ви вже готові повірити, що Вам освідчуються в коханні. Ваші «вироки» надто поспішні, і в цьому криється небезпека: можна потрапити «пальцем у небо»! Робіть на це поправку, й у Вас є шанси навчитися чудово розбиратися в людях. Адже це важливо і в роботі, і в особистому житті, чи не так?

**55 – 34 балів.** Вам приносить певне задоволення спостерігати за іншими людьми, і Ви непогано інтерпретуєте їхню міміку та жести. Але Ви ще не зовсім умієте використовувати цю інформацію в реальному житті, наприклад, для того, щоб правильно будувати свої стосунки з оточенням. Ви схильні швидше буквально сприймати сказані Вам слова й керуватися ними. Наприклад, якщо хтось скаже Вам: «Мені з Вами зовсім не нудно», зробивши при цьому кислу мину, – Ви повірите в те, що з Вами весело. Розвивайте інтуїцію, більше покладайтесь на відчуття!

**33 – 11 балів.** Мова міміки та жестів для Вас – «китайська грамота». Вам надзвичайно складно правильно оцінювати людей. І справа не в тому, що Ви на це не здатні – просто не надаєте цьому значення, і даремно! Спробуйте навмисно фіксувати увагу на дрібних жестах людей, тренуйте спостережливість. Пам'ятайте прислів'я: «Тіло – це рукавичка для душі». Трохи розуміти душу іншого – найкращий спосіб самому не потрапити в пастку самотності.

### Тест «Чи вмієте Ви виступати?»

*Інструкція:* Оберіть на кожне питання тесту одну з двох відповідей: «так» чи «ні»:

1. Чи залежить ретельність Вашої підготовки до виступу від складу аудиторії, якщо Ви неодноразово виступали на цю тему?

2. Чи відчуваєте Ви себе після виступу втомленим, чи відчуваєте різке погіршення працездатності?
3. Чи завжди Ви однаково починаєте свій виступ?
4. Чи хвилюєтесь Ви перед промовою настільки, що необхідно докладати активних зусиль, щоб побороти це хвилювання?
5. Чи приходите Ви задовго до початку виступу?
6. Чи потрібно Вам 3-5 хвилин, щоб встановити первісний контакт з аудиторією та стимулювати її уважно Вас слухати?
7. Чи намагаєтесь Ви говорити чітко за підготовленим планом?
8. Чи подобається Вам рухатися під час промови?
9. Чи відповідаєте Ви на записки у міру їх надходження, не групуючи їх?
10. Чи встигаєте Ви під час виступу жартиувати?

*Опрацювання результатів:* за кожен позитивну відповідь нарахуйте собі 2 бали.

*Сума балів означає:*

*понад 12 балів* – Ви вмієте підкорити аудиторію, не допускаєте вільностей у своїй поведінці за трибуною й у промові, однак надто висока незалежність від аудиторії може зробити Вас нечутливим до інтересів слухачів;

*менш ніж 12 балів:* Ви самі підкоряєтесь аудиторії, орієнтуєтесь на її реакцію, але прагнення повсякчас стежити за її бажаннями може призвести до втрати авторитету та зниження ефективності Вашої промови.

## РОЗДІЛ 2\_\_

# СПІЛКУВАННЯ ЯК СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ФЕНОМЕН

### 2.1. Сутність спілкування.

#### Структура процесу спілкування

Успішність людини в будь-яких сферах її діяльності залежить переважно від здатності грамотно організувати процес спілкування.

*Спілкування – це складний багатоплановий процес встановлення контактів між людьми, під час якого виявляються й формуються міжособистісні відносини.*

Як визначив Є. Руденський [69], звичайно в науковій літературі спілкування вивчається з трьох позицій:

- як окремий вид людської діяльності;
- як атрибут інших видів діяльності індивідуума;
- як взаємодія його учасників.

Спілкування може відбуватися як під час безпосереднього контакту осіб між собою, коли вони перебувають на незначній відстані одна від одної, так і за допомогою опосередкованого



контакту, коли використовуються допоміжні засоби: телефон, телеграф, мережа Інтернету тощо. Причому за допомогою спілкування як соціального феномена може відбуватися передача форм культури й соціального досвіду не лише між сучасниками, але й представниками різних історичних епох.

Потреба в спілкуванні поступово сформувалася в процесі суспільно-історичного розвитку людства й пов'язана з відчуттям людською істотою радощів від контакту з іншою особою. Спілкування є також однією з необхідних передумов формування людини як особистості.

Як відомо, маленькі діти, які росли серед тварин і були позбавлені можливості спілкуватися з подібними собі, навіть у разі повернення до людської спільноти залишаються розумово відсталими порівняно зі своїми однолітками. Результати спеціальних досліджень також довели, що за умови утримання дорослих людей в обмеженому просторі протягом тривалого часу у них спостерігалися порушення в процесах сприйняття, мислення, пам'яті тощо. Причому в умовах ізоляції люди звичайно починали розмовляти вголос із собою, іншими живими істотами (комахами, павуками тощо) чи навіть із предметами. Це пояснюється тим, що, перебуваючи поза людською спільнотою й не маючи можливості задовольняти свою потребу в реальному спілкуванні з людьми, особа намагається компенсувати його відсутність за допомогою інших видів спілкування, у тому числі й уявного. Адаже через спілкування людина задовольняє таку суто особисту потребу, як потреба в самореалізації, самовираженні, самоствердженні. Як відомо, самооцінка особистості значною мірою залежить від ставлення до неї інших людей, які можуть висловлювати на її адресу певні позитивні чи негативні судження, різними способами виражати схвалення чи, навпаки, несхвалення її слів або вчинків.

Процесу спілкування звичайно припам'ятовується імпровізація, спонтанність. Під час взаємодії співрозмовники створюють нову соціальну реальність, відпрацьовують нові індивідуальні й загальні сенси, відмовляючись водночас від деяких застарілих стереотипів мислення чи неефективних моделей поведінки. Спілкування, з одного боку, має творчий характер, воно позбавлене жорстких канонів у своєму розгортанні, а його перебіг зумовлений спільним результатом персональних дій усіх співрозмовників. З другого боку, протягом багатьох століть усталилися певні норми етикету, загальні правила спілкування, які є своєрідними орієнтирами для його організації.

Серед найважливіших функцій спілкування, що реалізуються в сучасному суспільстві, звичайно виділяють такі:

- пізнавально-комунікативну;
- організаційну;
- аксіологічну;
- співпереживання;
- самоствердження;
- обмін ролями.

Так, спілкування передбачає транслявання інформації від однієї особи до іншої (інших). Успішність сприйняття цієї інформації залежить від здатності партнерів правильно її зрозуміти.

Спілкування має важливу роль також в організації спільної діяльності людей. Це може бути діяльність різних видів: ігрова, навчальна, професійна тощо.

Важливою функцією спілкування є аксіологічна, коли між людьми відбувається активний обмін особистісними цінностями (матеріальними й духовними), життєвими пріоритетами та ідеалами.

Спілкування також дає людям змогу співпереживати. Значущість цієї функції підвищується під час відчуття людиною сильної радості чи, навпаки, горя. У такі моменти усвідомлення особою психологічної єдності з іншими людьми позитивно впливає на її стан.

Як зазначають науковці (Л. Заніна, В. Гриньова, С. Золотухіна, Ф. Хміль [28; 60; 88]), міжособистісне спілкування здійснює найбільш сильний позитивний вплив на його учасників у тому разі, коли в процесі його розгортання створюються передумови для реалізації потреб кожного з них у саморозкритті, самоствердженні як особистості, коли кожен відчуває увагу, повагу, розуміння з боку іншої особи. За такої умови співрозмовники сприймають один одного не як об'єкт для навіювання, а як автономного суб'єкта взаємодії, як унікальну особистість, котра має право на власні думки й переконання. Тому саме такий варіант спілкування слід вважати еталоном взаємовідносин людей.

У процесі життєдіяльності кожен індивідум виконує різні соціальні ролі, демонструючи при цьому відповідні моделі соціальної поведінки. Обмін соціальними ролями, який може відбуватися у процесі спілкування, дає змогу людям виявити себе в незвичній для них іпостасі, краще зрозуміти один одного.

Процес спілкування складається з трьох компонентів:

- перцепції;
- комунікації;
- інтеракції.

## 2.2. Перцептивний аспект ділового спілкування

Перцепція пов'язана з процесом сприйняття й пізнання іншої людини та спрямована на визначення індивідуальних особливостей людини, особливостей її поведінки.

*Перцепція* (від лат. *perceptio* – сприйняття) – процес безпосереднього активного відбиття когнітивною сферою людини зовнішніх і внутрішніх об'єктів.

У процесі спілкування відбувається сприйняття його учасниками один одного. Результатом цього є створення певного цілісного образу іншої людини, який формується на основі її оцінювання. У свою чергу, під час оцінювання людини враховуються не лише її особистісні якості, але й соціокультурні чинники (соціальний статус, роль у суспільстві тощо).

Як зазначають фахівці (А. Панфілова, Ф. Хміль [57; 88] та ін.), у процесі спілкування використовуються такі основні механізми міжособистісного пізнання: ідентифікація, стереотипізація, емпатія й рефлексія.

*Ідентифікація* (від лат. *identifico* – ототожнення, уподобання) – намагання зрозуміти іншу людину шляхом уявної спроби поставити себе на її місце.

Ідентифікація є одним із найпростіших способів знаходження «ключа» до поведінки іншої особи. Цей спосіб достатньо часто застосовується на практиці, коли людина намагається прогнозувати дії чи емоційний стан інших на основі власних дій, переживань, переконань, тобто за аналогією із власною поведінкою.

**Стереотипізація** (від грецьк. – *stereo* – твердий, *typos* – відбиток) – оцінювання іншої людини за допомогою поширення на неї типових характеристик представників певної соціальної групи.

Ідентифікація та стереотипізація є досить ефективними засобами пізнання й оцінювання учасниками спілкування один одного. Однак у комунікативній практиці не доцільно обмежуватися використанням лише цих механізмів, адже результати такого оцінювання можуть мати значну погрішність.

Серед найбільш поширених недоліків оцінювання іншої людини на підставі першого враження про неї чи її випадкових виявів науковці відзначають такі:

- проекція – «вкладання» у свідомість співрозмовника власних думок і почуттів;
- відлуння – перенесення позитивного враження про певну якість партнера по спілкуванню на всі інші його якості, поширення об'єктивно існуючих успіхів, яких він досягнув у певній сфері, на іншу галузь діяльності;
- атрибуція – приписування співрозмовникові якостей, рис характеру іншої людини, зовні схожої на неї;
  - віра в те, що перше враження про людину є звичайно найбільш правильним;
  - наявність стереотипів мислення: професійних, фізіономічних етнічних, гендерних тощо;
  - забобони й упередження – необґрунтовані сталі уявлення про інших людей;
  - чинник вищості – переоцінка людиною психологічних, ділових якостей партнера по спілкуванню через те, що він перевершує її за якоюсь суттєвою для неї властивістю, та, навпаки, недооцінка його особистих позитивних рис у тому разі, якщо особа сама перевершує його за окремою ознакою, причому перевага тут фіксується за одним параметром, а переоцінка чи недооцінка особи – за багатьма;
  - чинник статусу – чим більш значущим є соціальний статус працівника, тим вище звичайно оцінює його позитивні якості співрозмовник;
  - чинник «ставлення до нас» – чим краще ставиться до особи інша людина, тим більш позитивне враження вона на неї справляє;
  - каузальна атрибуція – причинна інтерпретація, виділено такі її типи:
    - особистісна атрибуція – причина дій або вчинків вбачається в самій людині;
    - об'єктивна атрибуція – причина дій або вчинків шукається в об'єкті, на який спрямовано дію чи вчинок;
    - атрибуція обставин – причина дій чи вчинків приписується тим обставинам, які виникли;

- ефект поблажливості – про людину, яку особа вважає відносно себе неконкурентоспроможною, вона висловлюється звичайно більш позитивно, ніж про працівника, який викликає в неї заздрощі;

- ефект фаворизму – люди, які відчувають себе фаворитами, часто сприймають новачків із почуттям зверхності, у свою чергу, переваги самих «фаворитів» нерідко теж значно перебільшуються оточенням.

Організувати ефективне спілкування можливо лише за умови, якщо його учасники не перебільшуватимуть значущість першого враження про свого партнера та докладатимуть зусилля, щоб краще пізнати, зрозуміти позицію один одного. Цьому сприяє сформованість у людини емпатії.

***Емпатія** (від грец. *empathia* – співпереживання) – здатність особи до розуміння емоційного стану іншої людини, проникнення в її переживання, вміння уявно поставити себе на її місце.*

Науковці (Л. Карпенко, А. Петровський [37] та ін.) виокремлюють такі види емпатії:

- емоційну (реалізується за допомогою механізмів проекції й наслідування моторних і афектних реакцій людини);
- когнітивну (пов'язану з інтелектуальними операціями особи: аналізом, порівнянням тощо);
- предикативну (виражається у здатності індивідуума правильно прогнозувати афективні реакції іншої людини).

Серед цих трьох видів емпатії найчастіше виявляється емпатія першого виду, яка передбачає емоційний відгук на проблеми людини. Адже звичайно особа не стільки раціонально осмислює стан партнера, скільки відчуває його.

А. Панфілова [57] виділяє два види емпатії:

- співпереживання – переживання особою тих самих почуттів, що і його партнер по спілкуванню;

- співчуття – чуйне ставлення до переживань іншої людини.

Значну роль у процесі спілкування відіграє й феномен рефлексії, спрямованої на самопізнання, самоаналіз людиною внутрішнього стану, власних характерних особливостей (емоцій, когнітивних процесів, дій, поведінки, досвіду, станів, здібностей, характеру, ставлення до себе та інших людей, свого призначення й цілей тощо), а також пізнання ставлення до себе з боку інших людей.

***Рефлексія** (від лат. *reflexio*) – процес самопізнання суб'єктом внутрішніх психічних актів і станів.*

Процес рефлексії спрямований не лише на вивчення, розуміння людиною себе самої, але й з'ясування того, як її сприймають інші люди. У рефлексивному процесі як складника спілкування можна виділити такі основні позиції:

- індивід, яким він є насправді;
- індивід, яким він себе бачить;
- індивід, яким його бачить інша людина, а також ці три позиції з боку іншого суб'єкта [37].

Перцептивна функція спілкування передбачає також сприйняття-оцінювання людиною ситуативного контексту спілкування загалом. Ще один психологічний механізм, який використовується під час перцепції, отримав назву атракції.

***Атракція** (від лат. *attraction* – приваблювати, притягувати) – поняття, яке позначає захоплення, симпатію, що виникають під час сприйняття людини іншою особою; здатність подобатися іншим.*

***Міжособистісна атракція** – це взаємний процес віддання людьми переваги одна одній відносно інших осіб, наявність психологічного притягування між ними.*

У науковій літературі виділено зовнішні та внутрішні чинники атракції. До зовнішніх чинників належать такі:

- потреба в афіліації (від англ. *affiliate* – поєднувати, зв'язувати) (виявляється в прагненні створювати позитивно забарвлені стосунки з іншими людьми, подібатися їм);
- чинник емоційного стану (позитивний настрій людини зумовлює більш доброзичливе її ставлення до оточення);
- просторова близькість (чим ближче знаходяться люди між собою в процесі певної діяльності, тим вища ймовірність появи між ними взаємної симпатії) [57].

Серед внутрішніх чинників атракції можна назвати фізичну привабливість людини, її соціальні й особистісні характеристики, ступінь схожості та відмінностей учасників спілкування тощо. Причому найсильніший вплив на появу атракції спостерігається на початку знайомства, пізніше люди більше уваги звертають на інші якості особи.

### 2.3. Комунікативний аспект спілкування

Ефективна комунікація є однією з найважливіших передумов успішного спілкування. Комунікація виявляється в обміні інформацією між співрозмовниками, у передачі та прийомі знань, думок, почуттів, оцінок, пропозицій щодо певного питання.

***Комунікація** (від лат. *communico* – роблю загальним, спілкуюсь) – це специфічний процес активного обміну інформацією між людьми під час взаємодії.*

Науковцями визначено різні види комунікацій. За типом відносин між їх учасниками ці процеси поділяються на:

- міжособистісні;
- публічні;
- масові [19].

Міжособистісна комунікація зорієнтована на встановлення комунікативного зв'язку між окремими учасниками спілкування. У публічній комунікації бере участь група людей. Масова комунікація реалізується за допомогою поширення спеціально підготовлених повідомлень із використанням різних технічних засобів серед великої анонімної аудиторії.

Як зазначають фахівці (М. Альберт, М. Х. Мескон, А. Панфілова, О. Сердюк, Ф. Хедоурі [7; 57; 77]), ключовими елементами будь-якого комунікативного акту є:

- відправник інформації, який визначає зміст і форму передачі інформації іншим особам з метою впливу на них;

- інформація як закодоване за допомогою певних знаків повідомлення;
- кодування, за допомогою якого певна інформація відображається в зрозумілих для інших людей символах;
- канал зв'язку – спосіб передачі інформації;
- одержувач – суб'єкт (людина чи група людей), який сприймає передану інформацію;
- декодування – переведення одержувачем отриманої у вигляді кодової системи інформації в зрозумілу для нього форму.

На першому етапі комунікативного акту відправник визначає його мету, тобто раціонально обґрунтовує для себе намір передачі інформації, її зміст і спосіб передачі. Якщо ідея, яку він збирається транслювати, сформульована неточно, неоднозначно, то комунікація з самого початку буде приречена на невдачу.

Не менш важливим аспектом для успішності цього процесу є й вибір каналу для трансляції інформації. Наприклад, навряд чи людина зможе правильно сприйняти по телефону надто довге або складне за змістом повідомлення. Тому обраний канал має бути оптимально придатним для його передачі.

На другому етапі комунікації передбачається кодування певної інформації. Код – це символи чи знаки, що переводять інформацію в іншу форму, яка має бути зрозумілою для одержувача. У разі передачі словесного повідомлення кодом виступає сама мова.

На етапі кодування інформація може набутися різних форм:

- письмової (у вигляді тексту, таблиці, графічного зображення, математичних символів тощо);
- усної (звукової);
- інтерактивного зображення із звуковим супроводом.

Осмислена й закодована інформація перетворюється на повідомлення, яке, залежно від обраної форми, буде передаватися у вигляді певного висловлювання (закінченої за смыслом мовної конструкції, що містить слова та невербальні сигнали), тексту, зображення тощо.

У процесі спілкування висловлювання може виконувати різні функції:

- репрезентативну (від *representant* – представник, зображення, подання, образ), яка пов'язана з поданням інформації конкретній особі чи групі людей;



- апелятивну (від лат. *appellatio* – скарга, заклик, звернення), котра спрямована на забезпечення певного впливу на особистість;
- експресивну (від фр. *expressif* – вираження, виразність), що зорієнтована на відображення певних почуттів та емоцій відправника інформації.

Передача інформації від відправника до одержувача відбувається за допомогою певного каналу. Каналом комунікації є реальна чи уявна лінія зв'язку, за допомогою якої рухається повідомлення. У процесі спілкування використовують дві групи каналів передачі інформації:

- природні, тобто канали, які виникають під час взаємодії людей за допомогою їхніх органів почуттів: візуальний – за допомогою зору, аудіальний – слуху, кінестетичний – відчуттів тощо;
- штучні, тобто технічні канали: телефон, факс, відео, телеграф, пошта, e-mail тощо.

Для використання другого з названих каналів потрібні відповідні технічні засоби кодування. Роль такого засобу виконують телефон, персональний комп'ютер, телеграфний апарат, друкарський верстат тощо.

На третьому етапі комунікативного процесу відбувається безпосередня передача інформації. Оскільки через різні причини (наприклад, технічні проблеми чи помилки в діях людей, які беруть участь у передачі інформації) інформація може не дійти до місця призначення, процес її передання не отожднюється з процесом відправлення повідомлення. Вважається, що передача відбулася лише в тому разі, коли одержувач реально отримав надіслану йому інформацію.

Четвертий етап комунікативного акту передбачає декодування отриманої інформації, тобто її розшифрування, перетворення одержувачем у таку форму, яка робить зміст зрозумілим для нього. Звичайно, саме від результатів декодування залежить, чи правильно повідомлення інтерпретовано одержувачем.

Перешкодами для адекватного сприйняття одержувачем змісту тексту повідомлення можуть стати різні суб'єктивні чинники: стереотипи мислення; нерозуміння людиною значущості інформації, що може спровокувати неухвильне її вивчення; різниця в освітньому рівні й кваліфікації відправника та одержувача повідомлення; слабке знання останнім мови, якою воно передавалося. У разі передачі інформації в усній формі вона може бути сприйнята оточенням

неадекватно, якщо інтонація, міміка чи жести комуніканта надали їй певної двозначності. Причинами для неправильного сприйняття інформації одержувачем можуть бути також різні фізіологічні чи психологічні чинники: стомленість, неухважність, нетерплячість, імпульсивність людини, слабка пам'ять тощо.

Ураховуючи існування різних об'єктивних і суб'єктивних чинників, які можуть суттєво завадити адекватно донести до людини заплановану інформацію, фахівці рекомендують не обмежувати передачу найважливіших повідомлень тільки одним каналом, а дублювати її за допомогою використання інших способів трансляції. Вони також вважають за доцільне не обмежувати комунікацію визначеними вище трьома етапами, а включати до неї також четвертий етап, який забезпечує відправлення одержувачем відповіді на отримане повідомлення, тобто встановлення ним зворотного зв'язку.

Важливість встановлення такого зв'язку пояснюється двома головними причинами. По-перше, зворотна інформація дає змогу відправникові зробити висновок, чи правильно його повідомлення інтерпретовано одержувачем. По-друге, вона дозволяє йому ознайомитися з тими діями, які збирається здійснити його партнер. Тому правильно організований зворотний зв'язок дає змогу значно підвищити ефективність комунікативного процесу.

За різними ознаками виділяють такі види зворотного зв'язку:

- навмисний (реалізується усвідомлено) й ненавмисний (виявляється самовільно);
- оцінний (включає думку партнера щодо змісту повідомлення) та безоцінний (не відображає його точки зору щодо отриманої інформації).

Підвищенню ефективності комунікації сприяє також усунення існуючих між партнерами бар'єрів у спілкуванні. Найбільш поширеними серед них науковці вважають такі: компетентність, вибіркоче слухання, оцінні судження, достовірність джерела, фільтрування, внутрішньогрупова мова, різниця статусу, тиск часу, переважання спілкуванням [4; 57].

Перший із перелічених бар'єрів звичайно виникає поді, коли партнери комунікації мають різні рівні компетентності щодо певної проблеми. Кожна людина під час кодування чи декодування будь-якої інформації керується власним життєвим досвідом, тому на виході

результати комунікативних зусиль таких учасників спілкування можуть не збігатися, тобто зміст одного й того ж повідомлення інтерпретується ними по-різному.

Бар'єр вибіркового слухання пов'язаний з тим, що особа, маючи свої сталі цінності, переконання, настанови, свідомо чи несвідомо блокує ту інформацію, яка не узгоджується з ними. У такому разі людина або взагалі ігнорує зміст повідомлення, або сприймає з нього лише ті окремі фрагменти, що відповідають її уявленням про розв'язання певного питання, а це, у свою чергу, призводить до викривлення змісту інформації.

Третій із названих бар'єрів виникає в тому разі, коли оцінні судження (тобто судження про загальну цінність повідомлення) партнерів по комунікації ґрунтуються не на об'єктивному вивченні інформації, а на минулому досвіді їхнього спілкування між собою чи на основі її очікуваного значення. У разі виникнення бар'єра достовірності джерела учасники спілкування настільки довіряють конкретній особі, яка є для них незаперечним авторитетом, що некріпично сприймають будь-яку інформацію з її вуст, не намагаючись навіть цю інформацію перевірити, а тим більше заперечувати істинність.

Наявність бар'єра фільтрації свідчить про усвідомлене викривлення співрозмовниками змісту інформації на шляху її поширення з нижчих рівнів ієрархічної схеми управління на більш високі. Це робиться з метою запускувати наявні недоліки в роботі. Утім у деяких випадках такі дії можуть дуже негативно вплинути на роботу організації, оскільки через певну необізнаність щодо існуючих проблем керівництво може реалізовувати рішення, які не відповідають дійсній ситуації.

Наступний із названих бар'єрів у діловому спілкуванні – внутрішньогрупова мова – пов'язаний із використанням у певних соціальних групах, наприклад трудових колективах, деяких жаргонних слів, зрозумілих лише представникам цих груп. Через це інші люди, які випадково потрапили в цю групу, чи працівники-початківці часто не можуть адекватно інтерпретувати надіслане їм повідомлення.

Бар'єр різниці статусу виявляється в тому, що між людьми, які перебувають на різних сходинках ієрархічної системи управління організацією, під час спілкування може створюватися певна психологічна дистанція, котра перешкоджає їм успішно контактувати між собою.

Тиск часу теж може стати серйозним бар'єром у спілкуванні. Наприклад, унаслідок браку часу певну промову можуть попросити суттєво скоротити, а когось узагалі позбавити запланованого слова. Зрозуміло, що такі дії викликають у людей цілком справедливий образ, а головне – не сприяють розв'язанню порушених питань.

Бар'єр перевантаження спілкуванням відображає той факт, що в сучасну інформаційну добу кількість повідомлень, які одночасно надходять людині, часто перевищує її фізичні можливості своєчасно з ними ознайомитися. Тому деяка отримана інформація вивчається одержувачем не уважно або не вивчається зовсім.

Під час ділового спілкування між фахівцями можуть виникнути й специфічні комунікативні бар'єри: логічний, семантичний, стилістичний, фонетичний. Перший із цих бар'єрів пов'язаний з різницею в перебігу розумових процесів в учасників взаємодії, сформованістю в них умінь правильно виконувати основні логічні операції: аналіз, синтез, узагальнення, порівняння тощо. Існування семантичного бар'єра в спілкуванні пояснюється багатозначністю деяких слів, а також різницею в словниковому запасі учасників спілкування. Стилiстичний бар'єр звичайно виникає тоді, коли форма подачі не відповідає змісту повідомлення, а сам виклад інформації не відзначається чіткістю та структурною продуманістю. Фонетичний бар'єр зумовлений особливостями мовлення людини (поганою дикцією, наявністю слів-паразитів, помилок у наголосах тощо).

#### **2.4. Інтерактивний аспект спілкування**

У процесі спілкування між людьми, на відміну, наприклад, від комунікації в кібернетичних системах, відбувається не лише передача інформації, а й її збагачення, уточнення, адже такий

акт передбачає взаємну зорієнтованість індивідуумів один на одного, кожний із них під час спільної діяльності змушений орієнтуватися на настанови, мотиви поведінки, цінності, потреби, інтереси свого партнера як активного суб'єкта спілкування. Тому не менш важливу роль, ніж комунікація, відіграє третій структурний компонент спілкування – інтеракція.

***Інтеракція** (від лат. *inter* – поміж, періодично та *actio* – дія) – це процес, спрямований на обмін діями під час спілкування.*

Інтерактивний аспект спілкування забезпечує взаємодію між людьми, безпосередню організацію їх спільної діяльності. Інтеракція виявляється також у прагненні кожного учасника вплинути на інших співрозмовників, стимулювати в їхній поведінці бажані для нього зміни. Необхідними умовами для цього є не лише використання єдиної мови спілкування, зрозумілої для всіх партнерів взаємодії, але й забезпечення цілеспрямованого узгодження їхніх позицій щодо означеної проблеми та способів її розв'язання. Якщо спільна діяльність організована на принципах співробітництва, взаємоповаги й толерантності, то між учасниками спілкування відбувається активний взаємобмін не лише ідеями, але й певними діями, а це, у свою чергу, сприяє ефективному відпрацюванню загальної стратегії спосовно визначення шляхів досягнення поставлених цілей, а надалі – й успішному впровадженню спільної стратегії на практиці.

А. Панфілова [57] виділяє три рівні процесу спілкування:

- макрорівень, на якому взаємодія між його учасниками регламентується існуючими традиціями й звичаями та розгортається відповідно до наявних обставин справи;
- мезорівень, який передбачає обмеження змісту спілкування певною темою чи обговоренням конкретного об'єкта, що може мати одноразовий чи багаторазовий характер;
- мікрорівень, що реалізується за допомогою окремих елементів спілкування (запитання – відповідь, привітання, міміка тощо).

Відповідно до класифікації А. Добровича [25] виділено такі рівні спілкування:

- конвеційний — характеризується виявленням щирості, відкритості до кожного співрозмовника, готовності зрозуміти його позицію;
- приміпівний — передбачає сприйняття інших учасників спілкування як засобу досягнення власних цілей;
- маніпулятивний — зводиться до цілеспрямованого маніпулювання іншими людьми й зорієнтований на те, щоб за допомогою різних способів підштовхнути їх до вигідних для себе дій чи рішень;
- стандартизований (контакт масок) — передбачає організацію спілкування на основі дотримання визначених стандартів, інструкцій, протоколів тощо, в якому співрозмовника сприймають не як унікальну індивідуальність, а як носія певних соціальних ролей. У такому разі істинне «Я» ховається за «маскою»: під час взаємодії з іншими учасниками людина ретельно контролює свою поведінку, зовнішньо не виявляє реальні емоції, не ділиться істинними думками щодо справи, а просто періодично змінює маски залежно від ситуації (під маскою розуміється певна сукупність нормативних елементів вербального й невербального спілкування);
- ігровий — характеризується тим, що учасники спілкування виконують роль гравців, тому така взаємодія характеризується різноплановістю, багатством відтінків, наявністю творчих підходів до справи;
- духовний — виявляється через сприйняття кожного партнера спілкування як самобутньої особистості, носія духовності, прагнення до взаєморозуміння, духовного взаємозбагачення з ним.

У реальній комунікативній практиці люди звичайно спілкуються на тому рівні, який вважають найбільш адекватним для певної конкретної ситуації й поставлених цілей. Утім під час такого вибору не менш важливо керуватися нормами моралі, а це, у свою чергу, потребує орієнтації людини саме на духовний рівень ділової взаємодії.

Як зазначає Б. Паригін [59], вивчення спілкування як процесу інтерації здійснюється звичайно з таких позицій:

- форм і способів групової диференціації (структури групових взаємовідносин);
- форм і способів групової інтеграції.

Залежно від обраних критеріїв, структура групових взаємовідносин охоплює різні компоненти.

Так, згідно з емотивним підходом розрізняють такі відносини:

- симпатії;
- байдужості;
- антипатії.

Відповідно до комунікативного підходу групові відносини диференціюються за статусом членів у групі. Людина може належати до однієї з таких груп:

- ізолювані;
- не ізолювані, але пасивні;
- активні;
- референтні «зірки».

Згідно з функціональним підходом у структурі групових взаємовідносин виділяють такі два складники:

- інституційні відносини (формальні відносини);
- неінституційні відносини (неформальні відносини).

Відносини першого виду зумовлені офіційним статусом кожного учасника комунікативного контакту як у тій організації, де він працює, так і в конкретній спільноті людей, які спілкуються між собою. Причому взаємодія у таких стосунках визначається такими обмеженнями:

- організаційними (зумовлені специфікою організаційної структури певної групи людей);
- функціональними (відображені в положеннях про відділи й служби всередині фірми).

Під неінституційними відносинами розуміються особисті відносини між людьми, котрі знаходяться поза зоною офіційної регламентації. У неформальних групах спілкування будується на основі особистих симпатій та інтересів, доповнюючи формальне спілкування.

Питання групової інтеграції має також велике практичне значення, оскільки від рівня такої інтеграції, від рівня узгодження індивідуальних дій усіх учасників спілкування залежить загальна ефективність їхньої взаємодії. Увагу сучасних учених привертають такі актуальні аспекти

забезпечення групової інтеграції, як оцінювання колективної активності, психологічної сумісності членів групи, їхньої згуртованості, конформності групи тощо.

Ефективність процесу спілкування значною мірою залежить від сили впливу його учасників один на одного, а також від загального напрямку такого впливу. З урахуванням цього аспекту виділено такі типи взаємовпливу:

- взаємне полегшення, коли завдяки позитивному взаємовпливу партнерів по спілкуванню результативність дій кожного з них підвищується;
- взаємне ускладнення, коли через неузгоджені дії учасників ефективність спілкування знижується;
- одностороннє полегшення, коли реалізація взаємодії сприяє підвищенню результативності дій лише одного з її партнерів;
- одностороннє ускладнення, коли в результаті взаємодії створюються несприятливі умови для здійснення запланованих дій одним із учасників спілкування;
- асиметричне полегшення, коли один із партнерів по спілкуванню відчуває ускладнення для своїх дій унаслідок того, що намагається створити оптимальні умови для іншого;
- незалежність, коли поведінка людей не впливає на ефективність їхньої взаємодії.

Успішність спільної взаємодії значною мірою залежить від стосунків між її учасниками, які відбиваються в емоційних переживаннях людей, їхніх очікуваннях відносно один одного тощо.

***Міжособистісні відносини** – це суб'єктивно забарвлені зв'язки між партнерами по спілкуванню, які виявляються в характері та способах їхнього взаємовпливу один на одного.*

Серед основних механізмів, які забезпечують ефективну взаємодію між людьми, науковцями визначено такі:

- взаєморозуміння – виникає як результат активного пізнання партнера;
- координація – процес, спрямований на чітке визначення дій кожної особи в контексті виконання спільної діяльності;



- узгодженість – передбачає використання таких засобів організації спільної діяльності, які відповідають прагненням і можливостям усіх учасників спілкування;
- партнерство – рівноправність позицій учасників під час спілкування.

## 2.5. Моделі спілкування

Залежно від специфічних умов взаємодії людина може використовувати різні моделі спілкування: інформаційну, переконувальну, експресивну, сугестивну та ритуальну (А. Панфілова [57]).

*Інформаційна модель спілкування* звичайно використовується для передачі, аналізу, пояснення чи коментування певної інформації її доповідачем та сприйняття цієї інформації з поясненнями її одержувачем. Реалізація такої моделі спілкування сприяє підвищенню обізнаності учасників спілкування з певних питань, дає їм змогу приймати більш ефективні рішення, враховуючи нові надані факти чи відомості. Оскільки інформаційне повідомлення виконує передусім функцію передачі нових знань, під час його викладу головну увагу звертають на його раціональний аспект.

Прикладами використання інформаційної моделі спілкування є такі:

- усне звітування працівника про виконану ним за певний час роботу;
- виступ науковця з доповіддю про результати дослідження обраної ним проблеми;
- читання лекції викладачем у студентській аудиторії чи на курсах підвищення кваліфікації.

*Переконувальна модель спілкування* передбачає здійснення її організатором запланованого впливу на свідомість інших учасників, спробу переконати їх у правильності певних думок, ідей чи позицій.

*Переконання* – спосіб вербального впливу на людину з використанням системи доводів, аргументів, які обґрунтовують, підтверджують висунуту оратором тезу.

У разі успішного перебігу цього комунікативного процесу суб'єкт спілкування свідомо піддається зовнішньому впливу, унаслідок чого нові уявлення переходять на рівень його власних переконань. У свою чергу, це стимулює певні зміни в його поведінці, взаємовідносинах з іншими людьми.

Оскільки процес переконання передбачає не лише сприйняття, але й осмислення людиною запропонованої їй тези, а значить – виявлення нею активних розумових зусиль, він вимагає значних витрат часу та використання комунікатором різноманітних ораторських прийомів. Успішність переконання суб'єкта спілкування значною мірою залежить також від того, наскільки нова інформація узгоджується з уже сформованими в нього переконаннями, накопиченим життєвим досвідом. Якщо нова інформація суттєво не суперечить їм, то процес переконання значно полегшується. Якщо між переконаннями людини й запропонованими їй ідеями існують значні розбіжності – процес переконання, навпаки, значно ускладнюється.

Причому науковцями доведено, що ймовірність ефективного впливу на свідомість іншої людини підвищується за таких умов:

- інтелектуальної розвиненості партнерів спілкування;
- спрямування їхньої взаємодії на задоволення спільних потреб;
- використання комунікатором емоційно витриманих, позитивних висловлювань,

логічних висновків, що спираються на вагомі аргументи, виявлення ним ораторської майстерності, звернення до благородних почуттів співрозмовника.

*Експресивна модель спілкування* зорієнтована на формування в партнерів по спілкуванню певного емоційного настрою на основі трансляції власних почуттів і переживань з метою спонукання до необхідних соціальних дій. Важливо враховувати, що під час ділової взаємодії не можна зловживати використанням цієї моделі, оскільки цілеспрямоване «розпалювання» емоцій може відвернути увагу людей від самої проблеми й перекинути на відстоювання власних суб'єктивних позицій, а згодом – навіть на з'ясування особистих стосунків. Тому експресивну модель спілкування доцільно використовувати лише на окремих етапах взаємодії як засіб підвищення цікавості співрозмовників до певних ділових питань.

*Сугестивна модель спілкування* спрямована на навіювання іншим людям певних думок чи рішень.

**Навіювання, чи сугестія** (від лат. *suggestion* – навіювання) – це процес впливу на психічну сферу людини, який передбачає зниження в неї свідомого та критичного сприйняття й реалізації змісту інформації.

Об'єктом сугесії може бути й окремий індивід, і група людей, і певна соціальна верства населення, а джерелом навіювання (сугестором) – певна людина, група, засоби масової інформації тощо. Сугестивна модель спілкування часто використовується у процесі взаємодії, наприклад, під час проведення ділових нарад, презентацій певних товарів, у процесі педагогічної діяльності тощо.

Сугестія забирає звичайно менше часу, ніж переконання, однак останнє є більш результативним способом впливу, оскільки воно забезпечує зміни в мотиваційній сфері особистості. Переконання також слід вважати більш етичним засобом, оскільки під час навіювання людина як його об'єкт позбавлена вибору й звичайно не може протидіяти спрямованому на неї впливу.

Не всі люди однаково піддаються навіюванню. Його ефективність залежить від багатьох чинників: психологічних особливостей людини, її фізичного стану в момент навіювання тощо. Як зазначає А. Панфілова [57]), більша навіюваність спостерігається в людей, які:

- невпевнені в собі, часто відчувають привожність і занепокоєння;
- мають низьку самооцінку, почуття власної неповноцінності;
- відзначаються підвищеною емоційністю та вразливістю;
- нерозвинені в інтелектуальному плані;
- вірять в авторитети.

*Ритуальна модель спілкування* передбачає дотримання під час взаємодії певного ритуалу, церемонії, встановлених традицій чи процедур. Використання ритуальної моделі спілкування допомагає створювати й підтримувати певні традиції та акції в колективі, створювати

відповідний настрій у людей, підвищувати їхню психологічну єдність, зміцнювати відносини.

Прикладами використання ритуальної моделі спілкування є такі:

- урочиста промова;
- вітальна промова;
- напутні слова;
- праурна поминальна промова;
- проведення певних ритуальних актів, церемоній, обрядів;
- організація професійних свят, присвят, ушанувань.

Перелічені вище моделі не охоплюють усіх можливих варіантів організації спілкування, у кожному конкретному випадку воно може набувати своїх специфічних особливостей. Однак знання характерних ознак і призначення кожної з цих моделей дає людині змогу під час організації взаємодії обирати ту з них, яка є найбільш доречною для розв'язання окреслених завдань, грамотно використовувати відповідні їй вербальні й невербальні засоби для досягнення бажаного результату.

## 2.6. Культура слухання

Майстерність спілкування особистості виявляється в оволодінні не лише основами красномовства, але й умінням слухати. Причому важливо не тільки слухати інформацію, але й відчувати її. Адже слухання – це фізичний процес, який визначає вплив звукових хвиль на барабанну перетинку й відбувається без вияву спеціальних розумових зусиль. А відчування інформації – це складний процес сприйняття інформації, який водночас передбачає її первісне осмислення, структурування й запам'ятовування.

За даними наукових досліджень, під час передачі інформації іншим учасникам вербальної комунікації через різні причини (невдале переведення сутності інформації в зміст повідомлення комунікатором, недостатньо уважне слухання цього повідомлення й неправильне його розуміння

реципієнтами пощо) втрачається більша її частина. А наслідком цього є те, що в середньому в людини після вербального контакту засвоюється лише одна чверть від загального обсягу запланованої для передачі інформації, тобто більша частина її змісту втрачається.

Для покращення такої ситуації фахівці (Л. Аверченко, А. Панфілова, Н. Семечкін [4; 57; 74]) рекомендують людині усвідомлено концентрувати свою увагу на словах оратора. Цьому сприяють такі заходи:

- забезпечення фізичної та психологічної підготовки людини до сприйняття інформації (сісти у відповідну позу, сконцентрувати увагу на ораторові пощо);
- вживання в роль слухача (не намагатися під час сприйняття інформації будувати власні контраргументи й чекати паузи тільки для того, щоб озвучити власну позицію);
- невідволікання на сторонні речі, виявлення прагнення об'єктивно й свідомо сприймати зміст самої промови, абстрагувавшись від неприємних аспектів у зовнішності чи стилі мовлення оратора.

У праці Н. Панфілової [57] виділено такі види слухання: критичне (спрямоване), емпатичне, нерефлексивне, активне рефлексивне. Так, в основу першого виду слухання покладено критичний аналіз будь-якого повідомлення. У цьому разі під час сприйняття інформації людина звичайно:

- з'ясовує для себе, наскільки важливими, релевантними є висвітлені факти, чи підкріплені вони вагомими аргументами;
- оцінює, чи дійсно зроблені висновки впливають із попередніх міркувань;
- визначає, чи існують інші дані, котрі можуть спростувати отримані висновки.

Оскільки такий вид слухання нерідко містить настанову на критичне сприйняття будь-якого повідомлення, це призводить до того, що індивідуум концентрує свою увагу не на корисній для себе інформації, а на тій, із якою він принципово не погоджується. Тому *критичне* слухання навряд чи буде ефективним для сприйняття нової інформації на заняттях в освітніх закладах чи в лекторіях. Однак такий вид слухання є цілком доцільним для обговорення нових проектів або цікавого професійного досвіду.

*Емпатичне* слухання передбачає, що людина під час сприйняття інформації не стільки прислуховується до слів оратора, скільки намагається емоційно сприйняти його ставлення до того матеріалу, який він викладає. Таке слухання може виявлятися в різних формах. Так, *емпатичне реагування* передбачає, що за допомогою уважного спостереження особа відчуває емоції, схожі з відповідними емоційними реакціями оратора. *Прийняття іншої точки зору* вимагає уважного вживання в образ іншої людини, «примірки» на себе її соціальної ролі, моделювання тих думок, які б виникли в неї стосовно певного питання. *Емпатичне реагування* виявляється шляхом розуміння й схвалення її думок.

Для успішного емпатичного слухання необхідно дотримуватися таких вимог:

- 1) абстрагувавшись від власних переживань, слід налаштуватися на сприйняття емоційних реакцій партнера по комунікативному акту;
- 2) у своїх діях, поведінці важливо не лише адекватно відобразити переживання й почуття співрозмовника, а й продемонструвати, що вони поділяються і приймаються;
- 3) не допускати, щоб віддзеркалення почуттів іншої людини супроводжувалося спробою інтерпретувати її дії чи вчинки своїми домислами щодо причини їх появи;
- 4) необхідно випримувавши паузу, щоб дати можливість учасникові комунікативного акту обміркувати надану йому відповідь, а також переосмислити власні переживання.

Емпатичне слухання вимагає від людини докладання активних зусиль для того, щоб якомога краще зрозуміти свого партнера, а також наявність спеціальних навичок для цього. Використання цього виду слухання має відповідати комунікативній ситуації. Наприклад, такий вид слухання є абсолютно необхідним учителеві для організації успішного спілкування з учнями. Але для сприйняття студентами змісту лекцій із природничих дисциплін, навпаки, емпатичне слухання буде недоречним. Слід також зазначити, що емпатичне слухання має стимулювати позитивні зміни в партнері спілкування. Якщо ж воно викликає в нього лише негативні емоції, то в такому разі від цього виду слухання краще відмовитися.

*Нерефлексивне (умовно-пасивне)* слухання передбачає, що людина уважно слухає партнера по комунікації, підкріплюючи це окремими репліками й відповідними жестами, але майже не

втручається в його промову. Наприклад, коли людина перебуває в стані сильного емоційного збудження, їй треба просто виговоритися, щоб полегшити свій стан. У цьому разі оптимальним варіантом є саме нерелективне слухання її іншою особою.

Як відзначають фахівці, успішній реалізації нерелективного слухання сприяє застосування таких комунікативних прийомів:

- підтакування («так», «ну», кивання головою);
- «луна-реакція» (повторення останнього слова співрозмовника);
- дзеркало (повторення останньої фрази співрозмовника зі зміною порядку слів);
- парафраза (короткий переказ висловлених партнером думок іншими словами);
- стимулювання («Ну і...», «А що було далі?» тощо);
- вираження відповідних емоцій («ах», «ух», «чудово», «прикро» чи відповідні вирази обличчя);
- питання, що уточнюють думку співрозмовника («Повтори, що ти сказав...»).

Оскільки в афектному стані людина не зовсім контролює свою поведінку, не відповідні для такої ситуації реакції партнера можуть тільки погіршити її емоційний стан. Тому під час нерелективного слухання психологи не рекомендують уживати такі прийоми й демонструвати такі реакції:

- перебивати людину, намагаючись продовжити її думку;
- висловлювати свої висновки щодо причин подій чи їх оцінки, давати поради, що треба робити далі;
- виражати неповагу до дій людини («дурість», «нісенітниця», «дурниця» тощо);
- розпитувати, поставивши цілу низку питань;
- виражати зневагу до людини (не звертати на неї та її слова уваги);
- заспокоювати, говорити, що все владається.

Нерелективне слухання людиною її партнера допомагає покращити емоційний стан останнього, а також зміцнити взаємовідносини цих людей. Але водночас будь-якій особі не треба

допускати також зловживання з боку іншої людини її перпінням та бажанням допомогти, перетворившись для неї у своєрідну «жилетку для сліз».

Вид слухання, у якому першочергова увага приділяється інформаційному наповненню повідомлення, у науковій літературі отримав назву активного рефлексивного слухання. Такий вид слухання передбачає, що людина в процесі сприйняття інформації активно аналізує її, опрацьовує, а потім висловлює своє ставлення до неї у вигляді відповідних питань чи реплік.

Під час такого слухання людина контролює, що відбувається в її свідомості, перевіряє й уточнює розуміння інформації, а це, у свою чергу, дає змогу більш виважено ставитися до кожного висловлювання, а як наслідок – підвищити взаєморозуміння партнерів по комунікативному акту. Активне рефлексивне слухання підкріплюється ззовні такими прийомами:

- парафраза;
- ставлення питань типу: «Чи правильно я Вас зрозумів, що...?», «Ви мали на увазі...?».

Застосування таких прийомів у комунікативному процесі допомагає не лише забезпечити ефективний зворотний зв'язок між людьми, але й побудувати взаємовідносини на партнерській, рівноправній основі. Цей вид слухання вважається науковцями найбільш конструктивним.

## Практикум

1. Один студент, тримаючи в руках маленький м'яч, починає розповідати якусь відому всім членам групи казку. Потім раптово зупиняється й кидає м'яч будь-якому іншому студентові, у такий спосіб передаючи йому право оповідача. Той ловить м'яч і пропонує своє авторське продовження цієї казки, а потім кидає м'яч наступному членові групи. Так приває доти, доки в розповіді казки не візьмуть участь усі члени групи. Після цього студенти колективно обговорюють, чиє продовження казки їм більше сподобалось, а також хто з оповідачів справив на них найсильніше враження й чому.

2. Студенти розбиваються на пари. Один учасник із кожної пари починає розповідь на будь-яку цікаву для нього тему. Інший учасник із цієї пари уважно його слухає. За командою



викладача перший студент закінчує свою промову, а його сусід має переказати своїми словами, про що він йому розповідав. Потім перший пояснює, чи правильно його зрозуміли. Після 2-3 таких раундів студенти з кожної пари обмінюються ролями транслятора й реципієнта.

3. Після попередньої підготовки один студент виходить до дошки й починає розповідати аудиторії про якийсь цікавий випадок із його життя, допустивши у своїй промові десять помилок, які стосуються його характерних звичок, рис характеру, уподобань тощо. Після цього студенти намагаються визначити ці помилки.

4. Кожному студентові пропонується задумати певний предмет. Потім вони по черзі розповідають аудиторії про свій предмет, не вимовляючи його назву. У цей час інші учасники можуть ставити певні питання стосовно цього предмета, намагаючись відгадати, про що йдеться. Після всіх виступів колективно обирається переможець – студент, який зробив найбільш оригінальну презентацію задуманого ним предмета, котрий інші учасники довго не могли відгадати.

5. Студенти розбиваються на пари. Кожна з них отримує картку з назвою певної теми для розмови. Потім учасники кожної пари протягом 7 хвилин спілкуються між собою на обрану ним тему. Після закінчення спілкування кожному студентові пропонується проаналізувати, наскільки йому було комфортно спілкуватися зі своїм сусідом, що йому найбільше сподобалося в діалозі, а що – ні.

### **Питання для самоконтролю та завдання**

1. Дайте визначення поняттю «спілкування».
2. Назвіть основні функції спілкування?
3. Із чого складається процес спілкування?
4. Схарактеризуйте перцептивний аспект спілкування.
5. Дайте визначення поняттю «ідентифікація».
6. У чому полягає сутність феномена стереотипізації?

7. Що таке емпатія? Виділіть і схарактеризуйте види емпатії.
8. Дайте визначення поняттю «рефлексія».
9. Що таке атракція? Назвіть зовнішні та внутрішні чинники атракції.
10. Схарактеризуйте комунікативний аспект спілкування.
11. Назвіть основні види комунікацій.
12. Із яких ключових елементів складається будь-який комунікативний акт?
13. Визначте й схарактеризуйте основні бар'єри, які можуть виникати між партнерами по спілкуванню.
14. Схарактеризуйте інтерактивний аспект спілкування.
15. Що таке інтеракція?
16. Які рівні спілкування виокремлено в науковій літературі?
17. Які механізми забезпечують ефективну взаємодію людей?
18. Визначте основні моделі спілкування. Схарактеризуйте кожну з них?
19. Які заходи сприяють підвищенню ефективності сприйняття інформації?
20. Які види слухання Ви знаєте? Схарактеризуйте кожний із них.
21. Пригадайте найбільш цікаві комунікативні епізоди, які трапилися у Вас за останній тиждень. Проаналізуйте свою поведінку в них. Які позитивні й негативні моменти в ній Ви визначили? Поділіться своїми роздумами з одногрупниками.
22. Вимкніть на 5 хвилин звук телевізора. Спробуйте за невербальними виявами героїв на телеекрані здогадатися, про що вони говорять. Потім увімкніть звук телевізора й перевірте, чи правильним був ваш здогад.
23. Для відпрацювання вмінь спілкування намагайтесь використовувати будь-яку доречну ситуацію, встановлюючи комунікативний контакт з різними за віком, статтю та іншими ознаками людьми.
24. Спробуйте впродовж дня в доречній для цього ситуації виявити вміння різних видів слухання: критично спрямоване, емпатичне, нерелективне та активне релективне. Проаналізуйте отримані результати.

25. Зі змісту звичайних буденних розмов, комунікативних фрагментів, які ви слухаєте по телевізору чи радіо, фіксуйте цікаві ситуації, коли на складне питання партнера по спілкуванню, виявлення ним осуду чи здійснення провокаційних дій людина знайшла гідну відповідь. Продумайте, як би Ви повели себе в аналогічній ситуації.

**Тест оцінки комунікативних та організапорських  
схильностей (КОС-2)**

*Інструкція*

Методика з визначення комунікативних й організапорських схильностей включає 40 питань. На кожне з них необхідно відповісти «Так» чи «Ні».

*Опитувальник*

1. Чи є у Вас прагнення до вивчення людей або зав'язування знайомств з різними людьми?
2. Чи подобається Вам займатися суспільної роботою?
3. Чи довго Вас непокоїть почуття образи, яке завдав Вам хто-небудь із Ваших товаришів?
4. Чи завжди Вам складно зорієнтуватися в критичній ситуації?
5. Чи багато у Вас друзів, з якими Ви завжди спілкуєтесь?
6. Чи часто Вам вдається схилити більшість своїх товаришів до прийняття ними Вашої думки?
7. Вам приємніше та простіше проводити час із книгами чи за будь-яким іншим заняттям, ніж із людьми?
8. Якщо виникли деякі перешкоди в здійсненні Ваших намірів, чи легко Вам відмовитися від цих намірів?
9. Чи легко Ви встановлюєте контакти з людьми, які значно старші за Вас?
10. Чи легко Ви придумуєте й організовуєте зі своїми товаришами різні ігри та розваги?
11. Чи подобається Вам бути в нових для Вас компаніях (колективах)?
12. Чи часто Ви відкладаєте на інші дні справи, які треба було б виконати сьогодні?

13. Чи легко Вам вдається встановлювати контакти й спілкуватися з незнайомими людьми?
14. Чи прагнете Ви досягати, щоб Ваші товариші діяли відповідно до Вашої думки?
15. Чи важко Ви освоюєтесь у новому колективі?
16. У Вас не буває конфліктів з товаришами через невиконання ними своїх обіцянок, обов'язків?
17. Чи прагнете Ви за слушної нагоди познайомитися та поспілкуватися з новою людиною?
18. Чи часто Ви під час вирішення важливих справ берете ініціативу на себе?
19. Чи дратує Вас оточення й чи хочеться Вам побути на самоті?
20. Чи правда, що Ви звичайно погано орієнтуєтесь у незнайомій для Вас ситуації?
21. Чи подобається Вам постійно перебувати серед людей?
22. Чи виникає у Вас роздратованість, коли Вам не вдається завершити розпочату справу?
23. Чи відчуваєте Ви ускладнення, коли доводиться виявляти ініціативу, щоб познайомитися з новою людиною?
24. Чи правда, що Ви втомлюєтесь від частого спілкування з товаришами?
25. Чи подобається Вам брати участь у колективних іграх?
26. Чи часто Ви виявляєте ініціативу під час розв'язання питань, які стосуються інтересів Ваших товаришів?
27. Чи правда, що Ви відчуваєте себе невпевнено серед незнайомих людей?
28. Ви рідко намагаєтесь довести свою правоту?
29. Чи вважаєте, що для Вас немає особливої проблеми внести пожвавлення в малознайому групу?
30. Чи берете Ви участь у суспільній роботі?
31. Чи намагаєтесь Ви обмежити коло своїх друзів?
32. Ви не прагнете відстоювати свою думку чи рішення, якщо воно не було одразу прийняте товаришами?
33. Чи відчуваєтеся Ви невимушено, потрапивши в незнайомий колектив?
34. Чи охоче Ви розпочинаєте організацію різних заходів для своїх товаришів?

35. Чи правда, що Ви не почуваєте себе достатньо впевненим і спокійним, коли доводиться говорити щось великій групі людей?
36. Чи часто Ви спізнюєтесь на ділові зустрічі, побачення?
37. У Вас багато друзів?
38. Чи часто Ви опиняєтесь у центрі уваги своїх товаришів?
39. Чи часто Ви ніяковієте, відчуваєте незручність під час спілкування з малознайомими людьми?
40. Чи правда, що Ви не дуже впевнено відчуваєте себе в оточенні великої групи товаришів?

### *Опрацювання результатів тестування*

Визначаються рівні комунікативних і організапорських схильностей залежно від кількості набраних балів за цим параметром. Максимальна кількість балів окремо за кожним параметром – 20. Бали підраховуються окремо за комунікативними й окремо за організапорськими схильностями за допомогою спеціального ключа для опрацювання даних.

За кожену відповідь «Так» і відповідь «Ні» для висловлювань, що збігаються з відзначеними в ключі окремо за відповідними схильностями, приписується один бал. Визначено п'ять рівнів комунікативних і організапорських схильностей.

### *Ключ для опрацювання даних за методикою (КОС-2)*

	<i>Відповіді</i>
Комунікативні схильності	«+» Так 1, 5, 9, 13, 17, 21, 25, 29, 33, 37 «–» Ні 3, 7, 11, 15, 19, 23, 27, 31, 35, 39
Організапорські схильності	«+» Так 2, 6, 10, 14, 18, 22, 26, 30, 34; 38 «–» Ні 4, 8, 12, 16, 20, 24, 28, 32, 36, 40

*Рівні комунікативних та організаторських схильностей*

Сума балів	1-4	5-8	9-12	13-16	17-20
Рівень	дуже низький	низький	середній	високий	найвищий

Особи, які набрали *1-4 балів*, характеризуються низьким рівнем виявлення комунікативних і організаторських схильностей.

Особи, які набрали *5-8 балів*, мають комунікативні та організаторські схильності на рівні, нижчому за середній. Вони не прагнуть спілкування, віддають перевагу проведенню часу на самоті. У новій компанії чи колективі почувають себе скучно. Відчувають труднощі у встановленні контактів з людьми. Не відстоюють свою думку, важко переживають образи. Рідко виявляють ініціативу, уникають прийняття самостійних рішень.

В осіб, які набрали *9-12 балів*, спостерігається середній рівень виявлення комунікативних і організаторських схильностей. Вони прагнуть контакту з людьми, відстоюючи свою думку. Але потенціал їхніх схильностей не відзначається високою стабільністю. Вимагається подальша виховна робота щодо формування й розвитку цих якостей особистості.

*13-16 балів* свідчать про високий рівень виявлення комунікативних і організаторських схильностей людей. Вони не губляться в новій ситуації, швидко знаходять друзів, намагаються розширити коло своїх знайомих, допомагають близьким і друзям, виявляють ініціативу в спілкуванні, здатні приймати рішення в складних, нестандартних ситуаціях.

Найвищий рівень комунікативних і організаторських схильностей особи – *17-20 балів* – свідчить про сформовану потребу в комунікативній і організаторській діяльності. Вони швидко орієнтуються в складних ситуаціях, невимушено поведуться в новому колективі. Ініціативні. Приймають самостійні рішення. Обстоюють свою думку та досягають прийняття своїх рішень. Полюбляють організовувати ігри, різні заходи. Наполегливі й захоплені в діяльності.

## РОЗДІЛ 3

### КУЛЬТУРА

### ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

#### 3.1. Характеристика ділового спілкування

Серед видів спілкування особливе місце посідає *ділове спілкування*. Поступове його виокремлення як специфічного соціального феномена в загальній структурі комунікативних зв'язків було пов'язано з промисловою революцією як найважливішою подією Новітнього часу, що стимулювало інтенсивний розвиток підприємницької діяльності, торгівлі, банківських операцій тощо. У таких умовах професійні досягнення людини залежали насамперед від її власної активності, ініціативності, здатності швидко встановлювати ділові контакти з іншими людьми й результативно вести загальні справи тощо.

За даними опитувань, що були проведені ще в 60-х роках минулого століття, 73 % американських, 63 % англійських і 85 % японських керівників вказали на відсутність ефективної комунікації як головної перешкоди на шляху досягнення успішності їхніми організаціями. За результатами опитування, яке організовувалося вже у 80-х роках того ж століття, 250 тис. працівників різних фірм назвали обмін інформацією однією з найскладніших проблем у їхній роботі (М. Альберт, М. Х. Мескон, Ф. Хедоурі [7]).

На початку ХХІ ст. проблема забезпечення ефективності ділової комунікації ще більше загострилася. Адже сьогодні в розвинених державах світу – США, Німеччині, Англії, Франції, Японії тощо. – більшість працездатного населення задіяна в інформаційних галузях чи тісно пов'язаних із ними, а основна частина валового внутрішнього продукту цих країн створюється за допомогою новітніх інформаційних технологій. У будь-яких інших промислових галузях також спостерігається динамічне зростання обсягу інформації, яка підлягає своєчасній передачі між партнерами. Підраховано, що сучасний керівник від 50 % до 90 % свого робочого часу витрачає на обмін інформацією. Це є життєвою необхідністю (Н. Балабанова, О. Проценко О. [1; 66]).

Підвищення важливості ділового спілкування пояснюється й тим, що за останні роки суттєво поглибилася спеціалізація працівників, зайнятих у різних галузях професійної праці, а це, у свою чергу, вимагає подальшого розвитку їхньої кооперації для досягнення спільних цілей. Ділове спілкування відіграє також важливу роль у розробленні та провадженні стратегії просування будь-якого товару на ринку, що пов'язано зі сферою реклами й паблік релейшн. Отже, встановлення ефективних ділових комунікацій сьогодні є однією з необхідних передумов успішної роботи будь-якої організації.

*Ділове спілкування – це процес обміну діловою інформацією й досвідом роботи, який передбачає досягнення певного результату в колективній діяльності, виконання конкретного завдання чи реалізації обраної мети.*

Можна також сказати, що ділове спілкування – це складний багатоплановий процес розвитку контактів у службовій діяльності. На відміну від міжособистісного неформального спілкування, ділове спілкування має інструментальну спрямованість, тобто воно зорієнтоване на виконання конкретного соціально значущого завдання, досягнення запланованого результату в певній галузі професійної діяльності. А це, у свою чергу, зумовлює деякі особливості її перебігу в просторовому й часовому режимі та визначає обов'язковість ділових комунікативних контактів для всіх працівників. Ділове спілкування відіграє важливу роль на всіх етапах організації професійної



діяльності людей – її планування, реалізації й контролю, даючи змогу об'єднати, скоординувати зусилля працівників на шляху досягнення ними певних соціально важливих цілей у трудовій сфері.

### 3.2. Структура ділової комунікації

Ділова комунікація як складна ієрархічна структура має такі підсистеми:

- зовнішні контакти організації з навколишнім середовищем;
- різнорівневі комунікації всередині організації (А. Карпов [33]).

Актуальність розвитку комунікацій першого виду пов'язана з тим, що кожна організація для забезпечення успішного функціонування має активно взаємодіяти із зовнішнім оточенням. Її діяльність регламентується певними державними законами, постановами, дотримання яких регулярно перевіряється відповідними установами. Уважне вивчення працівниками економічної й політичної ситуації в країні дає змогу працівникам правильно спрогнозувати можливі зміни в суспільстві та найкращим чином до них підготуватися.

Ефективність роботи кожної організації залежить також від своєчасності встановлення необхідних ділових контактів з іншими фірмами, здатності організувати співпрацю з ними на взаємовигідних умовах. Зрозуміло, що вибір ненадійних партнерів може мати суттєві негативні наслідки для бізнесу. Для забезпечення конкурентоспроможності організації також слід цілеспрямовано здійснювати комплекс заходів щодо зміцнення своєї ролі на певному сегменті ринку товарів або охоплення його нових сегментів.

Як підкреслюють фахівці з питань менеджменту М. Альберт, М. Х. Мескон, Ф. Хедоурі [7], не менш важливе значення, крім зовнішніх комунікацій, для організації мають і внутрішні комунікативні процеси:

- між різними рівнями управління всередині організації;
- між різними підрозділами організації;
- між керівником і робочою групою;
- між керівником і підлеглими.

Міжрівневі (вертикальні) комунікації забезпечують передачу інформації з вищих рівнів управління на нижчі й навпаки. Саме завдяки цьому виду комунікації передаються розпорядження від керівництва фірми до кожного її працівника. Каналами зворотного зв'язку передається інформація про досягнуті результати роботи, а також у разі необхідності пропозиції працівників про внесення певних змін у трудовий процес.

Різновидами вертикальної комунікації є комунікації між керівником і робочою групою, а також між керівником і підлеглим. За результатами досліджень, ці комунікації складають дві третини від загальної кількості комунікативних зв'язків усередині організації, що пояснює їх високу значущість.

Комунікаційні процеси між різними структурними відділами організації забезпечують горизонтальні зв'язки між працівниками. Такі процеси допомагають скоординувати дії співробітників, які виконують окремі фрагменти загального завдання.

У процесі забезпечення координації формалізованих комунікативних процесів усередині організації менеджерів будь-якого рангу необхідно також урахувувати вплив на роботу організації неформальних комунікацій між працівниками, зокрема так званих чутток. Як доведено, чутки впливають не тільки на взаємовідносини людей, але й на загальну ефективність їх діяльності.

Деякі зарубіжні фахівці в галузі менеджменту вважають, що чутки можна використовувати з користю для організації. Вони рекомендують керівникам іноді цілеспрямовано поширювати певні чутки під виглядом «витоку інформації», що дає змогу спрогнозувати ймовірну реакцію працівників на певні зміни в організації. Вивчаючи за каналами зворотного зв'язку думки людей про заплановані зміни, керівники в такому разі можуть усебічно проаналізувати позитивні й негативні наслідки запланованих дій та прийняти більш виважене рішення.

Утім такий спосіб дій навряд можна вважати чесним. Більш етичним кроком, який дасть змогу попередити нездорові чутки серед працівників стосовно певного аспекту роботи, є організація керівництвом колективних обговорень труднощів, що виникли, та можливих шляхів їх розв'язання або хоча б забезпечення своєчасного повідомлення про можливі зміни з поясненням їх причин.

Важливо відзначити, що в процесі ділової комунікації працівники мають справу з різними видами управлінської інформації.

***Управлінська інформація** — сукупність відомостей про організаційні процеси, що відбуваються всередині організації та поза її межами і є основою для прийняття управлінських рішень.*

Як зазначає В. Веснін [18], за різними критеріями управлінська інформація поділяється на такі групи:

- за призначенням:
  - одноцільова (пов'язана з розв'язанням тільки однієї проблеми);
  - багатоцільова (використовується для розв'язання багатьох різних питань);
- за ступенем готовності до використання:
  - первісна інформація (сукупність отриманих з певного джерела несистематизованих відомостей, які ще не зазнали необхідного оброблення);
  - проміжна інформація (сукупність даних, на основі попереднього опрацювання яких уже сформульовані висновки про їх подальше використання);
  - кінцева інформація (є основою для прийняття обґрунтованого управлінського рішення);
- за часом зберігання:
  - зафіксована інформація, яка може зберігатися без змін певний час, а у разі необхідності — практично необмежений термін;
  - незафіксована інформація, що може зберігатися без змін незначний час (таку інформацію звичайно використовують у момент отримання);
- за ступенем повноти:
  - часткова інформація (може використовуватися лише в разі сполучення з іншою інформацією);
  - комплексна інформація (дає змогу скласти цілісне уявлення про об'єкт і на підставі цього прийняти виважене управлінське рішення щодо подальших дій стосовно нього);
- за ступенем надійності:
  - достовірна (точно відображає наявну картину в певній справі);
  - імовірна (може мати велику погрішність через неможливість отримати більш точні дані).

Управлінська інформація може бути також класифікована за обсягом, джерелом, віком, способами передання й поширення. Оскільки інформація є надзвичайно важливим ресурсом соціального, економічного й технологічного розвитку кожної організації, забезпечення ефективних ділових комунікацій має бути в центрі уваги всіх менеджерів різних рівнів.

Професійна сфера пов'язана з розв'язанням конкретних ділових питань. Через це будь-яка ділова взаємодія характеризується наявністю таких обов'язкових компонентів:

- єдиного простору й часу;
- загальної мети, спільних мотивів у працівників, які спрямовують їх взаємодію на досягнення цієї мети;
- жорстко регламентованих контактів між ними;
- поділеного на окремі функції загального робочого процесу, причому ці функції закріплено за конкретними учасниками взаємодії;
- індивідуальних дій працівників, які координуються й керуються менеджерами певного рангу;
- знань учасників взаємодії про норми, правила, процедури здійснення запланованої взаємодії;
- передачі й обміну інформації;
- ефективного зворотного зв'язку по вертикалі.

### 3.3. Вимоги до учасників ділового спілкування

Однією з найважливіших вимог до партнерів ділового спілкування є дотримання загальних норм моралі та правил етикету. Це передбачає виявлення кожним із них чесності, щирості, толерантності, поваги до всіх інших співрозмовників, а також усвідомлення загальної відповідальності за результати й наслідки професійних дій (Л. Волченко, О. Проценко [20; 66]).

Зрозуміло, що в діловій сфері конкуренти не завжди можуть відкритися один одному. Однак навіть між ними відносини не повинні ґрунтуватися на неправді й лицемірстві.

У нашій країні з її нестабільною економікою багато підприємців не впевнені в завтрашньому дні, тому в гонитві за додатковим прибутком вони далеко не завжди дотримуються правил ділової етики й узагалі норм моралі. Однак людина, яка прагне заснувати серйозний бізнес, має дуже ретельно дбати про свою репутацію, адже для її створення нерідко потрібні роки, а для руйнування іноді вистачає однієї ситуації, у якій особа повела себе непорядно. Тому важко погодитися з авторами книг, які вважають, що цілеспрямоване створення певних ілюзій у партнера по спілкуванню, маніпулювання його думкою є абсолютно допустимим засобом для досягнення своїх корисливих цілей у бізнесі.

Крім загальних норм ділового спілкування, у кожній професійній галузі діють також свої специфічні правила й закони. Деякі з них можуть бути закріплені на офіційному рівні, наприклад, відображені в статуті, посадових інструкціях чи підписаному працівником індивідуальному контракті; з іншими вимогами фахівця можуть ознайомити усно. Працівникам важливо враховувати, що в будь-якій організації діє своя схема управління, відповідно до якої для кожного з них чітко окреслені функціональні професійні обов'язки, а також визначено місце в системі вертикальних і горизонтальних взаємозв'язків усередині організації.

Незважаючи на те, що ділове спілкування регламентується значною кількістю різних нормативів, його можна вважати синергетичною системою, де кожний фрагмент взаємодії є своєрідною точкою біфуркації, яка може суттєво змінити напрям його подальшого розвитку. Ураховуючи взаємозалежність усіх партнерів ділового спілкування в досягненні поставлених цілей, кожному з них слід усвідомлювати власну відповідальність за результати й наслідки комунікації.

Характерною ознакою ділового спілкування є також наявність комунікативного контролю кожного учасника за іншими учасниками. Особливо актуальним це є для ситуації взаємодії представників з організацій, які конкурують між собою.

Ділове спілкування має формалізований характер. Обов'язковість контактів між співробітниками й діловими партнерами зумовлена необхідністю реалізовувати спільні проекти в професійній справі, тому особисті симпатії чи антипатії між людьми переходять на другий план.

У процесі такого спілкування між його учасниками створюється специфічна офіційна атмосфера, яка передбачає певні ситуативні обмеження. Тому успішна взаємодія партнерів можлива лише за умови вибору ними оптимальної моделі спілкування для кожної конкретної ситуації з урахуванням її часових, просторових і змістових особливостей.

Будь-яка ділова комунікація передбачає й наявність емоційних обмежень. Вони зумовлені передусім тією вимогою, що кожен учасник ділового спілкування, навіть за умови його неефективності, не повинен переходити до з'ясування стосунків. У будь-якій ситуації від нього вимагається виявити максимум терплячості, уміння опановувати себе, сили волі, красномовності, які допоможуть або переконати учасників спілкування у своїй правоті, або знайти інший шлях розв'язання суперечливих питань, котрий задовольнить кожного з них.

У робочі взаємовідносини співпрацівники нерідко вносять певні елементи неформального спілкування, особистісні переживання. Психологи стверджують, що подальший розвиток особистих взаємин колег, особливо якщо їхні посади знаходяться на різних рівнях ієрархічної системи управління організацією, може негативно вплинути на виконання справи, адже підлеглий у такій ситуації може очікувати до себе більш поважливого ставлення від свого керівника, якого він вважає своїм другом.

### **3.4. Культура мовлення й діловий етикет. Особливості дипломатичного протоколу**

Культура мовлення в конкретних ситуаціях регулюється певними правилами, що склалися упродовж довгої історії розвитку суспільства. Сукупність цих правил становить мовленнєвий етикет, який входить у загальну систему етикету.

***Етикет** (від фран. *etiquette*) – встановлений порядок поведінки, сукупність правил, які регламентують зовнішні вияви людської поведінки.*

Перші спроби організованої діяльності щодо навчання людей «гарної» й водночас моральної поведінки науковці відносять до часів Стародавньої Греції. Моральність і краса сприймалися афінянами як цілісна єдність, яку вони відобразили в понятті «калокаганія» (грець. «калос» – прекрасний, «агатос» – добрий).

У ті часи етикету в його класичному варіанті (тобто як сукупності правил регламентації поведінки людини) ще не існувало, а чинні суспільні норми поведінки задавали лише загальний напрям виявлення людських дій і вчинків. Причому в Антиці вважалося, що про благородство чоловіка як відображення його аристократичного походження насамперед свідчить здатність до красномовства. Антична теза про те, що специфіка мовлення людини, зокрема володіння етикетними нормами, є важливим показником її особистісної культури, зберігає свою актуальність і сьогодні. Важливо також відзначити, що принцип «золотої середини», «розумної міри», який був сформульований у часи античної культури, дотепер посідає гідне місце серед інших правил сучасного етикету.

Подальший розвиток суспільних уявлень про бажану поведінку індивіда в суспільстві поступово привів до оформлення етикету як нормативної системи. Уперше слово «етикет» було використано на одному з пишних прийомів короля Людовіка XIV, коли гостям було вручено картки з переліком правил поведінки. Ці правила організовували поведінку осіб при дворі в такий спосіб, щоб максимально вознести короля. Від французької назви картки («етикетка») й виникло поняття «етикет», яким почали позначати суворий порядок та форми поведінки при королівському дворі. Поступово поняття етикету охопило не лише певні правила поведінки в конкретних ситуаціях, але й канони, стандарти способу життя світських феодалів узагалі [20; 57; 66].

Як відомо, строга ієрархічність середньовічного суспільства диктувала різні правила поведінки для представників різних верств населення. Однак призначення етикету обмежувалося лише колом людей, які належали до панівної верхівки суспільства.

Особливий інтерес у цьому плані викликає кодекс моральних норм і стилю життя лицарів як еліти феодального суспільства. Основу правил лицарської поведінки складали: обов'язкове дотримання клятв відносно рівного за рангом, вірності своєму сеньйорові, прагнення слави, щедрості, підтримування зовнішньої краси й багатства вбрання, турбота про свого коня та зброю, оволодіння красномовством, піклування про сиріт, удів та інших людей, які вимагали його допомоги тощо.

Однією з рис лицаря було прагнення перемоги, яке не заважало поважливо ставитися до свого супротивника. Так, середньовічний воїн не мав права відступати в бою, убивати беззбройного супротивника, нападати на ворога ззаду тощо. Якщо супротивник падав з коня чи в нього ламався спис, лицар мав урівняти його шанси для поєдинку, наприклад, зійти зі свого коня чи змінити зброю на ту, яка була в іншого учасника битви.

Важливим обов'язком лицаря була також закоханість у прекрасну даму. Вважалося, що таке почуття облагороджує лицаря та спонукає до нових подвигів. Свою закоханість лицар мав оспівувати в особисто ним складених серенадах та інших ліричних творах.

Лицарський кодекс суттєво вплинув на подальший розвиток етикету, багато правил якого беруть початок саме з часів Середньовіччя. Наприклад, як відомо, сучасні чоловіки під час привітання мають зняти головний убір, а в приміщенні – верхнє вбрання. У свій час аналогічні дії лицаря свідчили про миролюбні наміри їхнього господаря, пізніше перетворившись у зовнішні ознаки ввічливої поведінки. Теперішні норми етикету, які регламентують публічну поведінку між чоловіком і жінкою, також сформувалися під значним впливом етикету Середньовіччя.

Поступове ускладнення правил «хорошого тону» зумовило появу спеціальних посадових осіб, які контролювали дотримання цих правил представниками вищих верств населення, а також педагогів, котрі залучали до встановлених норм поведінки дітей із впливових родин. Виникла також потреба у відповідних навчальних посібниках. Перший із них, який мав назву «Дисципліна клерикаліс», був написаний іспанським священиком Педро Альфонсом. У цій книзі були докладно розписані основні правила поведінки представників духовенства в різних ситуаціях.

Із розвитком буржуазного суспільства формуються нові соціальні пріоритети й цінності, що зумовлюють значні зміни в змісті етикету, усе більше орієнтуючи його на доцільність і життєву корисність.

Водночас формується новий ідеал особистості, що знайшов своє втілення в понятті «джентльмен». Це слово, з'явившись в Англії, швидко поширилося по всьому світу.

Первісно словом «джентльмен» позначалася соціальна категорія чоловіків, яку складали молодші сини знатних і заможних дворян. Оскільки титул та все майно за законом переходили від батька до



старшого сина, інші його сини могли розраховувати в житті лише на себе. Представники цієї соціальної групи, виокремлюючи себе з осіб недворянського походження, називали себе дженпльменами. Поступово цей термін почали використовувати у двох значеннях: 1) як підтвердження знатності роду чоловіка; 2) як показник благородства й моральності особистості без урахування її генеалогічного древа. Пізніше слово «дженпльмен» втрапило соціальний підтекст і дотепер використовується для позначення людини вихованої й порядної, яка успішно засвоїла правила «хорошого тону» (І. Анісімова, Л. Лихачова [8; 44]).

Сучасний етикет, у якому, з одного боку, ввібрано прохи змінені корисні правила з різних епох, а з другого — максимально враховано специфіку сьогоденних реалій, є важливим засобом спілкування та водночас засобом регуляції відносин між людьми. Однак інтенсивні зміни етикету, зумовлені появою нових комунікативних ситуацій у соціумі, призводять до того, що всі його норми засвоїти практично неможливо. Тому фахівці із правил і норм спілкування (Д. Карнегі, І. Анісімова [8; 32] та ін.) рекомендують керуватися у випадках, коли люди не знають, як треба поводитися, такими принципами «хорошого тону»:

- 1) гуманізму, що передбачає виявлення поваги й моральності у взаєминах людей;
- 2) доцільності, яка зумовлює вибір з усіх можливих того варіанта дій, який забезпечить максимальну зручність у конкретній ситуації;
- 3) естетичної привабливості поведінки, що вимагає відмову від тих звичок, які зовнішньо виглядають неприємно для інших людей (колування в носі чи зубах, плямкання за столом тощо);
- 4) єдності форми й змісту вчинку, яка орієнтує людину на зовнішнє привабливе оформлення благородних вчинків.

Дж. Ягер пропонує вважати основними такі правила етикету:

- 1) робіть усе вчасно;
- 2) не говоріть зайвого;
- 3) будьте люб'язні, привітні, доброзичливі;
- 4) думайте про інтереси інших, а не лише про свої потреби;
- 5) одягайтесь відповідно до суспільних норм;

б) говорить і пишеть грамотно [93].

Особливе місце в житті сучасної людини посідає діловий етикет, у якому відображено порядок поведінки працівників у діловій сфері. Засвоєння й дотримання цих правил у професійній діяльності є необхідною передумовою досягнення успіху в професійній сфері.

***Діловий етикет** – це встановлені норми поведінки в професійній сфері; сукупність правил, які регламентують зовнішню сторону ділового спілкування.*

Дотримання під час ділового спілкування правил ділового етикету дає змогу підтримувати взаєморозуміння його учасників, формуючи сприятливу психологічну атмосферу для розв'язання окреслених завдань. Етикет задає загальні межі комунікативної поведінки, виступаючи своєрідним ядром мовленнєвої культури.

Цікаво відзначити: ще у XVIII ст. видатний реформатор Петро I добре розумів, що розвиток відносин між Росією та Європою не може відбуватися ефективно без запозичення західного етикету. Тому він видав наказ, який містив чіпкі вказівки дворянам і боярам стосовно їхнього одягу, зачісок та манер поведінки. За непослух їх суворо карали.

Діловий етикет є результатом привалого відбору правил і форм найбільш доцільної поведінки в різних ділових ситуаціях. У публікаціях наводяться переконливі дані про те, що майже 70 % вигідних для вітчизняних підприємців угод не вдалося укласти через недотримання ними або представниками їхніх делегацій (секретарями, перекладачами) норм ділового етикету, неволодіння мовленнєвою культурою.

Добре усвідомлюючи, яким важливим чинником для успішного ведення справ є ввічливість і культура поведінки співробітників, керівники багатьох зарубіжних фірм витрачають великі кошти на навчання своїх підлеглих правильно поводитися в різних професійних ситуаціях, оволодіння ними культурою поведінки. Адже перевірені та відпрацьовані правила професійної поведінки не лише полегшують фахівцям виконання їхніх професійних обов'язків, але й сприяють досягненню поставлених перед організацією цілей.

На жаль, навіть керівники держав іноді недооцінюють значущість етикету й через це допускають у своїй поведінці серйозні похибки, які одразу ж стають предметом публічних обговорень. Наприклад, у часи свого президентства М. Горбачов прилетів до США з діловим візитом. Його зустрічали в аеропорту імені Кеннеді, була злива. Оточення неприємно вразив такий факт: на відміну від Р. Рейгана, який примавав парасольку над головою своєї дружини, М. Горбачов, який був значно молодшим від тогочасного американського президента, довірив цю справу охоронцеві. На перший погляд може здатися, що цей випадок був маленькою дрібницею, яка не заслуговувала уваги на тлі обговорення більш важливих питань. Але така деталь набула резонансного звучання в зарубіжній пресі. Журналісти довго повторювали ідею про те, що, вочевидь, не все благополучно з етикою й етикетом у тій державі, у якій до першої леді не виявляють належної поваги. І це з урахуванням того, що М. Горбачова як ініціатора реформ «перебудови» в ті часи достатньо тепло зустрічали на Заході.

Підкреслюючи важливість дотримання норм етикету під час ділового спілкування як необхідної передумови його ефективності, А. Панфілова відзначає такі найбільш важливі його правила:

1. Заходячи до приміщення, чоловік має зняти головний убір.
2. Під час першого знайомства необхідно встановити зоровий контакт із діловими партнерами й посміхнутися.
3. На початку офіційної зустрічі першим для привітання подає руку керівник чи той, хто старший за віком, на початку неформальної зустрічі першою подає руку жінка, а чоловік при цьому завжди встає.

4. Жінкам не рекомендується класити сумку на чужий стіл.
5. У процесі офіційного спілкування до всіх партнерів треба звертатися на «Ви» [57].

Як наголошує Н. Формановська [87], кожний працівник має також приділити увагу засвоєнню мовленнєвого етикету, до якого входять сталі словесні сполуки, фрази, які виражають привітання, звернення, прощання і под., а також різним словесним формам ввічливості, які мають використовуватись усіма учасниками спілкування.

Мовленнєвий етикет за допомогою спеціально призначених для цього мовленнєвих формул виконує низку таких важливих функцій:

- встановлення контакту;
- апелятивну (закликання);
- конативну, що дає змогу відобразити рольову позицію людини в комунікативному контакті;
- волюнтаривну, котра забезпечує звернення до співрозмовника з проханням, порадою чи запрошенням;
- емотивну, що пов'язана з вираженням певних емоцій: радості, задоволення тощо.

Мовленнєвий етикет є особливим засобом збереження та трансляції морально-ціннісного змісту професійної діяльності й культури загалом. Він закріплює відносини між людьми, в основу яких покладені толерантність, взаємоповага, скромність та справедливість.

Цей етикет включає також стратегію й тактику оптимальної поведінки: вміти слухати й чути партнера, зберігати мовчання, обирати тему розмови залежно від специфіки наявної комунікативної ситуації. Мовленнєвий етикет регулює не тільки добір словесних форм, але й відповідних інтонацій, які мають їх супроводжувати. Неправильно обраний тон висловлювання може суттєво змінити його підтекст. Є значна кількість вербальних зворотів, які залежно від інтонаційного забарвлення можуть набувати принципово іншої спрямованості: ввічливо-поважливої, образливо-насмішливої і под.

Вербальні формули етикету сприяють також коректним і доречним формулюванням оцінних суджень, пов'язаних з особою партнера, його якостями чи діями. Наприклад, за правилами «хорошого тону» не прийнято робити зауваження людині в присутності інших осіб тощо.

Деякі словесні формули етикету мають значною мірою умовний характер, що передбачає під час комунікативного процесу не враховувати їх буквальний зміст. Прикладом таких фраз є питання про здоров'я, запрошення до столу і т. ін. Зрозуміло, якщо запрошення людини до столу було просто символом ввічливості, то прийняття такого запрошення з її боку буде свідчити про

її невихованість. Недарма в багатьох народів гість сідає за стіл з господарями лише після того, як його кілька разів попросять це зробити. Ці умовні висловлювання звичайно мають діалоговий характер, передбачаючи відповідну реакцію на них: відповісти на запитання, поцікавитися здоров'ям партнера, обмінятися рукоштовнанням тощо.

Важливо також відзначити, що деякі словесні формули є тільки набутком словесного етикету, відображенням ввічливості й не мають іншого значення. Наприклад, такі фрази: «даруйте», «прошу», «дякую», «спасибі» і под.

Крім загальних правил етикету, кожному учасникові ділової комунікації важливо також засвоїти норми словесного етикету, пов'язаного із загальною манерою говоріння, а також стилем мовлення, прийнятого для конкретної професійної групи людей. Існує багато добре відпрацьованих мовних стереотипів, які доречно використовувати в процесі ділового спілкування: «Поважні колеги!», «Пані й панове!», «Бажаємо успіху» та ін. Партнерові по спілкуванню необхідно бути готовим дати відповіді на різні запитання, в тому числі й на таке: «Як справи?» Слід зазначити, що це «чергове» питання не передбачає вислуховування учасником ділової комунікації довгих зізнань людини про реальний стан її професійних й особистісних справ. Тому в цьому разі звичайно використовують нейтральні відповіді: «Дякую, все добре», «Усе нормально». Необхідно поцікавитись у свою чергу: «Сподіваюсь, що у Вас теж усе гаразд?».

Діловий етикет передбачає також використання під час вербального спілкування різних психологічних прийомів: «погладжуваль», «компліментів», використання фраз типу: «Удачі Вам!», «Бажаю успіху», «Ви чудово сьогодні виглядаєте!» тощо. [57].

Відповідно до норм ділового етикету, під час організації ділового спілкування з представниками інших країн треба обов'язково враховувати їхній стиль життя, національні традиції та звичаї. Наприклад, для американців поплескування партнера по плечу є знаком доброго ставлення до нього. Однак здійснення таких дій відносно японця чи китайця може викликати в того негативну реакцію. Японці поводяться з гостями, на перший погляд, навіть надто поважливо, але це не заважає їм скрупульозно пильнувати свої ділові інтереси. Тому перед

поїздкою до іншої держави важливо ретельно вивчити її культурні та етикетні особливості (А. Кібанов, Д. Захаров, В. Коновалова, В. Кукушин [34; 40]).

Крім загальних норм ділового етикету, виділяють також норми дипломатичного протоколу й етикету. Це пов'язано з тим, що однією з важливих форм міжнародних контактів є зустрічі й бесіди керівників державних служб із дипломатичними представництвами з метою підтримання політичних, економічних, культурних, науково-технічних зв'язків між різними державами, розвитку двосторонніх дружніх стосунків між ними. У таких випадках офіційні представники держави мають діяти відповідно до дипломатичного протоколу.

Однак у сучасних умовах поглиблення економічної й культурної інтеграції між народами добре знання протоколу необхідне не лише дипломатам, але й кожному державному службовцю, який займається питаннями міжнародного співробітництва, а також кожному бізнесменові, який прагне успішно працювати із зарубіжними партнерами. Адже добре володіння правилами сучасного дипломатичного та ділового протоколу не тільки забезпечує сприятливий клімат для ділових контактів, але й підвищує престиж держави загалом. .

*Дипломатичний протокол – це сукупність загальноприйнятих правил, традицій, умовностей, яких мають дотримуватися представники урядів, державних представництв за кордоном (посольств, консульств тощо) під час спілкування один з одним.*

Дипломатичний протокол також є формою, за допомогою якої реалізується та чи інша зовнішньополітична акція країни. В основу змісту дипломатичного протоколу покладено принцип «міжнародної ввічливості», що передбачає виявлення поваги до представника будь-якої країни, незалежно від її розмірів та авторитету на міжнародній арені.

Установлені правила й норми протоколу регулюють практично всі зовнішні форми дипломатичної практики. До офіційних заходів відносять прийоми та церемонії, які організують з нагоди національних свят, історичних, ювілейних подій, візитів іноземних делегацій, керівників держав і урядів. У межах дипломатичного протоколу прийоми, офіційні

сніданки, обіди, вечери можуть проводитися керівниками держав, головами уряду, міністрами, посольствами, консульствами, торговельними представництвами держави за кордоном. Прийоми можуть також організовуватися військовими аташе, представниками місцевого військового командування та громадянської влади, щоб вшанувати зарубіжних військових гостей, а також командирами кораблів під час відвідування іноземних баз. Як частина повсякденної дипломатичної роботи проводяться також регулярні дипломатичні прийоми, які дають змогу гостям спілкуватися стосовно зовнішньої політики країни, зміцнюючи її імідж на міжнародній арені, встановлювати ділові контакти з новими партнерами тощо. З дотримання правил дипломатичного протоколу призначаються також голови дипломатичних представництв та військові аташе, відбувається вручення грамот, скликаються міжнародні конференції й наради тощо.

Важливим складником дипломатичного протоколу є дипломатичний етикет. Фахівці говорять: якщо дипломатичний протокол є вираженням добрих манер у відносинах між державами, то дипломатичний етикет є виявом добрих манер у відносинах між посадовими особами, політичними й суспільними діячами як представниками держав. Дипломатичний етикет охоплює порядок звернення до певних офіційних осіб, нанесення візитів, проведення зустрічей, бесід, дипломатичних прийомів, правила переписки тощо. Норми дипломатичного етикету висувають також суворі вимоги до зовнішнього вигляду дипломата, державного службовця чи бізнесмена, а також до його поведінки та манери мовлення.

Порушення норм протоколу й дипломатичного етикету може викликати серйозні ускладнення не лише у відносинах між офіційними представниками різних країн, але й завдати шкоди державним інтересам та взагалі міжнародному співробітництву. Адже під час проведення заходів такого рівня недотримання чинних правил дипломатичного етикету сприймається гостями як вираження неповаги до їхніх країн. Тому дипломатичний протокол треба сприймати не тільки як сукупність правил поведінки для офіційних представників держави, але і як головний політичний інструмент дипломатії (П. Лядов [46]).

Незважаючи на те, що доцільність деяких правил етикету викликає певні сумніви, не можна вагатись, чи обов'язково треба ці правила виконувати. Із цього питання відомий французький дипломат Ж. Камбон писав, що не виконувати їх є такою ж дурістю, як «не знімати капелюха, заходячи до церкви, чи взуття, заходячи до мечеті». Доцільно також навести текст східного прислів'я: «Церемоніал є фіміамом дружби».

Норми дипломатичного етикету передбачають надання уповноваженою особою обов'язкової відповіді на кожний лист, ноту, надіслану візитну картку, вітання тощо, необхідність наявності в офіційному листування (ноті, листі) вступного та заключного комплімента. Вагоме значення в дипломатичній практиці має дотримання принципу старшинства, який залежить не від значущості країни, а від рангу її представника та дати його акредитації. Важливо також пам'ятати, що головною нормою дипломатичного етикету є безумовне дотримання звичаїв і правил країни перебування, її законодавства та встановлених порядків.

Знання та вмінє застосування правил дипломатичного етикету є важливим показником професійної кваліфікації й дипломатичної майстерності фахівця. Оскільки дипломатичний протокол і його норми відіграють важливу роль у міжнародному спілкуванні, строге дотримання цих норм є обов'язком кожного представника держави за кордоном. Без цього неможливо досягти ефективності у будь-яких контактах у межах міжнародного співробітництва.

### 3.5. Проведення переговорів

Переговори є важливим складником ділового спілкування. В основу будь-яких переговорів покладено прагнення переконати представників іншої сторони в доцільності співробітництва на взаємовигідних умовах.

*Переговори* – це форма ділової комунікації з метою обміну думками між її партнерами й досягнення ними згоди з певного ділового питання.



Під час переговорів партнери прагнуть досягти, по-перше, домовленості щодо розв'язання проблеми, у площині якої стикаються їхні інтереси, а по-друге – гідно витримати конфронтацію й водночас не зруйнувати ділові взаємовідносини.

Будь-які успішні переговори проходять у чотири основні етапи: 1) підготовка; 2) проведення; 3) розв'язання поставлених ділових питань, що відображається у відповідному документі (наприклад, у змісті ділової угоди); 4) аналіз підсумків переговорного процесу.

Залежно від складності проблемних питань переговорів і близькості позицій їх учасників переговори можуть відбуватися без ускладнень та швидко завершитися досягненням запланованого результату чи, навпаки, проходити напружено та взагалі не мати успішного кінця. Тому під час будь-яких переговорів важливо не лише керуватися загальними правилами організації такого виду заходів, але й розробляти та впроваджувати спеціальну тактику проведення кожних конкретних переговорів, своєчасно й адекватно реагуючи на будь-які зміни в їх перебігу.

Успішність переговорів значною мірою залежить від ретельності підготовки до них. Тому на цьому етапі важливо чітко сформулювати предмет переговорів і суть проблеми, яка обговорюватиметься, а також скласти приблизний сценарій майбутнього заходу. Фахівці (О. Мирванова, Ю. Палеха, Б. Саркисян, С. Токмін, Т. Токміна [56; 73; 85]) зазначають, що під час планування переговорів важливо:

- чітко осмислити мету переговорів і власну позицію щодо визначеної для переговорів проблеми, виділити ті моменти в дискусії, у яких можна поступитися певними власними вимогами без нанесення суттєвої шкоди інтересам організації;
- спрогнозувати ймовірну позицію опонентів, помітити ті можливі аспекти в діловому спілкуванні, які можуть викликати розбіжності в поглядах, спланувати шляхи їхнього подолання, окресливши для себе можливі межі компромісів у суперечливих питаннях;
- з'ясувати специфіку умов переговорів;
- визначити можливий вплив найбільш авторитетних учасників на перебіг переговорів;
- продумати організацію переговорів.

Важливим організаційним моментом підготовки до переговорів є чітке планування зустрічі запрошених ділових партнерів з подальшою реалізацією цього плану на практиці. Так, якщо гості приїхали з іншого міста, їх треба обов'язково зустріти в аеропорту чи на вокзалі та провести до готелю, а також оперативно розв'язати всі інші актуальні організаційні й побутові проблеми.

Адже виявлення байдужості до організаційних питань може негативно позначитися на настрої учасників, а як наслідок – і на загальних результатах переговорів.

Зрозуміло, що особливу увагу необхідно приділити безпосередньо плануванню процесу переговорів, який традиційно складається з виступів представників різних позицій, наведення вагомих аргументів діловими партнерами для відстоювання власної точки зору й контраргументів їхніми опонентами, а також формулювання актуальних питань та отримання відповідей з боку поінформованих у цих питаннях осіб. На етапі планування важливо також визначитися, який з існуючих методів проведення є найбільш доречним для кожного конкретного випадку. Ф. Хміль [88] називає такі методи проведення переговорів:

- 1) варіаційний метод;
- 2) метод інтеграції;
- 3) метод урівноваження;
- 4) компромісний метод

*Варіаційний метод* передбачає з'ясування відповідей на такі питання:

1. Яке рішення є оптимальним для розв'язання поставленої проблеми в комплексі, без урахування умов його реалізації?
2. Від яких моментів цього «ідеального» рішення можна відмовитися без заподіяння шкоди справі?
3. У чому слід бачити оптимальне розв'язання проблеми щодо очікуваних наслідків, труднощів, перешкод?
4. Як треба реагувати на очікувані пропозиції ділового партнера та якими аргументами доцільно підкріплювати цю реакцію (наприклад, спробувати звузити чи розширити подані пропозиції для забезпечення спільної користі, визначити нові аспекти в проблемі тощо)?
5. Які вимушені рішення, що діятимуть певний обмежений термін, можна прийняти на переговорах?
6. Які ймовірні невігідні пропозиції потрібно буде відхилити й за допомогою яких аргументів?

Подана низка питань допомагає учасникам майбутніх переговорів більш системно підходити до визначення суті проблеми та шляхів її розв'язання.

Під час використання працівниками *методу інтеграції* їхні зусилля концентруються на переконанні партнерів по діловому спілкуванню в необхідності врахування суспільних зв'язків та реалізації існуючої потреби в кооперації. Це зумовлює необхідність відмови від вузьковідомчих

інтересів. Причому, щоб партнер погодився з ідеєю необхідності інтеграції, доцільно цю ідею пов'язати з його професійною метою, а також із можливістю отримання взаємної вигоди для всіх учасників переговорів.

Для застосування *методу врівноваження* важливо визначити переконливі аргументи з конкретними числовими даними, які зможуть переконати опонентів приєднатися до окресленої позиції. Щоб краще зрозуміти свого партнера, корисно спробувати подивитися на проблему переговорів з його позиції та спрогнозувати можливі контраргументи до наведених доказів. Правильне визначення таких контраргументів опонента дає змогу використовувати їх на переговорах із користю для себе.

*Компромісний метод* ведення переговорів передбачає, що за умови недосягнення повної домовленості з партнерами комунікації з окреслених питань, необхідно частково відійти від своїх початкових вимог та сформулювати нові пропозиції в попередньо установлених межах допустимого компромісу. Якщо висунуте компромісне рішення перевищує компетентність когось із учасників переговорного процесу, можна укласти так звану умовну угоду, котра набуває статусу офіційного документа лише після погодження її з керівником відповідного рангу. Звичайно до методу компромісу звертаються в тій ситуації, коли зрив переговорів буде мати негативні наслідки для всіх учасників переговорів.

Період підготовки дає змогу створити сприятливі умови для початку переговорів, серед яких науковці насамперед виділяють такі:

- визначення свого інтересу щодо переговорів кожною зі сторін;
- наявність у представників кожної делегації повноважень для проведення переговорів з певної проблеми та прийняття остаточних рішень;
- сформованість у партнерів достатньої компетентності з обговорюваних питань, а також умінь правильно вести діалог (уміти враховувати інтереси другої сторони, йти на виправдані компроміси тощо);
- відчуття взаємодовіри між партнерами.

Прямий комунікативний контакт між учасниками переговорів починається зі стадії привітання. Звичайно в такій ситуації ділові партнери обмінюються рукоштовпаннями, причому першим подає руку господар. Після недовгої бесіди учасники сідають за стіл і починають переговори.

На першому етапі раціонально організованих переговорів передбачається ознайомлення партнерів з необхідною інформацією стосовно проблеми обговорення, а також чітке визначення інтересів, позицій кожної зі сторін. Слід також проаналізувати співвідношення інтересів кожного з партнерів. Це сприяє більш успішному перебігу ділових переговорів. Після визначення загальних засад переговорів обговорюються найбільш легкі та прості ділові питання, які не вимагають

багато часу для досягнення згоди. Пізніше учасники ділового спілкування переходять до розгляду найбільш складних аспектів проблеми, за якими їхні позиції мають суттєві суперечності.

Оскільки в процесі переговорного процесу необхідно переконати партнера в прийнятті певної пропозиції, всю увагу, красномовство, підбір аргументації потрібно спрямовувати саме на нього. Важливо пам'ятати, що переговори – це форма діалогу, співробітництва, де кожна сторона має вміти не лише говорити, але й уважно слухати.

Обстоюючи свою позицію, кожній особі слід намагатися уникати відкритого спору, оскільки в такій ситуації рідко вдається досягти консенсусу, та уважно стежити за змістом своїх висловлювань. Наприклад, слід уникати фраз на зразок «Я Вам це зараз доведу...», підтекст якої сприймається опонентом звичайно так: «Я краще розбираюсь у цій ситуації». Доцільніше сформулювати свою думку по-іншому: «Я вважав інакше, але я міг помилятися. Давайте разом перевіримо факти...» або «Якщо я вважаю неправильно, сподіваюся, що Ви мене поправите...». Такі фрази не викликають у співрозмовника негативних реакцій. Крім цього, замість слів «безумовно», «вочевидь» та інших, аналогічних за значенням слів, краще використовувати такі фрази: «Мені так здається», «Я вважаю», «На мій погляд» тощо. Не можна також відкрито крипикувати свого партнера.

Зорієнтувати діалог у відповідному напрямі допомагають влучно підібрані запитання.

Звичайно в переговорному процесі використовують такі види запитань:

- 1) запитання стосовно думки партнера з певного аспекту проблеми;
- 2) запитання про факти (їх наявність, конкретизацію тощо);
- 3) навідні запитання, що допомагають звернути уваги на ті моменти, які вимагають уточнення;
- 4) запитання-пояснення (наприклад: «Чи не змогли б Ви пояснити, чому...?»);
- 5) запитання про згоду, які ставляться звичайно наприкінці переговорів і мають за мету з'ясування конкретних умов підписання угоди;
- 6) підсумкове запитання-думка (наприклад: «Ми виклали основні переваги угоди, а що Ви думаєте з цього приводу?»);
- 7) запитання-заява (наприклад: «Якщо ми виконаємо цю умову, ви готові...?»).

Доречні запитання допомагають покращити взаєморозуміння між партнерами й більш ефективно шукати варіанти розв'язання проблеми, які б влаштовували кожного з учасників переговорного акту. Фахівці (Г. Бороздіна, А. Кібанов, Д. Захаров, В. Коновалова [14; 34])

вважають, що для успішного проведення переговорів необхідно також дотримуватися таких порад:

1. Не говорити надто голосно або, навпаки, тихо, надто швидко чи повільно. Надмірно голосне мовлення сприймається партнером як сигнал того, що ним намагаються командувати, а надто тихе мовлення не дає змоги правильно почути слова. Надто швидке мовлення створює в людини враження, що їй спеціально не дають достатньо часу, щоб добре розібратися в проблемі, а надто повільне мовлення — що ви з якимсь метою «тягнете» час.

2. З кожної проблеми, що обговорюється, корисно ще до проведення переговорів знайти фахівця, який за рівнем своєї кваліфікації, досвіду чи посади буде для партнерів по діловому спілкуванню авторитетом у певній галузі. Якщо перед офіційними переговорами цю «ключову фігуру» вдасться перетворити на свого спільника, це може значно полегшити досягнення домовленості з партнерами.

3. Будь-який партнер прагне співпрацювати лише з тією фірмою, у якій панують злагодженість дій, повага і взаєморозуміння між співробітниками, адже інакше значно підвищується ймовірність ризиків. Тому в переговорах, по-перше, мають брати участь керівники відповідного рангу, а по-друге, за будь-яких обставин не можна допускати суперечок зі своїми підлеглими.

Отже, тактика проведення переговорів у цілому зводиться до послідовності таких дій: 1) привернути увагу партнерів до власних ідей та пропозицій; 2) за допомогою грамотно підібраних аргументів пояснити, чому їм вигідно погодитися із запропонованими пропозиціями; 3) за умови їхньої зацікавленості запропонованою справою спробувати розвіяти в них сумніви щодо прийняття пропозиції, в іншому разі — забезпечити спільний пошук компромісних варіантів розв'язання проблеми. Підсумком правильно організованих переговорів має бути наявність у кожного з партнерів переконання в тому, що він отримує вигоду від укладення в майбутньому відповідної угоди, в тексті якої максимально будуть враховані його інтереси.

Рідкісним явищем для переговорів є відсутність суттєвих суперечностей між партнерами. Тому під час проведення переговорів у відносинах між учасниками нерідко прапляються

тимчасова напруженість і непорозуміння. У такій ситуації необхідно спробувати знайти «спільну мову», ретельно контролюючи свої емоції й у будь-якому випадку ставлячись до інших людей з повагою. Треба пам'ятати, що навіть у разі неопримання позитивного результату ділового спілкування треба спробувати зняти негативізм у відносинах та створити доброзичливу атмосферу наприкінці зустрічі, що в майбутньому може стати підставою для продовження ділової співпраці.

Якщо перебіг переговорів був ефективним, на кінцевій його фазі слід коротко повторити основні положення, обговорювані під час діалогу. При цьому особливо наголосити на тих перевагах, які забезпечуються згодою всіх учасників переговорів, а також окреслити ті питання, що вимагають подальшого опрацювання. Як правило, результати ділових переговорів фіксуються у формі протоколу, угоди чи іншого документа, який підписують керівники делегацій. Доцільно також намітити текст майбутньої угоди, а також обговорити перспективи подальшого співробітництва.

Після закінчення переговорів рекомендується ретельно проаналізувати їх перебіг і результати та на підставі цього зробити відповідні висновки на майбутнє. Ф. Хміль [88] рекомендує під час аналізу змісту переговорів звернути увагу на такі аспекти:

- ступінь досягнення цілей переговорів;
- чинники, що стимулювали досягнення цілей переговорів чи, навпаки, запобігали цьому;
- ступінь розуміння учасниками цілей переговорів;
- достатність наданих повноважень;
- свобода дій делегацій на переговорах;
- ефективність використаних аргументів;
- недоліки, допущені в переговорному процесі;
- нові аспекти, що відкрилися під час переговорів;
- чим зумовлене компромісне рішення;
- ступінь реалізації підготовленого плану переговорів;
- активність у переговорах окремих учасників делегацій;
- загальна атмосфера ділового спілкування;
- недоліки, допущені під час підготовки переговорів;
- пропозиції з удосконалення подальших переговорів.

Мистецтво переговорів полягає в тому, щоб максимально корисно використовувати час і відведені на них кошти. Тому вдосконалення стилю та методів ведення переговорів є актуальним завданням для кожного фахівця.

### 3.6. Імідж людини. Роль вербальних і невербальних засобів мовленнєвої культури у його формуванні

Сьогодні створення позитивного особистісного іміджу є актуальною проблемою для кожного спеціаліста, адже від цього значною мірою залежить його професійний успіх.

**Імідж** (англ. *image* від лат. – образ, вид, уявлення, враження) – це образ певної особи (явища чи предмета), який цілеспрямовано формується з метою забезпечення емоційно-психологічного впливу на когось та виступає засобом популяризації, реклами тощо.

Імідж охоплює три групи основних характеристик людини: зовнішній вигляд (привабливість, адекватність зовнішнього вигляду у певній ситуації, поведінка, звички тощо), внутрішній зміст (інтелект, ціннісний потенціал, внутрішня культура), психологічний тип (схильність до лідерства, спрямованість на авторитет, людські взаємовідносини) [57]. Існує незначна кількість харизматичних особистостей, які в силу своїх природних властивостей здатні справити на представників свого оточення сильне позитивне враження. У такому разі їхній позитивний імідж є наслідком цієї харизми. Однак у більшості випадків людині необхідно прикладати активних зусиль для створення позитивного особистісного іміджу й особливо ділового іміджу.

**Харизма** (від грецьк. *charisma* – милість, божий дар) – феномен соціального сприйняття та взаємодії, який наділяє особистість природними властивостями впливати на інших людей і викликати в них беззастережну віру в її можливості.

Слід зазначити, що на створення образу особи значною мірою впливає її самооцінка. Тому здатність фахівця вигідно презентувати власну персону іншим учасникам ділової комунікації свідчить про те, що він, об'єктивно проаналізувавши й адекватно оцінивши свої сильні та слабкі сторони, під час взаємодії вміло наголошує на перших із них і так само майстерно «приховує» свої недоліки. У свою чергу, виявлення індивідумом прагнення до власного самовдосконалення капалізує формування в партнерів думки про те, що він досяг певного рівня самоповаги, сформувався як особистість і має значний потенціал щодо подальшого зростання.

Як зазначають науковці (І. Альохіна, О. Бухаркова, В. Горчакова, Є. Горшкова А. Панфілова, Ф. Хміль, В. Шепель [5; 23; 24; 57; 88; 90]), робота кожної людини над удосконаленням власного іміджу починається з чіпкого визначення мети його створення. На цьому етапі роботи доцільно використовувати різні методи: моделювання бажаного результату запланованих змін, тобто власного «ідеального іміджу», здійснення докладного самоаналізу своїх сильних і слабких сторін як особистості й як професіонала, опитування родичів, друзів, співпрацівників, щоб дізнатися про їх думки щодо своїх характерних властивостей та ін.

Корисно також скласти для себе таблицю, що включає три таких стовпчики: 1) сформовані якості й риси; 2) якості й риси, які б хотілося сформувати; 3) способи досягнення поставленої мети. Заповнення тексту під кожним із цих стовпців дозволяє більш чітко усвідомити завдання, які треба виконати, а також визначити способи й засоби досягнення поставлених цілей.

Наступний етап роботи над створенням іміджу доцільно присвятити плануванню. Цей процес розбивається на окремі фази, для кожної з яких визначаються проміжні цілі, а також способи та приблизні строки їх досягнення. Наприклад, для створення позитивного іміджу можуть бути заплановані певні заходи з метою вдосконалення зовнішнього вигляду (відвідування перукаря, косметолога, дантиста, візажиста та ін.), самоосвіта (вивчення іноземної мови тощо), забезпечення психологічного компонента іміджу (відвідування психологічних тренінгів), засвоєння правил етикету і под.

Під час засвоєння етикетних норм важливо пам'ятати про наявність суттєвих відмінностей у культурах різних народів, через що представники іншого етносу можуть зовсім по-іншому сприйняти імідж спеціаліста, створений ним на батьківщині. Тому людині, яка планує відвідати іншу країну з діловим візитом, важливо доладно вивчити існуючі в цій країні традиції і звичаї і з орієнтацією на них внести у свій зовнішній вигляд та поведінку відповідні зміни.

Кожній особі слід також враховувати, що в основі оцінювання її зовнішності й поведінки іншими особами покладено дві основні потреби: отождоження й вираження індивідуальності. Йдеться про те, що кожна особистість прагне, з одного боку, бути причетною й отождоженюватися



з людьми, схожими на неї, а з другого — не губитися серед наповпу, демонструючи свою індивідуальність. Свою причетність і отождоження з ними вона може виражати за допомогою:

- зовнішнього вигляду (стиль, фасон, вартість одягу чи взуття свідчать про належність людини до певної соціальної групи);
- постави й мови рухів тіла (у представників кожного конкретного етносу вони мають багато спільного);
- манери мовлення (особа звичайно намагається копіювати стиль мовлення представників привабливих для неї спілнот);
- мови (багато соціальних груп мають власний сленг, незрозумілий для інших людей);
- аксесуарів (наприклад, про належність людини до певної соціальної групи сигналізує марка її мобільного телефону чи годинника);
- оточення (найновіший дизайн інтер'єра будинку чи офісу свідчить про те, що їх власник стежить за модою та може собі це дозволити матеріально, що вказує на його високий соціальний статус).

Однак перед відвідуванням певного заходу людині рекомендується враховувати його специфіку. Наприклад, якщо керівник збирається на серйозні ділові переговори, то вибір дорогого ділового костюма є цілком доречним. Але якщо в нього запланована зустріч з представниками профспілки, то в такому разі краще одягнутися більш демократично. Такий вибір краще сприятиме успішності ділової комунікації.

Свою індивідуальність людина відстоює за допомогою тих же засобів, але використовуючи їх інакше:

- зовнішній вигляд (незвичайна стрижка чи одяг дозволяє людині виділитися серед інших);
- постава й мова рухів тіла (у разі незгоди з думкою колективу працівник за допомогою міміки, жестів, пози може повідомити про це оточуючому);
- манера мовлення (манера мовлення людини може стати причиною привернення до неї уваги з боку інших осіб);

- мова (деякі особи за допомогою використання складних лексичних конструкцій намагаються демонструвати свою зверхність над колегами);
- аксесуари (коштовності або дорогі аксесуари є сигналом про рівень фінансового успіху їх господаря);
- оточення (свою індивідуальність можна підкреслити за допомогою різних творів мистецтва, незвичних меблів тощо).

Для створення позитивного іміджу важливо вміти збалансувати зовнішнє виявлення визначених вище основних потреб. Необхідно також враховувати, що формування іміджу вимагає довгої системної роботи над різними сторонами власної індивідуальності. Так, на перше враження про людину значною мірою впливає її зовнішність. Тому діловій людині, яка прагне досягти успіху в житті, не варто ігнорувати поради фахівців спосовно засобів покращення зовнішнього вигляду. Більше того, ретельний догляд за собою повинен перетворитися на сталу звичку людини й передбачати планування її дій, пов'язаних із підтриманням здоров'я та доглядом за зовнішністю (візити до перукаря й дантиста, відвідування тренажерного залу тощо). Як підкреслюють зарубіжні іміджмейкери, якщо працівник стежить за своєю зовнішністю епізодично, то це мимоволі наводить його колег на думку про те, що він може так само епізодично виявляти ретельність і в ділових питаннях. Навпаки, якщо працівник завжди має доглянутий вигляд, тобто його руки, зуби, шкіра відзначаються чистотою й охайністю, він акуратно зачесаний і красиво вдягнений, то його зовнішність свідчить про високу самооцінку та сприяє формуванню в оточуючих думки про його працездатність і надійність.

Важливим складником зовнішньої культури людини є засвоєння мистецтва добре одягатися. Це виявляється через такі вміння:

- 1) підбирати одяг з урахуванням його функціонального призначення, що зумовлює його доречність для певної ситуації;
- 2) під час складення ансамблю одягу не поєднувати в ньому елементи різного стилю (у неформальній обстановці це іноді допускається через віяння моди);
- 3) підбирати кольорову гаму з урахуванням усіх деталей одягу й аксесуарів.

Основою одягу для ділових чоловіків є костюм, що включає піджак і брюки. Усі інші елементи одягу й аксесуари мають бути гармонійним доповненням до нього. Діловий одяг жінки також має відповідати своєму призначенню. Основу гардероба сучасної ділової жінки також складають ділові костюми (жакет зі спідницею, брюками чи сукнею). Однак, залежно від ситуації, допустимо одягати блузу зі спідницею, плетену сукню, джемпер зі спідницею тощо. Традиційними кольорами для ділового одягу вважаються темно-синій, темно-сірий, чорний, синьо-зелений, бежевий, світло-сірий. Правильно підібраний одяг дозволяє приховати вади фігури й підкреслити її переваги.

Як вважають психологи, особа, котра прагне отримати підвищення на службі, має одягатися в такому стилі, який буде доречним для більш високої посади. Вони пояснюють, що, по-перше, це дає керівництву змогу наочно уявити свого підлеглого на цій посаді, а по-друге, навіює йому думку про те, що працівник, який демонструє своїм виглядом високі стандарти й увагу до одягу, аналогічні якості виявлятиме і в роботі.

Крім одягу, важливими елементами іміджу фахівця є його постава й хода. Як вже зазначалося, правильна постава передбачає, що шия й голова природно продовжує тулуб, підборіддя трохи підняте догори, живіт підібраний, руки опущені вздовж тулуба, пальці розслаблені. Така постава сигналізує оточенню про відмінний фізичний стан людини, його цілеспрямованість. Хода має бути вільною, але зібраною й символізувати рішучість і впевненість людини.

Крім зовнішньої привабливості, формування позитивного іміджу людини передбачає засвоєння нею культури мовлення. Допримання фахівцем норм усного й писемного літературного мовлення, правильне використання різноманітних зображувальних засобів у різних життєвих ситуаціях відповідно до поставленої мети є важливими показниками його професійного й культурного рівнів.

Як уже зазначалося, багато інформації про людину можна отримати шляхом вивчення характеристик її голосу, який не дарма називають «другим обличчям». Голос здатний повідомити партнерові про стан здоров'я, почуття, провідні риси характеру його носія і навіть про його географічне і соціальне походження.

Нерідко зустрічаються люди, у яких голос абсолютно не гармонізує з іншими елементами їхнього іміджу. Наприклад, висока повна жінка, яка має тонкий дитячий голос, під час першої зустрічі викликає певне здивування. Але за допомогою виконання спеціальних вправ голос можна певним чином змінити: розширити діапазон, покращити тембр, підвищити його витривалість тощо.

На формування думки про людину впливає також темп її мовлення, який, у свою чергу, суттєво залежить від розставляння пауз. Правильно зроблені паузи, з одного боку, свідчать про свободу й самостійність мислення особи, відчуття нею комфортності під час комунікативної взаємодії, а з другого боку – демонструють повагу до співрозмовників, які отримують можливість під час пауз висловити свої погляди спосовно певного питання.

Імідж людини підвищується й за рахунок чіпкості та ясності її мовлення. Адже нечітке вимовляння слів сприймається оточенням як сигнал про її прихованість і нещирість. А спільне мовлення, в якому звучать зневажливі нотки, свідчить про відчуття особою власної зверхності, а також про відсутність у неї зацікавленості в справі. Тому постійне контролювання правильного вимовляння слів є необхідною умовою для того, щоб людина викликала симпатію й повагу.

Суттєвий вплив на створення іміджу мають такі властивості людини, як ерудованість, комунікабельність, розуміння психології людей, а також дотримання правил етикету. Так, важливою вимогою до кожного працівника є звертання до іншої людини на ім'я й по батькові. Як підкреслював Д. Карнегі, звучання власного імені сприймається людиною як найприємніша мелодія [32].

Розпорядження краще висловлювати у формі прохання. Наприклад: «Я прошу Вас підготувати до завтра...». Хоч у такому разі підлеглий добре розуміє, що насправді йому віддано певний наказ, який треба виконувати, формулювання цього наказу у вигляді прохання сприймається ним як вираження поваги й довіри.

Ще більш ввічливим засобом передання розпорядження є використання запитальної форми. Наприклад: «Шановний Василю Петровичу! Чи змогли б Ви зробити цю роботу до середи?» Надавання підлеглому права вибору стимулює створення в організації атмосфери партнерства та взаєморозуміння.

Ефективним прийомом для покращення власного іміджу керівника є також усне формулювання наказів без використання особових займенників на зразок «Я хочу...», «Мені важливо...», щоб у співпрацівників не складалося враження, що вони працюють для задоволення власних потреб їхнього шефа. Адже насправді йдеться про колективне розв'язання поставлених перед фірмою завдань.

Отже, робота людини над удосконаленням власного іміджу обов'язково має включати системну роботу щодо подальшого засвоєння культури мовлення. Важливо пам'ятати, що демонстрування лексичного багатства, дотримання існуючих правил поведінки й мовленнєвого етикету є важливою ознакою респектабельності й вихованості людини.

У роботу над іміджем має також обов'язково входити оволодіння мистецтвом самопрезентації, тобто вмінням самоподачі. У наукових працях визначається, що самопрезентація – це те, як людина себе подає; це керування враженням, яке вона справляє на інших людей; це поведінка особи з метою демонстрації іншим людям власної позиції, характеру, знань, умінь тощо.

*Самопрезентація (еквівалент американського поняття «own presentation» – презентація себе) – це вербальна й невербальна демонстрація власної персони в системі зовнішніх комунікацій.*

Головною метою «штучної презентації» є завоювання індивідумом лояльності до власної персони з боку референтно значущої для нього групи людей. Існує багато різних способів самопрезентації, але психологи рекомендують у будь-якому разі дотримуватися такого алгоритму:

1. Здійснення попереднього аналізу групи майбутніх співрозмовників чи аудиторії, на яку буде спрямований процес самоподачі.
2. Побудова стратегії вербального та невербального виявлення власної особистості відповідно до конкретного місця самопрезентації й часових термінів її реалізації.
3. Контроль і коригування власних дій відповідно до ситуації.

#### 4. Реалізація «природної самопрезентації» поза контекстом «штучної».

Для молодих фахівців важливим етапом у їхній кар'єрі є проходження співбесіди з потенційним працедавцем, яка є обов'язковим складником випадком переговорів і звичайно передбачає проведення кандидатами самопрезентацій. Для того, щоб співбесіда пройшла для кандидата успішно, фахівці (Р. Вердербер, Є. Михайлова [17; 52] та ін.) рекомендують:

1. Зібрати про компанію, в якій він хоче працювати, якомога більше інформації, а потім чітко сформулювати для себе, яку користь він може їй принести.
2. Підготувати резюме, рекомендаційні листи, копії дипломів ліцензій та інших документів, які підтверджують його кваліфікацію.
3. Бути готовим назвати прізвища та телефони осіб, які рекомендували його, попередньо узгодивши це питання з ними.
4. Дізнатися про точне місце розташування фірми й розрахувати час на дорогу, щоб не запізнитися на співбесіду.
5. Скласти список імовірних запитань і ретельно відпрацювати відповіді на них.
6. Підготувати власні запитання.
7. Підготувати відповідь на запитання про бажану заробітну платню.
8. Підібрати одяг, який відповідає іміджу фірми, а також продумати інші елементи своєї зовнішності;
9. Продумати свою поведінку.

Проведення такої попередньої роботи дасть змогу кандидатові на співбесіді позиціонувати себе в очах її організаторів як гідного претендента на запропоновану посаду. Важливо також пам'ятати, що перше враження про кандидата складається протягом перших 3-4 хвилин, решту часу інтерв'юер звичайно присвячує тому, щоб переконатися в його правильності. Тому, з одного боку, поведінка кандидата має бути спокійною й упевненою, а з другого – він має добре продумати кожне своє слово, міміку, жести тощо.

Під час проходження співбесіди доцільно також врахувати такі поради іміджмейкерів:

1. Приємне враження про кандидата справляє правильний вибір дієслів. Так, реальні результати підтверджують такі слова, як *виконав, зробив, ініціював, отримав* тощо. Такі слова, як *працював, відповідав, брав участь* і под. дають уявлення переважно про функції, які виконував фахівець, а не про його досягнення.

2. Демонструвати наявність внутрішнього локусу контролю, тобто готовність брати відповідальність за свої дії та їхні наслідки.

3. Стежити за своєю поведінкою, яка демонструє впевненість у собі та працездатність.

4. Вітаючись, обов'язково дивитися в очі співрозмовникові.

Важливо пам'ятати, що в реальному житті результати співбесіди залежать навіть не стільки від продемонстрованого рівня професійної підготовки, стільки від того, яке суб'єктивне враження претендент справив на своїх співрозмовників. Як свідчить практика, найчастішими причинами для відмови претендентам є такі:

- 1) «жалюгідний зовнішній вигляд»;
- 2) «манери всезнайки»;
- 3) «мало знань за спеціальністю».

Зрозуміло, що в кожній співбесіді є свої нюанси, утім усі вони мають і багато спільних моментів. Адже кожен керівник хоче працювати з підлеглим, який не лише має високу кваліфікацію, але є порядною, енергійною людиною, котра зможе гідно репрезентувати його організацію.

### **3.7. Використання засобів мовленнєвої культури для організації PR-акцій**

Успішність функціонування будь-якої фірми значною мірою залежить від місця, яке вона посідає на діловій арені. Одним із засобів створення позитивного іміджу організації є розроблення і впровадження в життя системи публік рилейшнз (PR), яка спрямована на встановлення зв'язків

із громадськістю та передбачає здійснення багаторазової діяльності з метою формування в ділових партнерів і споживачів довіри до організації та її повару. Розрізняючи маркетинг і паблік рилейшнз, відомий зарубіжний фахівець у цих галузях Ф. Зейпель відзначив: якщо маркетинг «продає» якийсь продукт організації, то PR «продає» саму організацію.

*Паблік рилейшнз (public relation (PR) – зв'язки із громадськістю) – управлінські дії зі встановлення й підтримання взаємовигідних відносин між організацією і громадськістю, від настроїв і міркувань якої залежить успіх чи неуспіх цієї організації.*

Як свідчить практика, діяльність у сфері побудови зв'язків із громадськістю є важливим складником їх стратегії розвитку, засобом мобілізації внутрішніх резервів і реалізації власних можливостей. Сучасна концепція PR полягає в поширенні правдивої інформації про діяльність фірми, налагоджуванні взаємодії та взаєморозуміння між нею і громадськістю. Практичні аспекти концепції зв'язків із громадськістю фахівці (І. Д. Дороті, Г. Почепцов, І. Синяєва [27; 57; 65; 78]) поділяють на три групи. Перша з них включає активні дії з метою забезпечення доброзичливого ставлення до фірми з боку громадськості, формування позитивної оцінки результатів її професійної діяльності. Друга група аспектів передбачає організацію зусиль для збереження репутації фірми за рахунок сприятливого внутрішнього мікроклімату в трудовому колективі, дотримання працівниками гідного стилю поведінки, відмову від тих напрямів у роботі, які можуть завдати шкоди споживачам. Третя група аспектів практичної реалізації PR зорієнтована на використання таких форм і методів психологічної взаємодії всередині фірми й за її межами, які дають змогу виховувати в кожному її представникові почуття корпоративної соціальної відповідальності, гордості й зацікавленості не тільки в результатах своєї праці, але й у її користі для суспільства.

Зарубіжні фахівці виділили такі основні принципи, які треба враховувати під час організації PR-кампаній:



- широке використання національної та іншої емоційно забарвленої символіки, застосування продуманих лозунгів, які легко запам'ятати;
- випередження опонентів в інтерпретуванні подій, своєчасна організація дій, котрі здійснюють емоційний вплив на публіку;
- постійний і безперервний вплив на думку громадськості за допомогою всіх можливих контактних каналів;
- забезпечення відкритої і чесної інформації про стан справ фірми;
- спирання на об'єктивні закономірності масової свідомості та стосунки між людьми;
- повага індивідуальності, орієнтація на людину та її творчі можливості.

Створення позитивного іміджу фірми є цілісною системою дій, які треба здійснювати в такій послідовності:

1. Аналіз зовнішнього середовища. Його проведення спрямовано на визначення інтересів споживачів, ділових партнерів, громадських інтересів, які частково відображаються в засобах масової інформації та інших сферах.
2. Аналіз зв'язків організації із зовнішнім середовищем. Під час здійснення такого аналізу важливо встановити, наскільки ефективною є існуюча політика фірми в галузі PR, наскільки вона диференційовано враховує інтереси різних груп споживачів тощо.
3. Виявлення проблем і загроз для діяльності організації. Виявлення існуючої проблеми починається з її ідентифікації, тобто формулювання її сутності у словесній формі. Визначення цієї проблеми передбачає опис таких характеристик наявної ситуації: де саме, коли й чому вона виникла, кого вона стосується, а також чому ця проблема хвилює громадськість. Потім передбачається проведення ситуаційного аналізу, який спрямований на встановлення внутрішніх і зовнішніх чинників виникнення проблеми. Як приклад, можна зазначити, що до внутрішніх чинників належать конкретні посадові особи, причетні до виникнення окресленої проблеми, а до зовнішніх — дані про те, яку саме інформацію про цю проблему використовують ЗМІ і яким чином. Після здійснення такого аналізу відбувається розроблення й реалізація програми її розв'язання.

Зрозуміло, що здійснення організацією продуманої, системної й цілеспрямованої політики встановлення зв'язків із громадськістю допомагає запобігти серйозних ускладнень у її роботі.

4. Формування нової політики зв'язків із громадськістю. Така політика, що формується на підставі визначення існуючих загроз для функціонування фірми, має орієнтуватися на досягнення її цілей і завдань у зовнішньому середовищі, а також передбачати проведення моніторингу його стану.

5. Формування нових або підтримка наявних відносин між організацією й її зовнішнім та внутрішнім середовищем. Ідеться про забезпечення цілеспрямованого впливу на навколишнє середовище за допомогою використання різних структурних засобів (створених у фірмі органів чи центрів зв'язків із навколишнім середовищем тощо), управлінських процесів (планування розвитку зовнішніх відносин і под.), про систему комунікацій (усі компоненти інструментарію взаємозв'язку із зовнішнім середовищем), фірмову поведінку (щоденне впровадження певних соціально значущих еталонів професійної поведінки) та фірмовий дизайн (фірмові й товарні знаки, фірмовий одяг тощо), а також забезпечення ефективного управління власним персоналом.

У відповідній літературі (І. Альошина, В. Королько, Т. Лебедева, І. Синяєва, Ф. Хміль [6; 36; 43; 78; 81; 88] та ін.) описуються різні засоби й технології проведення PR-технологій. Найчастіше використовують такі з них:

- 1) наділення новим змістом чи функціями відомих речей;
- 2) запрошення на певні заходи організації естрадної зірки чи іншої відомої публічної особи;
- 3) поширення товару в колах, які суттєво впливають на формування моди;
- 4) розповсюдження зразків продукції на урочистих заходах;
- 5) роздавання на вулицях рекламних матеріалів;
- 6) ініціювання позитивних за змістом публікацій у колонці «Піпки» місцевої газети;
- 7) ініціювання появи у ЗМІ публікації з розкриттям переваг продукції фірми;
- 8) організація аналітичного засідання з обговоренням стратегії й тактики роботи організації із забезпеченням запланованого розголосу інформації про його зміст;

- 9) презентація нового товару працівникам ЗМІ та журналістам;
- 10) організація святкового заходу, приуроченого до якоїсь важливої для фірми дати за участю відомих публічних людей;
- 11) організація анонімного випоку інформації з метою звернення уваги на слабкі сторони конкурентів;
- 12) проведення екскурсій для працівників ЗМІ;
- 13) проведення прес-конференції з презентацією нової продукції фірми;
- 14) опитування споживачів з опублікуванням його результатів у пресі;
- 15) системне подання інформації про діяльність фірми організаціям, які займаються інформаційним сервісом.

Оскільки організація взаємозв'язків фірми з громадськістю здійснюється за допомогою різних засобів ділової комунікації, деякі науковці взагалі визначають PR як систему складного різновиду ділового спілкування, переконання, мистецтва встановлення напрямів комерційної діяльності. Грамотне використання методів ділового спілкування з урахуванням норм мовленнєвої культури і практичного досвіду дозволяє фахівцям PR вирішувати такі завдання:

- встановлювати корисні контакти з громадськістю, органами влади, акціонерами, споживачами, вигідними інвесторами та постачальниками з метою формування позитивного ставлення до роботи фірми;
- створювати сприятливі умови для успішного просування товарів і послуг на ринку за умови мінімізації сукупних витрат і ринкової конкуренції;
- популяризовувати фірму, її комерційну діяльність через проведення відповідних заходів (ділових зустрічей, днів відкритих дверей, презентацій тощо).

У практиці організації PR-акцій традиційно використовують такі форми ділового спілкування:

- брифінг — коротка, стисла в часі інструктивна зустріч керівництва організації з журналістами із запрошенням представників органів державної влади, яка має повідомний характер;

- поточний прийом – має за мету проведення щоденної роботи з клієнтами;
- представницький прийом – присвячується певним важливим датам для фірми; найбільш важливі з них відбуваються з дотримання норм дипломатичного протоколу й етикету;
- презентація – різновид прийому, на якому відбувається представлення широкій аудиторії фірми чи нової продукції вже відомої фірми;
- день відкритих дверей – захід, який організується з метою ознайомлення всіх бажаючих з діяльністю організації, її планами, а також для відповідей на запитання, що виникли в гостей;
- круглий стіл – одна з форм обговорення ідеї, проблеми; має значення для широких кіл громадськості; учасниками круглого столу є авторитетні представники науки, бізнесу, суспільних і державних організацій;
- прес-конференція – звичайно організовується для з'ясування суперечливих питань із громадськістю з метою привертання її уваги до якоїсь актуальної проблеми [78].

Використання вищеназваних форм ділового спілкування буде успішним лише в тому разі, коли організатори PR-акцій, з одного боку, дотримуватимуться загальних норм мовленнєвої культури, а з другого – будуть максимально враховувати специфічне призначення цих заходів. Слід також пам'ятати, що на таких заходах під час спілкування із працівниками ЗМІ не можна недооцінювати їх загальну ерудицію. Оскільки деякі з них добре розбираються в спеціальних питаннях бізнесу, вони можуть ставити співрозмовнику запитання, які, на перший погляд, можуть здатися навіть примітивними. Однак за цією майже дитячою наївністю може приховуватися гострий розум, який дозволить журналістові пізніше поставити складне і навіть жорстке питання стосовно тих речей, в яких він сам може бути не компетентним. Якщо представник фірми добре не підготувався відповідати на запитання такого плану, він може опинитися в досить неприємній для себе ситуації. Слід також намагатися кожен свою відповідь зробити простою й доступною для кожної людини, бо інакше вона може бути неправильно витлумачена аудиторією.

## Практикум

1. Для організації ділової гри група формулює певну проблему для ділових переговорів. Потім студенти розбиваються на дві підгрупи – «ділові делегації», кожна з яких формулює свої пропозиції щодо розв'язання визначеної проблеми з урахуванням інтересів своєї «фірми». Під час «проведення переговорів» представники делегацій, переконуючи партнерів у правильності своєї позиції та її вигідності для протилежної сторони, намагаються знайти вирішення проблеми, яке буде влаштовувати працівників обох фірм.
2. Студентам пропонується обрати якусь актуальну для них ділову проблему, а потім організувати її колективне обговорення з дотриманням норм ділового етикету. Після обговорення підбиваються колективні підсумки, наскільки успішно вдалося виконати завдання.
3. «Доброволець» сідає на стілець перед аудиторією, а решта студентів чесно й відверто розповідає йому, що вони про нього думають, які його якості їм подобаються, а які, навпаки, не подобаються, які зміни в зовнішності чи поведінці були б для нього доцільні. Потім цей «доброволець» ділиться своїми враженнями від оцінки його якостей, пояснює, з якими з них він погоджується, а з якими – ні.
4. Група обирає декілька студентів, які будуть «організаторами» співбесіди для прийому на роботу. Решта студентів по черзі «братиме участь» у співбесіді. Потім організовується колективне обговорення за такими питаннями: Чи впоралися зі своїм завданням «організатори» співбесіди? Хто зі студентів – «кандидатів на посаду» – був найбільш переконливим? Які дії учасників найбільше сподобалися й чому? З якими діями не можна погодитися й чому?
5. Студентська група поділяється на мікрогрупи. Кожна з них готує відповідь на таке питання: Які заходи ви рекомендували б для PR-кампанії? Потім спільно обговорюється, які пропозиції були найбільш цікавими й перспективними.

#### **Питання для самоконтролю та завдання**

1. У чому полягає сутність ділового спілкування? Чим ділове спілкування відрізняється від побутового?
2. Схарактеризуйте структуру ділового спілкування.
3. Що таке «управлінська інформація»? Які групи інформації вона включає?
4. Визначте основні вимоги до учасників ділового спілкування.
5. Розкрийте значення понять «етикет» і «діловий етикет». Як пов'язані між собою культура мовлення й діловий етикет?
6. Що таке мовленнєвий етикет і які функції він виконує?
7. Схарактеризуйте особливості дипломатичного протоколу.
8. Яке призначення мають переговори? Які етапи включає підготовка та проведення переговорів?
9. Які методи проведення переговорів визначені в науковій літературі? Схарактеризуйте кожний із них.
10. Розкрийте зміст поняття «імідж людини». Опишіть роль вербальних і невербальних засобів мовленнєвої культури у формуванні особистісного іміджу.
11. Що таке «харизма»?
12. Поясніть термін «самопрезентація». Схарактеризуйте алгоритм процесу самопрезентації.
13. Як фахівці рекомендують готуватися до співбесіди?
14. Які поради дають психологи щодо поведінки під час проходження співбесіди?
15. Що таке «паблік рилейшнз» (public relation, PR)?
16. Які форми ділового спілкування традиційно використовують у практиці організації PR-акцій?
17. На окремому аркуші паперу опишіть, яку форму одягу Ви обрали б: а) для співбесіди з метою прийому на роботу; 2) для участі в переговорах; 3) для ділової вечери. Знайдіть відповідні рекомендації фахівців із цього питання й перевірте, наскільки правильний вибір Ви зробили.

18. Запишіть на диктофон текст своєї самопрезентації. Потім прослухайте запис. Які позитивні моменти Ви відзначили? Які недоліки Ви знайшли?
19. Організуйте свою самопрезентацію перед дзеркалом, уважно слідкуючи за своїми невербальними виявленнями (мімікою, жестами тощо).
20. Розробіть сценарій будь-якої PR-акції.

**Тест «Чи правильно Ви розумієте значення жестів  
під час проведення ділових переговорів?»**

Для перевірки, чи правильно Ви сприймаєте значення жестів під час ділових переговорів, оберіть із запропонованих варіантів відповідей ті, які Ви вважаєте правильними:

1. Ваш співрозмовник сидить, відкинувшись на спинку стільця, схрестивши руки на грудях, кулаки списнуті. Він:
  - а) захищається;
  - в) незручно сидить на стільці;
  - с) поступово починає сердитися на вас.
2. Ваш співрозмовник, схоже, розслабився, він Вас майже не слухає. Поки Ви говорите, він чіпляється ногою за ніжку стільця. Він:
  - а) засинає й намагається перемогти дрімоту;
  - в) запалений Вашими пропозиціями;
  - с) байдужий до Ваших пропозицій.
3. Раптово Ваш співрозмовник підводиться, хапає інший стілець та сідає на нього верхи. Він використовує його як:
  - а) щит;

- в) засіб оборони;
- с) за його допомогою він ніби «зважує» Вашу пропозицію.

4. Ваш співрозмовник підпирає рукою підборіддя, підпримуючи долонею щоку й поставивши палець на скроню. Він:

- а) втомився;
- в) оцінює Ваші пропозиції;
- с) нудьгує.

5. Ваш співрозмовник Вас слухає, а потім повертається на стільці до дверей. Він хоче:

- а) подивитися у вікно;
- в) розім'ятися;
- с) щоб бесіда швидше закінчилася.

6. Ви поміпили, що очі Вашого співрозмовника блукають кімнатою, зупиняючись то на картині, то на вікні. Це ознака того, що:

- а) йому незручно;
- в) на нього справила враження обстановка офісу;
- с) йому вже не цікаво.

7. Ваш співрозмовник нахилився вперед, він практично сидить на краю стільця. Це означає, що:

- а) Вам час закінчувати промову;
- в) співрозмовник дуже зацікавився;
- с) йому незручно сидіти.

8. Ваш співрозмовник розстебнув піджак. Це означає, що:

- а) йому спекотно;



в) він нервує;

с) він відчуває до Вас симпатію, приятельські почуття.

9. Ваш співрозмовник знімає окуляри й покусує дужку. Потім хлопає себе по підборіддю, встає і починає ходити по кімнаті. Він дивиться перед собою, але не розглядає окремі предмети. Це означає, що:

а) він приймає рішення;

в) він «зважує» різні можливості;

с) він хоче піти.

*Ключ до тексту:* правильні відповіді:

1а) Ваш слухач неусвідомлено встановив захисний бар'єр. Він відкидає те, що Ви йому говорите.

2с) Такі рухи – явна ознака байдужості. Йому зовсім не цікаво, що Ви говорите, і він намагається влаштуватися зручніше.

3а) Стілець служить щитом. Можна вважати, що співрозмовник не приймає Вашу пропозицію. Пробуйте застосовувати інший підхід.

4в) Добра ознака. Співрозмовник серйозно обмірковує Вашу пропозицію. Він явно зацікавлений.

5 с) Слухач хоче, щоб зустріч закінчилася якомога швидше. Він зовсім втратив інтерес до Вашої пропозиції.

6с) Ще одна ознака того, що співрозмовникові не цікаво. Якщо в цій ситуації людина не дивиться Вам в очі, то ця ознака свідчить про її байдужість.

7в) Він хоче співпрацювати з Вами.

8с) Це означає, що Ваш співрозмовник відчуває симпатію, приятельські почуття до Вас.

9а) Співрозмовник замислився над Вашою пропозицією. У цей момент краще дати можливість йому подумати й не відволікати його. Він достатньо зацікавлений.

### Тест «Підготовка до співбесіди»

Під час підготовки до співбесіди фахівці рекомендують відповісти собі на такі запитання:

1. Як Ви використовуєте свою посмішку?
2. Чи вдається Вам стояти (сидіти) прямо?
3. Чи є у Вас зоровий контакт зі співрозмовником?
4. Чи не виглядаєте Ви знервованим?
5. Як Ви використовуєте свої руки?
6. Як Ви заходите до кімнати?
7. Чи є Ваше рукоштовання сильним і діловим?
8. Ви стоїте надто далеко чи надто близько до людей, із якими розмовляєте?
9. Чи торкаєтесь Ви людини, коли з нею розмовляєте?

Після отримання відповідей перевірте, як ці відповіді інтерпретують фахівці.

*Позитивні сигнали:*

1. Сидите (стоїте) прямо, ледь нахилившись уперед, із виразом справжнього інтересу.
2. Під час спілкування спокійно та впевнено дивитесь на співрозмовника.
3. Фіксуєте на папері ключові моменти бесіди.
4. Коли слухаєте, перебуваєте у «відкритій позі»: руки на столі, долоні витягнуті вперед.
5. Під час розмови використовуєте «відкриті жести»: руки відкриті чи підняті догори,

наначе Ви пояснюєте якусь думку колегам.

6. Посміхаєтесь, щоб зняти напруження.

*Негативні сигнали:*

1. Крутитесь на стільці.
2. Не дивитесь на співрозмовника.
3. Малюєте що-небудь на аркуші.
4. Відвертаєтесь від партнеру по спілкуванню й уникаєте зустрічі з ним поглядом.

5. Руки на грудях та нога закладена на ногу (захисна поза).
6. Використовуєте «закріплені жести» чи жести-погрози (наприклад, махаєте вказівним пальцем, щоб відстояти свою думку).
7. Сидите з байдужим виглядом (бурчите).

## РОЗДІЛ 4

### КУЛЬТУРА

### МОВЛЕННЯ ПЕДАГОГА

#### 4.1. Специфічні особливості та функції педагогічного спілкування

Ефективність професійної діяльності педагога переважно визначається рівнем сформованості в нього майстерного спілкування з іншими учасниками навчально-виховного процесу. Педагогічне спілкування є різновидом ділового спілкування. Це комунікативна взаємодія викладача (вчителя) зі студентами (учнями), їхніми батьками й колегами, спрямована на оптимізацію навчально-виховної діяльності. Вона передбачає встановлення педагогом контакту з аудиторією, оцінювання наявної ситуації, пізнання учнів (чи студентів) і організацію впливу на них, обмін інформацією, переживаннями та способами дій, а також управління власною професійною поведінкою. Причому в будь-якій ситуації, тобто коли спілкування пояснює дію, коментує її чи є наступним етапом після її здійснення, педагогічне спілкування є важливим чинником розвитку взаємовідносин учасників спілкування, джерелом їхнього самопізнання й саморегуляції.

***Педагогічне спілкування** – це взаємодія суб'єктів педагогічного процесу, спрямована на суттєві зміни властивостей, станів і поведінки її учасників.*

За допомогою педагогічного спілкування здійснюється трансляція певного суспільного й професійного досвіду від викладача до тих, хто навчається, а також відбувається обмін особистісними характеристиками, пов'язаними з досліджуваними об'єктами й життям узагалі. Тому таке спілкування виконує провідну роль у формуванні особистості молодшої людини, її самосвідомості, ціннісних настанов і способу життя загалом. Порівняно з іншими різновидами ділового спілкування, педагогічне спілкування має свої специфічні особливості, які виявляються, з одного боку, у забезпеченні партнерства, рівності психологічних позицій усіх його учасників, кожний із яких має сприйматися партнером як унікальна особистість із тільки їй припamанними думками, життєвими ідеалами тощо, а з другого боку – в асиметричності педагогічної взаємодії, зумовленій різними ролями педагога й того, хто навчається: перший організовує взаємодію, а другий – сприймає та залучається до неї. Слід також зазначити, що кожний учасник навчально-виховної комунікації перебуває в подвійній позиції: він впливає на всіх інших учасників спілкування і водночас сам є об'єктом впливу з боку цих людей, сприймаючи їхні ідеї, судження, почуття й відпрацьовуючи своє ставлення до них.

Феномен педагогічного спілкування розглядається в науковій літературі у двох аспектах:

- як комунікативна діяльність, спрямована на організацію відносин педагога з іншими учасниками взаємодії;

- як управління спілкуванням студентів чи школярів у їхньому колективі.

Деякі науковці (Н. Бутенко, Н. Волкова, І. Зязюн, В. Семиченко, Н. Тарасевич [15; 19; 55; 61; 76]) у своїй працях зазначають, що в навчально-виховному процесі педагогічне спілкування виконує такі основні функції:

- контактну (встановлення контакту як стану обопільної готовності його учасників до передання та приймання інформації, обміну діями);

- спонукальну (стимулювання активності студентів чи учнів у навчальній роботі, їх орієнтація на певні дії та вчинки);

- координаційну (забезпечення узгодження дій для результативної колективної діяльності);

- пізнавальну (сприйняття нових чи уточнення вже відомих знань, пізнання внутрішнього стану співрозмовника, вивчення навколишнього світу та себе);

- експресивну (здатність здійснювати емоційний вплив на співрозмовника, збуджувати в нього певні переживання);

- встановлення стосунків (усвідомлення своєї ролі у встановленні доброзичливих і щирих відносин з усіма учасниками педагогічного процесу);

- організації впливу (забезпечення запланованих змін у думках, стані, поведінці, досвіді, цілісно-мотиваційній сфері молоді);
- управлінську (керування своєї поведінкою й діями осіб, які навчаються).

Таким чином, педагогічне спілкування є поліфункціональним явищем, у якому обмін інформацією та ставленням забезпечує комунікативний аспект спілкування, пізнання особистості й самоутвердження – перцептивний, а організація взаємодії – інтерактивний аспект спілкування. У свою чергу, в науковій та навчальній літературі наводяться різні класифікації різновидів педагогічного спілкування. Наприклад, Н. Бутенко [15] виділяє такі різновиди педагогічного спілкування:

- безпосереднє спілкування між студентами (учнями) й викладачами;
- спілкування, що забезпечує підготовку до майбутньої навчально-виховної діяльності;
- спілкування як засвоєння досягнень духовної культури;
- опосередковане спілкування в процесі читання чи писання, перегляду телевізійних передач, прослуховування учнями (студентами) магнітофонних стрічок тощо.

Такі учені, як (І. Зязюн, Л. Крамущенко, В. Семиченко, Н. Тарасевич, Н. Волкова [19; 61]) також розрізняють функціонально-рольове й особистісно орієнтоване педагогічне спілкування. У першому випадку йдеться про ситуацію, коли інші його учасники сприймаються педагогом як об'єкти педагогічного впливу. Таке спілкування є суто діловим, стандартизованим, зорієнтованим на виконання поставлених завдань без урахування індивідуальних потреб особистості.

Особистісно орієнтоване спілкування, навпаки, передбачає ставлення педагога до молодих людей як до повноправних партнерів та автономних суб'єктів взаємодії. Воно зорієнтовано насамперед на створення оптимальних умов для гармонійного розвитку кожної індивідуальності, врахування її індивідуальних інтересів і прагнень. Реалізація особистісно орієнтованого спілкування передбачає виявлення педагогом відкритості, щирості, ініціативності, демонстрації визнання неповторності кожного суб'єкта навчально-виховної взаємодії, інтересу до їхніх думок, готовності в разі необхідності надати учням чи студентам індивідуальну допомогу в розв'язанні

їхніх життєвих проблем, стимулювання кожного з них до формулювання індивідуальних освітніх цілей та їхнього досягнення.

Особистісно орієнтоване педагогічне спілкування ґрунтується на таких принципах:

- виявлення самоцінного ставлення до іншої особистості, врахування особливостей її індивідуальної життєвої траєкторії, персональних цілей, прагнень, ціннісних орієнтацій тощо;
- упровадження «Ви-підходу», що вимагає попереднього з'ясування прагнень, очікувань кожного студента чи учня, забезпечення спільного пошуку шляхів розв'язання існуючої проблеми;
- виявлення педагогічної толерантності, розуміння того, що кожна особа має право на власні погляди й переконання, які можуть суттєво відрізнятися від позиції інших учасників взаємодії;
- демонстрація референтності, що передбачає виявлення поваги до інших учасників педагогічної взаємодії, віри в їхні можливості, наголошення на їхніх сильних сторонах;
- проникнення у світ почуттів і переживань, готовність приєднатися до позиції співрозмовника.

В основу особистісно орієнтованого спілкування покладено педагогічний діалог. Такий діалог передбачає забезпечення суб'єкт-суб'єктної взаємодії на засадах виявлення кожним із її учасників щирості та ініціативності, що дає змогу організувати їх ефективний взаємовплив.

***Педагогічний діалог** – дія в педагогічному процесі, яка створює можливість для кожного її учасника самовиразитися в спілкуванні.*

Діалогічний характер педагогічного спілкування реалізується шляхом дотримання викладачем таких вимог:

- визнання рівності позицій усіх партнерів педагогічної взаємодії, виявлення кожним із них толерантності, щирості й довіри;
- цілеспрямоване стимулювання ініціативності й самостійності кожної особи, що стверджує її активну роль як суб'єкта спілкування й забезпечує реальну участь у прийнятті спільних рішень під час комунікації;

- створення загального поля взаємодії на основі формування відчуття єдності з партнерами;
- демонстрування готовності змінити власну позицію як відповідь на певні дії партнера;
- забезпечення персоніфікованої манери висловлювань («Я вважаю...», «Мені здається...» тощо);
- урахування поліфонічності взаємодії, що передбачає пошук спільних рішень проблеми на основі вивчення різних поглядів і пропозицій;
- дотримання двоплановості позиції в комунікативній взаємодії, що вимагає організації діалогу не лише з іншими партнерами по спілкуванню, але й із собою, здійснення аналізу власних думок і дій.
- попередження виникнення, а за необхідності й подолання існуючих бар'єрів у спілкуванні [19].

Серед показників, які свідчать про успішне розгортання педагогічного діалогу, можна назвати такі: взаємне сприйняття й визнання його учасниками один одного, демонстрація ними взаємоповаги й щирості у взаємостосунках, цілеспрямований колективний пошук оптимального розв'язання проблеми на підставі врахування різних думок і позицій людей, наявність сприятливого психологічного клімату, узгодженість поз, міміки, інтонації під час спілкування тощо.

Оскільки педагогічне спілкування є важливим інструментом впливу на розвиток особистості, сформованість у вчителя комунікативних здібностей і вмінь є одним із показників його фахової придатності. Особливу увагу науковці звертають на таку властивість педагога, як комунікабельність.

***Комунікабельність** – наявність у людини психічної готовності до організаторсько-комунікативної діяльності, прагнення до комунікації з іншими людьми, а також здатності відчувати задоволення від процесу спілкування.*



Про сформованість комунікабельності педагога свідчить його позитивний емоційний стан до, під час і після професійного спілкування. Важливим показником комунікабельності є також сформованість відповідних комунікативних умінь: швидко й адекватно реагувати на будь-які зміни в ситуації спілкування; правильно планувати й реалізовувати комунікативні дії, оперативно знаходити засоби спілкування, які найбільше відповідають індивідуальним особливостям і можливостям педагога та студентів (учнів); постійно підтримувати прямий і зворотний зв'язок з усіма учасниками комунікативного процесу.

#### 4.2. Структура педагогічного спілкування

Відомим педагогом В. Кан-Каліком [30; 31] було визначено, що педагогічне спілкування як складний багатоплановий процес включає такі етапи:

1. *Прогностичний етап*, який забезпечує моделювання педагогом майбутньої комунікації. На цьому етапі значна увага приділяється ретельному вивченню попередніх комунікативних ситуацій, здійсненню аналізу особливостей аудиторії, у якій передбачається організувати комунікативний процес, а також визначенню ймовірнісних змін у педагогічній взаємодії. На підставі цього забезпечується планування організації майбутнього спілкування, осмислюється його зміст, обираються відповідні комунікативні засоби.

Якщо педагог планує першу зустріч з аудиторією, то в такій ситуації бажано зібрати попередню інформацію про майбутніх партнерів педагогічної взаємодії. Для цього доцільно поспілкуватися з іншими педагогами, які працюють із певною групою студентів чи в певному класі, визначити за журналом рівень їхньої навчальної успішності та здійснити інші дії, що не лише допоможуть краще налаштуватися на відповідну аудиторію, але й організувати педагогічну дію на оптимальному для неї рівні.

2. *Етап встановлення емоційного та ділового контакту*. Результативність цього етапу визначається наявністю в педагога відповідних комунікативних умінь: володіння увагою

аудиторії, адекватного оцінювання наявної комунікативної ситуації, раціонального вибору й майстерного використання відповідних вербальних і невербальних засобів комунікації, педагогічної перцепції, створення сприятливої психологічної атмосфери в аудиторії тощо. Орієнтування в ситуації передбачає здатність педагога до об'єктивного оцінювання часових і просторових умов, а також інших зовнішніх обставин, які впливають на особливості перебігу комунікативного акту.

Необхідним складником орієнтування викладача у відповідній ситуації є також об'єктивне сприйняття характерних рис кожної особистості, що суттєво впливає на поведінку викладача в процесі спілкування. Важливо також забезпечувати постійний контроль за психологічним станом усіх учасників взаємодії, що реалізується на підставі вивчення їхніх вербальних і невербальних виявів, зокрема специфіки мовлення, голосових параметрів, змін у міміці, жестах, поставі тощо. Встановлення на цій основі прихованих мотивів учнів чи студентів дає змогу педагогові враховувати їх у забезпеченні подальшого розвитку навчально-виховної взаємодії, підвищуючи таким чином її особистісну адресність та ефективність.

Успішність другого етапу педагогічного спілкування значною мірою забезпечують такі чинники: планованість і чіткість здійснення початкового контакту з аудиторією; оперативність у переході від організаційних заходів до запланованої ділової комунікації; послідовність і безперервність в організації комунікації й розкритті її змісту; сприяння соціально-психологічній єдності учасників спілкування; забезпечення гармонійного поєднання особистих і колективних інтересів та цілей усіх суб'єктів навчально-виховної діяльності; відмова від стереотипів і негативних настанов щодо окремих осіб; розширення педагогічно обґрунтованих прав молодих людей у процесі спілкування з одночасним скороченням відповідних заборон; розуміння внутрішнього стану та індивідуальних потреб кожної особи й демонстрування їй свого розуміння; розроблення та впровадження на початковій фазі комунікації відповідних запитань і завдань, які допоможуть мобілізувати аудиторію; розкриття на початку комунікативного акту актуальності для студентів чи учнів поставлених цілей майбутньої навчально-виховної діяльності тощо.

3. *Етап безпосереднього здійснення ділової комунікації*, який спрямовується на досягнення поставлених навчально-виховних цілей. На цьому етапі від педагога вимагається організувати грамотне, з педагогічної точки зору керування діловим спілкуванням.

Успішність здійснення цього етапу значною мірою залежить від ефективності встановлення прямого й зворотного зв'язку з аудиторією, на підставі чого вносяться своєчасні зміни в комунікативний процес; від здатності педагога постійно підтримувати зацікавлення обговорюваною проблемою, його умінь організувати роботу кожного суб'єкта навчання на доступному для нього рівні складності, забезпечити оптимальний вибір та узгодженість вербальних і невербальних комунікативних засобів, а також цілісність і системність комунікативного акту.

4. *Етап аналізу спілкування*, на якому відбувається порівняння мети, засобів взаємодії з її результатами, що встановлюються за допомогою фіксації об'єктивних і суб'єктивних змін у знаннях, поведінці та стані всіх суб'єктів педагогічної взаємодії.

Як довели дослідження, загальна результативність педагогічного спілкування значною мірою зумовлена такими чинниками:

- дотриманням певної послідовності етапів педагогічного спілкування;
- демонстрацією індивідуального стилю спілкування педагога;
- настановою викладача щодо окремих партнерів комунікативної взаємодії;
- урахуванням особистісних особливостей учасників спілкування;
- рівнем розвитку колективу студентів чи учнів;
- наявністю в педагога необхідних знань, умінь, навичок спілкування з учнями чи студентами.

#### 4.3. Стили педагогічного спілкування

Ефективність навчально-виховної взаємодії значною мірою залежить від стилю педагогічного спілкування викладача. В індивідуальному стилі педагога знаходять відбиття його особистісні властивості, комунікативні знання та вміння, загальна настанова на суб'єктів освіти та інші чинники.

*Стиль педагогічного спілкування – стала система способів та прийомів, які застосовує педагог під час навчально-виховної взаємодії.*

У науковій і навчальній літературі пропонуються різні класифікації стилів педагогічного спілкування. Так, залежно від ставлення педагога до інших учасників педагогічної взаємодії, деякі науковці (Н. Волкова, В.Гриньова, С. Золотухіна, І. Зязюн [19; 55; 60] та ін.) виділяють авторитарний, демократичний і ліберальний стилі.

*Авторитарний стиль* викладача орієнтує спілкування на його власну персону. Такий стиль комунікації виявляється в жорсткій позиції педагога до тих, хто навчається, сприйняття їх, переважно, як об'єктів управління, демонстрації нетерпимості до висловлення думок, які не відповідають його власній позиції. Знаходячи помилки в їхніх відповідях, прихильник авторитарного стилю звичайно намагається висміяти їх, не намагаючись пояснити, як ці помилки можна виправити. Завдання дає поетапно, не роз'яснюючи призначення кожної операції та її зв'язку з наступними.

Не враховуючи побажань учнів (чи студентів), такий педагог самочинно визначає напрям навчально-виховної діяльності та її зміст. У такому разі інші учасники навчально-виховного процесу виконують пасивну роль, не беручи участі в прийнятті будь-яких рішень. Висловлювання авторитарного викладача є короткими й чіпкими, звичайно набувають форми наказу, розпорядження чи вказівок. У його стосунках з учасниками навчально-виховного процесу переважає начальницький тон, він рідко посміхається. Авторитарний стиль нерідко забезпечує найвищу ефективність і результативність навчання, але він породжує несприятливий

психологічний клімат в аудиторії, стимулює розвиток у молодих людей покори, лицемірства та страху перед силою.

*Демократичний стиль* ґрунтується на глибокій повазі педагога до кожного учасника навчально-виховного процесу, сприйнятті їх як автономних суб'єктів педагогічної взаємодії, уважному ставленні до думки колективу. Допримання цього стилю викладачем передбачає відмову від жорстких указівок молодим людям спосовно їхньої поведінки. Їм надається право самостійного вибору дій, варіантів розв'язання завдання, визначення власної позиції щодо певної проблеми. Демократичний викладач намагається довести мету діяльності до свідомості всіх членів аудиторії, залучає їх до активного обговорення кожного фрагмента роботи. У такому разі розв'язання загальних питань відбувається через їх колективне обговорення та спільне визначення певного рішення. Водночас педагог намагається оптимально розподілити спільну роботу між її учасниками з урахуванням рівня навчальної підготовки та інших особливостей кожного з них.

Приділяючи значну увагу забезпеченню координації зусиль усіх учасників спілкування й контролю за реалізацією та результатами навчально-виховної діяльності, такий викладач у своїй роботі наголошує на посиленні пізнавальної мотивації молодих людей, розвитку їхньої ініціативності й самостійності, вихованні впевненості в собі.

Виявляючи демократичний стиль спілкування, педагог у процесі педагогічної взаємодії бере на себе функції радника, чиї рекомендації не претендують на обов'язкове виконання. Допримання ним демократичного стилю передбачає віддання переваги таким способам взаємодії, як координація, інформування, порада, заохочення тощо.

*Ліберальному (анархічному) стилю* педагогічного спілкування притаманна наявність низької вимогливості, демонстрування педагогом позиції невтручання, за якою нерідко прихована елементарна байдужість до аудиторії. Відсутність у викладача чіткої програми дій, а також ініціативності й зацікавленості в результатах педагогічної взаємодії нерідко призводить до того, що комунікація набуває некерованого характеру. Такий педагог ділові питання звичайно розв'язує формально, глибоко не вникаючи в їх суть, легко піддається сторонньому впливу.

Представника такого стилю іноді влучно називають «плотом, що пливе за течією», адже він не намагається нічого змінити. Основними способами спілкування ліберального педагога є переконання й умовляння.

Ліберальний стиль вважається найгіршим стилем спілкування. Прихильники цього стилю забезпечують більш низький рівень знань і вмінь учнів (чи студентів), ніж авторитарні й демократичні педагоги. На їхніх заняттях молоді люди менше встигають зробити. Причому такі викладачі звичайно завищують оцінки, що є наслідком відсутності в них педагогічної принциповості та вимогливості. Ліберальний стиль також негативно впливає на особистісний розвиток молодих людей, породжує формування в них завищеної самооцінки, а також почуття всюдозволеності.

Кожний із вищеназваних стилів спілкування суттєво впливає на характер взаємовідносин його учасників, їхню поведінку, а також результати навчально-виховної роботи. Найкращим із них є демократичний стиль. Адже виявлення його педагогом забезпечує не лише глибоке засвоєння студентами та учнями навчального матеріалу, але і сприяє підвищенню в них творчої активності, виявленню ними ініціативності й відповідальності за прийняті рішення.

Залежно від індивідуальних характеристик учасників педагогічного спілкування В. Кан-Калік [29; 31] виділив такі стилі педагогічного спілкування:

- 1) спілкування на підставі захоплення спільною творчою діяльністю, що передбачає виявлення педагогом здатності зацікавити, захопити нею інших учасників взаємодії, демонстрування ним активно-позитивного ставлення до людей;
- 2) спілкування на підставі дружнього ставлення, в основу якого покладено позитивне сприйняття особистості кожного учня (чи студента), виявлення до нього приязні й поваги;
- 3) дистанційне спілкування, що зводиться до підпримання викладачем суто формальних взаємовідносин, які виключають виявлення до тих, кого він навчає, довіри, щирості, відкритості та інших важливих для успішної комунікації властивостей;

4) спілкування-залякування, котре передбачає побудову викладачем стосунків з учасниками навчально-виховного процесу «згори-вниз», висловлення ним попереджень стосовно небажаних дій з докладним описом того, які покарання їх очікують у разі недопримання висунутих вимог;

5) спілкування-загравання, в основу якого покладено бажання сподобатися учасникам навчально-виховного процесу завдяки постійному демонструванню педагогом бажання «йти їм назустріч», що провокує зниження рівня вимогливості й невиконання поставлених навчально-виховних завдань.

Зрозуміло, що серед цих стилів спілкування оптимальним є перший із них, який передбачає забезпечення захоплення учасниками навчально-виховного процесу спільною творчою діяльністю. Він сприяє розвитку творчих здібностей її учасників і, водночас, покращенню їх взаємовідносин.

За орієнтацією педагога на процес чи результат деякі науковці (А. Маркова, Л. Мітіна [47; 49; 50]) визначають такі стилі спілкування:

1) емоційно-імпровізаційний – коли педагог орієнтується переважно на процес навчально-виховної діяльності, недооцінюючи значущість його планування;

2) емоційно-методичний – коли викладач зорієнтований на процес і результат навчально-виховної діяльності, приділяючи увагу її адекватному плануванню, але в ньому переважає інтуїтивність над рефлексивністю;

3) міркувально-імпровізаційний – коли педагог орієнтується на процес і результат навчально-виховної діяльності, забезпечує її адекватне планування, демонструє оперативність, поєднання інтуїтивності й рефлексивності, однак водночас демонструє брак винахідливості у виборі методів педагогічної взаємодії;

4) міркувально-методичний, коли педагог орієнтується переважно на результати навчально-виховної діяльності, не приділяючи необхідної уваги іншим аспектам педагогічної взаємодії.

Стиль спілкування педагога, його ставлення до інших учасників навчально-виховного процесу значною мірою визначають загальний тонус спільної роботи, можливість появи в них інтересу до спільної діяльності та її результатів.

### Моделі педагогічного спілкування

На результативність педагогічної взаємодії впливає також обрана викладачем модель педагогічного спілкування. Така модель є сталою формою комунікативної поведінки педагога.

***Комунікативна поведінка педагога** – поєднання процесу мовлення й невербальної поведінки педагога, що забезпечує певний вплив на створення емоційно-психологічної атмосфери педагогічного спілкування, побудову взаємовідносин його учасників та стиль навчально-виховної діяльності.*

У науковій літературі визначаються різні моделі педагогічного спілкування викладача. Так, залежно від ролі, яку він виконує в комунікативному акті, М. Тален виділяє такі моделі спілкування:

- модель «Сократа», коли педагог, захоплюючись методом дискусії, постійно провокує їх виникнення в аудиторії;
- модель «керівника групової дискусії», коли викладач докладає активних зусиль для погамування суперечок між учасниками навчально-виховного процесу, спонукає їх до досягнення згоди й організації співробітництва;
- модель «майстра», коли педагог є для вихованців взірцем гідної особистості, поведінку якої вони прагнуть наслідувати;
- модель «генерала», коли викладач будує свої стосунки з іншими учасниками навчально-виховного процесу на основі певних наказів, котрі вони мають бездумно виконувати;
- модель «менеджера», коли педагог виявляє себе як ефективний організатор, здатний організувати колективну діяльність, водночас використовуючи індивідуальний підхід до кожного учасника, заохочуючи до його самостійності та ініціативності;
- модель «тренера», коли викладач, орієнтуючись на запланований кінцевий результат, надихає інших партнерів спілкування на його досягнення;



- модель «гіда», коли педагог вирізняється широкою ерудованістю, йому припаманна лаконічність, витримка й точність [19].

В. Кан-Калік [29; 31] запропонував таку класифікацію моделей педагогічного спілкування:

- диктаторська модель («Монблан») – педагог, підносячись над аудиторією, немовби гірська вершина, не враховує інтереси та потреби її учасників, роль спілкування зводиться до трансляції інформації;

- неконтактна модель («Китайська стіна») – викладач постійно демонструє зневагу, зверхнє ставлення до тих, кого він навчає;

- модель диференційованої уваги («Локатор») – педагог під час комунікативного процесу зосереджує свою увагу на частині аудиторії, виділений за певною ознакою, водночас ігноруючи решту її учасників;

- модель негнучкого реагування («Робот») – послідовність дій викладача має за основу певний алгоритм, що не враховує специфіки наявної комунікативної ситуації. Це може викликати необхідність внесення певних змін у процес спілкування;

- авторитарна модель («Я сам») – педагог нав'язує учасникам аудиторії свої рішення, ігноруючи їх пропозиції та беручи на себе роль головної фігури комунікативного акту;

- гіперрефлексивна («Гамлет») – викладач виражає постійний сумнів в адекватності сприйняття власної персони та своїх слів з боку інших учасників спілкування;

- гіпорефлексивна модель («Тетерук») – педагог, перебільшуючи значення власних слів, не реагує на зауваження чи запитання молодих людей, ігнорує їхні інтереси й потреби.

Вивчення викладачем специфічних ознак перелічених вище моделей педагогічного спілкування дає змогу правильно ідентифікувати власну модель спілкування. У свою чергу, це дозволяє йому адекватно оцінити сильні та слабкі сторони своєї комунікативної поведінки. Зрозуміло, що комунікативно ефективний педагог має створювати таку модель спілкування, яка допомагає будувати конструктивний діалог зі студентами чи учнями, враховуючи їхні власні цілі і потреби, а також результативно досягати поставлених навчальних і виховних цілей, гнучко реагуючи на будь-які зміни в комунікативній ситуації.

#### 4.4. Культура мовлення як складник професійної майстерності педагога

Реалізація навчально-виховної взаємодії, педагогічного впливу викладача на інших суб'єктів спілкування здійснюється за допомогою мовлення, тому його специфіка суттєво впливає на ефективність комунікативного процесу. Більше того, мова педагога є для молодих людей, особливо учнівської молоді, певним зразком комунікативної дії, яку вони часто усвідомлено чи неусвідомлено починають копіювати. Через це сформованість культури мовлення є важливим показником професіоналізму лектора.

Виступ викладача має не тільки відповідати загальним мовленнєвим нормам (орфографічним, орфоепічним, лексичним, граматичним, стилістичним), але і враховувати специфіку контингенту, з яким він працює. Зрозуміло, що лекція на високому науковому рівні з використанням значної кількості спеціальних термінів навряд чи буде адекватно сприйнята учнями, а нерідко й студентами, які не є обізнаними фахівцями в певній науковій галузі.

Демонстрування педагогом мовленнєвої культури передбачає, що він використовує короткі та достатньо прості за конструкцією речення, які аудиторія без ускладнень зможе сприйняти на слух. Мовлення викладача має бути також виразним, живим, позбавленим лексичних штамів.

У навчальній літературі фахівцями з педагогічного спілкування визначено основні правила, дотримання яких допомагає викладачеві забезпечити ефективну взаємодію з учнями (чи студентами). Так, відомий фахівець В. Кан-Калік [86] рекомендує педагогові дотримуватися таких правил:

1. Будуйте педагогічний процес на ґрунті особистих взаємин з учасниками спілкування, що допоможе надати йому неповторного особистісного сенсу та забарвити зміст навчального матеріалу позитивною гамою почуттів.

2. Керуйтеся в процесі педагогічного спілкування не лише певними навчально-виховними цілями, але й індивідуальними інтересами та потребами кожної конкретної особистості.
3. Під час проведення навчальних занять і виховних заходів намагайтесь почути й адекватно орієнтувати свою промову на конкретного співрозмовника чи групу осіб.
4. Контролюйте, щоб педагогічне спілкування не обмежувалося лише інформаційною функцією, а стимулювало активну взаємодію з людьми, які навчаються, вивчення їх, а також забезпечення ефективного педагогічного впливу.
5. Вступаючи в комунікативний контакт з молодими людьми, не організовуйте спілкування «згори вниз». Пам'ятайте, що реальний статус педагога в учнівській аудиторії визначається не тільки офіційним статусом, скільки його особистісними якостями.
6. Намагайтесь завжди усвідомлювати психологічну атмосферу в аудиторії, що допомагає обрати оптимальний стиль поведінки для кожної конкретної ситуації.
7. Уважно слухайте вихованців, докладайте активних зусиль, щоб правильно зрозуміти їхні думки.
8. Спілкуючись із молодими людьми, намагайтесь завжди відчувати їхній настрій, адже це суттєво впливає на вибір методів і форм педагогічної взаємодії.
9. Переконаючи учасника спілкування в помилковості його поглядів, будьте тактовними.
10. Щоб з'ясувати думку особи щодо певного питання, частіше починайте своє звернення до неї з питань *чому? як? для чого?* тощо, це допоможе запобігти отримання від неї односкладних відповідей.
11. Будьте ініціативними в спілкуванні з людьми: намагайтесь швидко й енергійно організувати психологічний контакт із ними, цілеспрямовано керувати міжособистісною взаємодією, використовуючи різні педагогічні методи та прийоми.
12. Уникайте в процесі педагогічного спілкування використання словесних штамів.
13. Намагайтесь своєчасно подолати свої негативні настанови щодо окремих учасників комунікативної взаємодії.

14. Уникайте «голої крипики» знань, поведінки чи способу життя молодих людей, будь-які критичні зауваження мають бути висловлені в тактовній формі та містити конструктивні рекомендації.

15. Частіше посміхайтесь аудиторії, це сприяє виникненню в людей сприятливого настрою на спільну працю.

16. Намагайтесь, щоб у процесі взаємодії з людьми частіше звучали слова схвалення й заохочення.

17. За допомогою вербальних чи невербальних сигналів транслуйте учасникам педагогічної взаємодії своє позитивне ставлення до них, це суттєво підвищує її ефективність.

18. Розвивайте свою комунікативну пам'ять, що дасть змогу швидко оновлювати в пам'яті події минулого й комунікативні ситуації.

19. Ретельно готуйтесь до кожної бесіди з вихованцями: продумайте її мету, стратегію проведення та інші моменти, що можуть виникнути під час комунікативного контакту. Така підготовка значно підвищує шанси досягти поставленої мети виховного заходу.

До цих правил можна додати ще такі:

1. Під час здійснення педагогічного спілкування викладачеві не треба відкрито формулювати, на відміну від навчальних цілей, виховну мету, адже в такому разі учні (студенти) відчуватимуть себе об'єктами виховних дій.

2. У процесі реалізації професійного спілкування педагогові важливо адекватно оцінювати не лише всіх інших її учасників, але й власну особистість: свої дії, сильні та слабкі сторони характеру тощо.

3. Викладачеві треба систематично стимулювати збільшення обсягу мовленнєвої діяльності учнів (чи студентів) з одночасним зменшенням часу для власних промов.

4. Педагогові слід будувати педагогічне спілкування, враховуючи позитивні якості кожного партнера по спілкуванню.

#### 4.5. Методика саморозвитку мовленнєвої культури майбутніми педагогами

Фахівці (І. Зязюн, В. Кан-Калік, В. Чихаєв [33; 55; 86] та ін.) рекомендують майбутнім педагогам організовувати саморозвиток мовленнєвої культури за певними напрямками. Перший із них забезпечує вдосконалення в них знання питань культури мовлення, зокрема педагогічного мовлення. Розширити знання з цього питання допомагають такі заходи:

- регулярне читання художнього літератури із занесенням у свої конспекти нових змістовних ідей, думок, положень, цікавих лексичних зворотів, образних висловів тощо, які можна творчо використовувати надалі у своїх публічних виступах;
- постійне вивчення нових джерел з педагогіки, психології, методики викладання навчальних предметів, а також праць із проблеми ораторського мистецтва й педагогічного спілкування;
- аналіз мовної форми публічних виступів відомих ораторів минулого й сучасності, переказ їхніх виступів своїми словами;
- знаходячи в тексті чи в промові іншого оратора невідомі слова, фразеологізми, слід виписувати їх у свій власний словник із подальшим розплумаченням значення цих слів за допомогою звернення до відповідних словників, довідників чи енциклопедій;
- уважне слухання виступів дикторів радіо, телебачення, театральних акторів та інших досвідчених майстрів слова з подальшим проведенням аналізу використаних ними вербальних і невербальних засобів;
- систематичне відвідування уроків досвідчених учителів, лекційних і семінарських занять висококваліфікованих викладачів вищих навчальних закладів з метою вивчення їхнього передового досвіду спілкування з аудиторією.

Під час виступу перед аудиторією деякі педагоги припускаються різних помилок. Наприклад, у наголосах у словах, вимові, використанні та узгодженості слів. Тому важливо проводити цілеспрямовану роботу з метою усунення у своєму мовленні цих помилок. Цю роботу фахівці рекомендують здійснювати за такими етапами:

- визначте слова й словосполучення, у яких ви робили помилки шляхом зіставлення власних виступів, зокрема записаних на магнітофонній стрічці, із промовами дикторів, артистів та інших майстрів слова, а також орфографічних словників і довідників;

- запишіть ці слова та словосполучення в «особистий словник», причому у відповідний підрозділ, наприклад, «помилки в наголосі», «помилки у вимові» тощо;

- вивчіть відповідні правила мови;
- повторіть кілька разів виписані слова та словосполучення;
- складіть кілька фраз, у яких використовуються зазначені слова чи словосполучення, кілька разів прочитайте їх уголос;
- спочатку якомога частіше використовуйте ці слова в текстах своїх промов.

Другий напрям роботи із саморозвитку культури мовлення майбутніх педагогів зорієнтовано на збагачення їхнього словникового запасу. Серед заходів, присвячених реалізації цієї мети, можна виділити такі:

- постійно вивчайте нові слова й фразеологізми, з'ясовуючи їх значення, правильний наголос і вимову, особливу увагу приділяйте вивченню синонімів і правил узгодження з іншими словами, усю зібрану інформацію відображайте у власному словнику;

- кілька разів повторюйте уголос нові слова чи фрази;
- включайте нові слова і фрази у ділове й повсякденне мовлення.

Для збагачення культури мовлення майбутньому педагогові корисно регулярно вводити у свій активний словник нові ідіоми, прислів'я, крилаті фрази та інші лексичні форми. Важливо також зробити звичкою систематичне звернення до «особистого словника», що дає змогу його господареві частіше вводити у свій виступ нові засвоєні слова та фрази.

Третій напрям у розвитку культури мовлення майбутнього педагога передбачає постпавлення мовленнєвого дихання, збагачення голосу та відпрацювання правильної дикції, оскільки ці властивості мовлення є необхідною передумовою ефективного виступу. Для вдосконалення зазначених параметрів мовлення рекомендується виконувати спеціальні вправи, які докладно будуть описані в VI розділі посібника, присвяченому формуванню техніки мовлення.

Четвертий напрям у розвитку культури мовлення майбутніх педагогів пов'язаний із розвитком їхніх мовленнєвих якостей під час підготовки до виступу, яка докладно описана в розділі 1. Така підготовка передбачає під час пробних виступів цілеспрямований контроль за своєчасним усуненням усіх знайдених мовних дефектів і неточностей. Вибрані слова та фрази повинні адекватно передавати думки оратора.

Плануючи виступ перед молодіжною аудиторією, важливо продумати свої можливі реакції на вигук окремих осіб чи інші вияви некультурної поведінки. У процесі планування педагогічного спілкування в молодіжній аудиторії слід також пам'ятати про такі поради фахівців (М. Тимченко [84]) з його організації:

- не підкреслюйте свої зверхності (інтелектуальної, соціальної тощо) над молодими людьми;
- не обмежуйтеся абстрактними міркуваннями, зробіть свій виступ більш живим та емоційним;
- не нав'язуйте свої погляди, ідеї, не будьте докучливим;
- не говоріть погано про молодіжних кумирів;
- не ухиляйтесь від злободенних питань, не бійтеся висловлювати свою власну точку зору, але водночас не намагайтесь захищати осіб, які дискредитували себе в очах громади;
- не зловживайте незахищеністю психіки молоді.

## Практикум

1. Студенти, сформувавши невеликі групи, готують інсценування трьох педагогічних ситуацій, у яких демонструють відповідно авторитарний, демократичний та ліберальний стилі педагогічного спілкування. Потім організовується спільне обговорення, чи впоралися групи із завданням та чи вдалося їм наочно продемонструвати переваги або недоліки кожного стилю.

2. Студентам після ознайомлення з відеозаписом фрагментів декількох шкільних уроків, лекційних і семінарських занять пропонується проаналізувати продемонстрований кожним

викладачем рівень мовленнєвої культури, а також запропонувати йому власні рекомендації щодо покращення професійно-комунікативних якостей.

3. Майбутнім педагогам пропонується продумати початок заняття в незнайомій аудиторії (учнівській чи студентській) та розіграти підготовлений варіант цього початку (3-5 хвилин) перед студентами групи. Потім колективно аналізується, чий початок заняття був найбільш вдалим.

4. Кілька студентів по черзі виступають протягом 5 хвилин перед аудиторією з фрагментом лекції з будь-якої обраної ними теми. Після виступу спочатку сам цей студент, а потім його одногрупники висловлюють свою думку, чи вдалося «лекторові» продемонструвати високий рівень мовленнєвої культури, чи були ним допущені лексичні, орфоепічні або інші недоліки в промові.

5. Студенти розбиваються на пари: один виконує роль класного керівника, а інший(а) – роль батька (матері) несумлінного учня. Протягом 5 хвилин кожна пара веде діалог, зміст якого вони обирають самостійно. Коли наданий для розмови час буде вичерпано, учасники кожної пари міняються ролями і ще 5 хвилин ведуть новий діалог. Після виконання завдання студенти діляться враженнями від діалогу, аналізують, наскільки комфортно вони відчували себе в ролі вчителя й батька (матері) учня.

### Питання для самоконтролю та завдання

1. Визначте поняття «педагогічне спілкування». Розкрийте його особливості.
2. Схарактеризуйте основні функції педагогічного спілкування.
3. Що таке «педагогічний діалог»? Через дотримання яких вимог реалізується діалогічний характер педагогічного спілкування?
4. Назвіть основні етапи педагогічного спілкування?
5. Визначте основні стилі педагогічного спілкування. Схарактеризуйте їх. Які з них використовували фахівці? Чому?



6. У чому полягає комунікативна поведінка педагога?
7. Що таке «модель педагогічного спілкування»? Які моделі педагогічного спілкування Ви знаєте? Які з названих Вами моделей є найбільш ефективними? Чому Ви так вважаєте?
8. Поясніть, що таке культура мовлення як складник професійної майстерності педагога.
9. Визначте основні правила педагогічного спілкування.
10. Схарактеризуйте методику саморозвитку культури мовлення майбутнього педагога.

### Тест для діагностики рівня сформованості комунікативності

Для визначення рівня Вашої комунікативності необхідно відповісти на запропоновані нижче запитання, використовуючи один із варіантів відповідей: «так», «ні», «іноді»:

1. Вас чекає ординарна або ділова зустріч. Чи вибиває Вас із колії її очікування?
2. Чи не відкладаєте Ви візит до лікаря до останнього моменту?
3. Чи викликає у Вас ніяковість і невдоволення доручення виступити з доповіддю, повідомленням, інформацією на будь-якій нараді, зборах чи іншому подібному заході?
4. Вам пропонують поїхати у відрядження в інше місто, де ви ніколи не були. Чи докладете ви максимум зусиль, щоб уникнути цього відрядження?
5. Чи подобається Вам ділитися своїми переживаннями з кимось?
6. Чи дратує Вас, якщо незнайома людина на вулиці звертається до вас із проханням (показати дорогу, назвати час, відповісти на якесь запитання)?
7. Чи вірите Ви, що існує проблема батьків і дітей, що представникам різних поколінь важко розуміти одне одного?
8. Чи соромитесь Ви нагадати знайомому, що Він забув вам повернути невелику суму грошей, яку позичив кілька місяців тому?
9. У ресторані або в їдальні Вам подали недоброякісну страву. Чи промовчите Ви, лише сердито відсунувши тарілку?

10. Залишившись наодинці з незнайомою людиною, Ви не почнете розмову і будете відчувати себе обтяженим, якщо першою заговорить вона. Чи так це?
11. Чи жахаєтесь Ви будь-якої великої черги, хоч би де вона була (у магазині, бібліотеці, касі кінотеатру)? Ви відмовитеся від свого наміру або станете у хвіст і будете нудитися чекаючи?
12. Чи боїтесь Ви брати участь у будь-якій комісії з розгляду конфліктної ситуації?
13. У Вас є власні індивідуальні критерії оцінки творів літератури, живопису, театрального мистецтва, і на чужу думку Ви не зважаєте. Чи так це?
14. Почувши в кулуарах якісь явно помилкові висловлювання з добре відомого Вам питання, чи віддасте Ви перевагу мовчання й не вступите в суперечку?
15. Чи викликає у Вас неприємні почуття будь-яке прохання допомогти розібратися в тому чи іншому службовому питанні або навчальній темі?
16. Вам краще викласти свої міркування (думку, оцінку) в письмовій формі, ніж в усній?

Після отримання відповідей слід підрахувати бали, нараховуючи за кожну відповідь: «так» — 2 бали, «іноді» — 1 бал, «ні» — 0 балів. За наведеним нижче класифікатором визначте, до якої категорії людей Ви належите:

- 30-32 бали — Ви явно некоммунікбельні;
- 25-29 балів — Ви замкнуті, мовчазні, віддаєте перевагу самотності;
- 19-24 бали — Ви певною мірою коммунікбельні й у незнайомих обставинах відчуваєте себе цілком упевнено;
- 14-18 балів — нормальна коммунікбельність;
- 9-13 балів — Ви досить коммунікбельні, іноді навіть занадто;
- 4-8 балів — коммунікбельність Ваша дуже висока; скрізь відчуваєте себе прекрасно; беретесь за будь-яку справу, хоча далеко не завжди можете довести її до кінця;
- 3 бали — Ваша коммунікбельність має хворобливий характер. Ви балакучі, багатослівні, втручаєтесь у справи, у яких зовсім не компетентні, запальні й образливі.

### Тест для самовизначення рівня готовності до педагогічності діяльності

Вам пропонується відповісти на декілька блоків запитань. Відповідаючи, не пропускайте жодного запитання. Не витрачайте часу, підраховуючи кількість позитивних відповідей за першим блоком. У відповідях уникайте непевності.

*Блок перший* (перевіряється сила, урівноваженість, рухливість нервових процесів – природна передумова для становлення професійної майстерності педагога):

- 1.1. Як правило, у Вас висока працездатність?
- 1.2. Вам легко сконцентрувати увагу на заданому об'єкті?
- 1.3. Зазвичай під час роботи у Вас добрий настрій?
- 1.4. Після напруженої праці Ви швидко відновлюєте сили?
- 1.5. Вам легко переключитися з однієї діяльності на іншу?
- 1.6. У Ваших руках будь-яка робота йде на лад?
- 1.7. Звичайно Ви дієте швидко та рішуче?
- 1.8. Вам легко включатися в нову ситуацію?
- 1.9. Вас не втомлює довга відсутність інших людей поряд із вами?
- 1.10. Ваше мовлення ритмічне, емоційне?

#### *Опрацювання результатів*

Підрахуйте кількість позитивних відповідей за першим блоком. Якщо у Вас набереться:

8-10 балів – це свідчить про високий рівень психофізичної готовності до педагогічної діяльності;

4-7 балів – це свідчить про середній рівень психофізичної готовності до педагогічної діяльності;

1-3 бали – це свідчить про критичний рівень психофізичної готовності до педагогічної діяльності.

У разі отримання результатів, що свідчать про середній чи низький рівень психофізичної готовності до педагогічної діяльності, студентові рекомендується повернутися до тих запитань, на які Він дав негативні відповіді, ще раз переосмислити для себе їх сенс і значущість, а потім продумати вправи для індивідуального тренування, котрі допоможуть змінити ситуацію за першим з визначених параметрів готовності до педагогічної діяльності на краще.

*Блок другий* (визначаються провідні властивості психіки, здібності, схильності поведінки – соціально-психологічна основа вдосконалення професійної майстерності):

- 2.11. Про Вас говорять, що Ви спостережливі й емоційні?
- 2.12. Вам легко поміпити чи відчутти стан іншої людини?
- 2.13. Вам подобається фантазувати, щось вигадувати?
- 2.14. Ви прагнете до спілкування з іншими людьми?
- 2.15. Ви терплячі та стримані в стосунках з іншими людьми?
- 2.16. Вас вважають людиною кмітливою й енергійною?
- 2.17. Коли Ви спікаєтесь з труднощами, Ваша думка працює інтенсивніше?
- 2.18. Вам подобається праця, яка вимагає попередньо продуманого плану?
- 2.19. Ви вважаєте, що у Вас розвинене чуття ритму та краси?
- 2.20. Ви цінуєте свій і чужий час?

### *Опрацювання результатів*

Підрахуйте кількість позитивних відповідей за другим блоком. Якщо у Вас набереться:

16-20 балів – це свідчить про достатній рівень розвиненості схильностей і здібностей до професійного вдосконалення;

до 9 балів – це свідчить про криптичний рівень розвиненості схильностей і здібностей до професійного вдосконалення.

Наявність криптичного рівня вимагає сконцентрувати увагу та дії людини на тих властивостях своєї психіки й поведінки, яких бракує, відповідно зорієнтувати свою самоосвіту.

*Третій блок* (перевіряються сформованість якостей високопрофесійного педагога):

- 3.21. Ви людина ерудована та маєте широкий кругозір?
- 3.22. Ви завжди дисципліновані та в будь-якій справі відповідальні?
- 3.23. У вас розвинене почуття власної гідності та поваги до інших?
- 3.24. Вас вважають людиною порядною та щасливою?
- 3.25. Про Вас говорять, що Ви уважні до інших людей і тактовні з ними?
- 3.26. Вам легко уявити й поставити себе на місце іншої людини?
- 3.27. Ви людина самокритична та справедлива?
- 3.28. Ви оптиміст і завжди вірите в краще майбутнє?
- 3.29. Ви любите дітей (студентів), Вам цікаво в їхньому товаристві?
- 3.30. Ви цінуєте жарт і не ображаєтесь, коли з Вас кепкують?
- 3.31. Ви можете захопитися справою і повести за собою?
- 3.32. Ви знаєте свій предмет, читаєте спеціальну літературу?
- 3.33. Ви вмієте бачити будь-яку ситуацію, що склалася, з позиції іншої людини?
- 3.34. Вам подобається передавати іншим свої знання зрозумілою мовою?
- 3.35. Ваша діяльність завжди обдумана й цілеспрямована?
- 3.36. Запитання учнів (студентів) не викликають у вас роздратування та неспокою?
- 3.37. Ви постійно враховуєте інтереси та прагнення інших?
- 3.38. Ви вмієте обрати точний план дій і правильний тон у спілкуванні?
- 3.39. У вас вистачає терплячості переконувати інших у тому, що їм не хочеться, але треба робити?
- 3.40. Ви критичні до себе, зважаєте на чужу думку?

### *Опрацювання результатів*

Підрахуйте кількість позитивних відповідей за третім блоком. Якщо у Вас буде:

30-40 балів – це свідчить про високий рівень підготовки до педагогічної діяльності;

20-29 балів – це свідчить про достатній рівень підготовки до педагогічної діяльності;

до 19 балів – це свідчить про критичний рівень підготовки до педагогічної діяльності.

У разі виявлення критичного рівня підготовки до педагогічної діяльності студентові рекомендується повернутися до негативних відповідей, проаналізувати ще раз зміст відповідних запитань і визначитися, за якими напрямками професійної підготовки треба ще попрацювати над собою.

З урахуванням отриманих результатів за всіма блоками студентові рекомендується розробити комплексну програму дій з метою подальшого розвитку педагогічної майстерності.

## РОЗДІЛ 5

### КОНФЛІКТИ В СПІЛКУВАННІ

#### 5.1. Сутність конфліктів, їх типи та причини виникнення

У процесі взаємодії особистості з іншими людьми нерідко виникають різні суперечності, які призводять до конфлікту. Оскільки навіть за умови дотримання особою оптимального варіанту поведінки з партнерами по спілкуванню конфліктів повністю уникнути навряд чи вдасться, кожному учасникові спілкування важливо не лише вивчити необхідну інформацію про природу конфлікту, але й засвоїти знання та вміння, які дають змогу своєчасно і з найменшими виправами сил та часу його погасити.

*Конфлікт (від лат. *conflictus* – зіткнення) – виникнення складних для подолання суперечностей, зіткнення протилежних інтересів через відсутність взаєморозуміння людей, яке супроводжується гострими емоційними переживаннями.*

Джерелами конфліктів є суперечності, які виникають у процесі взаємодії людей. Вони можуть бути наслідком різних причин:

- матеріально-технічних (під час роботи організації виникають проблеми через неузгодженість засобів праці та трудового процесу);
- фінансово-організаційних (неузгоджені результати праці та її оплата);

- ціннісно орієнтованих (партнери по взаємодії мають різнопланові мотиви, потреби, ціннісні орієнтації);
- управлінсько-організаційних (керівник необ'єктивно оцінює професійні й особистісні властивості своїх підлеглих, спостерігається неузгодженість функцій управління чи цілей, засобів, методів діяльності працівників);
- компетентнісних (люди мають різний рівень професійних знань умінь, суттєво відрізняються між собою за рівнем кваліфікації та сформованістю особистісно-ділових якостей);
- соціально-демографічних (виникають суперечності, зумовлені віком, статтю, соціальним станом, національністю та іншими відмінностями між людьми;
- соціально-психологічних (існує психологічна й моральна несумісність індивідуумів, люди перебувають у різних емоційних чи психічних станах, мають різні погляди й переконання, по-різному інтерпретують інформацію або події, відстоюють різні позиції з певного питання, спостерігається неузгодженість їхніх оцінок і самооцінок).

Для розуміння сутності конфлікту важливо з'ясувати, які компоненти він містить. У науковій літературі (Н. Бутенко, Н. Семечкін, Ю. Щербатих [15; 74; 91]) визначено, що основними структурними елементами будь-якого конфлікту є такі: учасники конфлікту, предмет конфлікту, мотиви конфлікту, позиції учасників конфлікту й конфліктогени. Учасники конфлікту – ті суб'єкти взаємодії, які перебувають у стані конфлікту. Предмет конфлікту – це саме те, через що виник конфлікт. Мотиви конфлікту – внутрішні спонукальні сили, які провокують кожну сторону до участі в конфлікті. Позиції учасників конфлікту – ті вимоги, які сторони конфлікту висувають одна одній. Конфліктогени – умови спілкування, які призводять до виникнення непорозумінь чи образ.

Як зазначають Дж. М. Лейхіфф і Дж. М. Пенроуз, у своєму розвитку конфлікт проходить такі стадії:

- 1) латентну (від лат. *latens* – прихований, неусвідомлений) (виникає інцидент як першопричина конфлікту);
- 2) усвідомлення конфлікту (людина розуміє появу конфліктної ситуації);



- 3) відчуття конфлікту – конфлікт починає впливати на особу;
- 4) явний етап конфлікту у різних виявленнях (від агресії до байдужості) – його учасники демонструють конфліктну поведінку;
- 5) наслідки конфлікту, тобто результат того, як закінчився конфлікт чи його останній епізод [57].

Для можливості вибору оптимальних дій у конкретному конфлікті учасникові комунікації важливо враховувати, до якого типу належить цей конфлікт, якими ознаками він характеризується. Науковці (Н. Бутенко, Н. Волкова, А. Панфілова, В. Семиченко [15; 19; 57; 75]) наводять різні класифікації типів конфліктів.

Так, *за характером взаємодії* виділяють внутрішньоособистісні, міжособистісні, міжгрупові, міжпартійні, міжнаціональні, міждержавні конфлікти. Внутрішньоособистісні конфлікти виникають через незадоволення людини собою й своїм способом життя, наявність у неї певних звичок і рис характеру, яких вона хоче позбутися. Міжособистісні конфлікти розвиваються через відсутність розуміння між окремими особистостями, вираження ними прагнення досягти різноспрямованих цілей. У міжгрупових конфліктах задіяні дві чи більше групи людей, позиції яких з певного питання суттєво суперечать одна одній. Міжпартійні конфлікти виникають через небажання чи неготовність членів різних партій дійти консенсусу в розв'язанні важливих соціально-політичних питань. Міжнаціональні конфлікти зумовлені зіткненням національних інтересів, які не узгоджуються між собою. Причиною міждержавних конфліктів є наявність суперечностей між інтересами різних держав.

*За ступенем вияву* розрізняють відкриті та приховані конфлікти. Відкриті конфлікти легко встановити за зовнішніми виявленнями. Приховані конфлікти можна ідентифікувати лише за опосередкованими ознаками.

*За типом розв'язання* виділяють легкі та складні конфлікти. Перші з них можна легко розв'язати, для цього не треба докладати значних зусиль. Розв'язання складних конфліктів, навпаки, вимагає багато сил й часу.

*За змістом* класифікують конфлікти реалістичні (предметні) й нереалістичні (безпредметні). Перші зумовлені об'єктивно існуючими причинами. Вони спрямовані на ліквідацію джерела незадоволення людей і досягнення чітко визначеного для себе результату. Нереалістичні (безпредметні) конфлікти не мають об'єктивного підґрунтя для виникнення, вони звичайно виникають на рівні емоційного напруження.

*За характером впливу* виокремлюють конструктивні й неконструктивні конфлікти. Перші сприяють підвищенню ефективності роботи організації, покращенню взаємовідносин людей. Неконструктивні конфлікти не приносять користі ні окремим людям, ні організації загалом.

*За статусним співвідношенням* учасників виділяють «вертикальні» й «горизонтальні» конфлікти. У першому випадку йдеться про наявність певної суперечності між діями керівника та підлеглих. У другому випадку мається на увазі конфлікт між членами колективу, кожен із яких не має жодних офіційних переваг порівняно з іншими.

*За кількістю осіб*, залучених до ситуації протидії, виділяють діалогічні, локальні й загальні конфлікти. У діалогічних конфліктах задіяні лише дві особи. У локальних конфліктах бере участь певна частина колективу. Учасниками загальних конфліктів є всі члени колективу.

*За кількістю сторін* конфлікту розділяють міжгрупові, особистісно-групові, міжособистісні, внутрішньоособистісні. У першому випадку конфлікт виникає між деякими групами, що мають несумісні цілі. Причинами особистісно-групових конфліктів є невідповідність дій окремої особи загальногруповим нормам поведінки, очікуванням, потребам, цінностям. Міжособистісні конфлікти розгортаються через неузгодженість цілей, прагнень учасників взаємодії. Внутрішньоособистісні конфлікти виникають через зіткнення приблизно рівних за силою різноспрямованих інтересів чи потреб особи.

В Крижко та Є. Павлютенков [35] пропонують такі класифікації типів конфліктів:

- за ступенем появи ознак – відкриті та приховані конфлікти;
- за ступенем інтенсивності – інтенсивні та сперті;
- за тривалістю – короткочасні, тривалі, затяжні;

- за ступенем гостроти протиріч – незадоволення, розбіжність, протидія, розбрат, ворожнеча;
- за проблемно-діяльнісною ознакою – управлінські, виробничі, економічні, політичні конфлікти тощо;
- за причиною виникнення – стихійні, заплановані, спровоковані, ініціативні;
- за характером усунення – керовані, погано керовані, некеровані;
- за результативністю – такі, що мобілізують, і такі, що дезорганізують;
- за етичністю змісту – соціально прийнятні та неприйнятні.

## 5.2. Основні види конфліктогенів

Наявність різних конфліктогенів значно підвищує ймовірність розпалювання конфлікту. Конфліктогенами можуть бути невдалі слова, дії, мімічні й пантомімічні вияви тощо.

Як вважає В. Шейнов [89], більшість конфліктогенів належать до одного з трьох видів: вияви агресивності, егоїзму та прагнення до зверхності (переваги). Людина, яка виявляє агресію до оточуючих, як правило, навіть спеціально провокує конфлікти, оскільки вони дають змогу їх вивільнити негативні емоції та побачити острах в очах людей. Це закріплює в неї думку про власну силу й особистісну значущість. Людина, яка демонструє егоїстичні схильності, звичайно також намагається розв'язувати свої проблеми за рахунок інших людей. Це не може не викликати в них обурення і прагнення встановити справедливість, навіть ціною конфлікту.

Виявлення зверхності може не так явно сприйматися партнерами по спілкуванню, як причина для конфліктної ситуації, але через це конфліктоген не стає менш небезпечним. Серед конфліктогенів цього типу виділяють такі:

- безпосередні вияви зверхності (погроза, покарання, кририка тощо);
- поблажливе ставлення («Як це можна не зрозуміти?»);
- вихваляння промовцем своїх досягнень та успіхів;

- вияви надмірної впевненості у своїй правоті, безапеляційність;
- нав'язування своїх порад;
- бажання постійно переривати й виправляти співрозмовника;
- кепкування над кимось із партнерів по спілкуванню;
- нагадування людині про неприємні для неї події;
- перекладання відповідальності з себе на іншу людину [76].

В. Крижко, Є. Павлютенков [35] звертають також увагу на те, що в процесі розв'язання конфлікту можуть виникати поведінкові реакції, які стають додатковими конфліктогенами, переводячи конфлікт у деструктивне русло. До таких реакцій належать:

- вияви антипатії;
- дріб'язкове чіпання до слів;
- приниження співрозмовника;
- висловлювання підозри в нещирості людини;
- висловлювання погроз;
- підкреслення своїх переваг порівняно з партнером по спілкуванню;
- применшення внеску партнера в загальну справу й одночасне перебільшення свого;
- стійке небажання визнати свої помилки або правоту співрозмовника;
- постійне нав'язування своїх поглядів;
- демонстрація спроби підмінити об'єкт конфлікту, змістити його в більш вигідну для себе

площину;

- систематичні відмови й заперечення слів партнера;
- негнучкість мислення й поведінки;
- демонстрування постійної зайнятості та ігнорування спроб партнера розв'язати

конфлікт;

- наявність дефіциту часу для розв'язання проблеми, що вимагає різкого прискорення темпу

бесіди;

- вияв некомпетентності, непрофесіоналізму;

- нещирість, несприманість у словах і діях;
- зазіхання на реальні або уявні права;
- порушення персонального простору.

Перетворенню конфліктогенів на реальні причини для розпалювання конфлікту сприяє:

- поступове збільшення кількості різних конфліктогенів, що призводить до кумулятивного ефекту, коли партнерові набридає терпіти й він «вибухає»;
- вияви співрозмовником перебільшеної за емоційністю реакції на дію конфліктогенів;
- демонстрація людиною необ'єктивного ставлення до дії конфліктогенів з різних сторін: слова та дії партнера оцінюються більш критично, ніж власні [76].

Цілеспрямований контроль за власною поведінкою з метою попередити появу додаткових конфліктогенів є важливою передумовою для можливості успішного розв'язання конфлікту.

### 5.3. Типи конфліктних особистостей

Для попередження неконструктивних конфліктів, а в разі виникнення – для їх швидкого подолання, організацям комунікації важливо також своєчасно визначити осіб, схильних до розпалювання конфліктів. У наукових працях Є. Павлютенкова та В. Крижка [35] визначено шість основних типів конфліктних особистостей:

1) *конфліктна особистість демонстративного типу*, якій притаманні такі особливості: прагне бути завжди в центрі уваги й об'єктом захоплення з боку інших осіб; добре ставиться лише до тих людей, які готові їй підкорятися; швидко пристосовується до різних ситуацій; емоційна поведінка переважає над раціональною; планування діяльності має епізодичний характер; уникає рутинної роботи; регулярно стає джерелом конфлікту, часто не усвідомлюючи цього; у ситуації конфлікту активно відстоює свої інтереси;

2) *конфліктна особистість ригідного типу*, яка характеризується такими властивостями: підозріла, прямолінійна й негнучка; має завищену самооцінку; постійно вимагає підтвердження

власної значущості; не враховує зміни ситуації й не бере до уваги погляди оточення; будь-яку похвалу сприймає як належне, криптику – як приниження власної гідності; надмірно чутлива до появи реальних чи вдаваних проблем;

3) *конфліктна особистість некерованого типу*, яку відзначають: виявлення зухвалості, агресивності; наявність завищеної самооцінки й заниженої самокритичності, прагнення в будь-яких своїх проблемах звинувачувати інших людей; ігнорування загальноприйнятих норм життєдіяльності в суспільстві; непередбачуваність, імпульсивність поведінки; низька сформованість умінь самоконтролю, а також потреби в плануванні власної діяльності;

4) *конфліктна особистість надточного типу*, якій властиві: ретельне, скрупульозне ставлення до будь-якої праці, висування підвищених вимог до себе й до інших людей; надмірне зацікнення на другорядних деталях роботи; наявність підвищеної привержаності, високої чутливості до зауважень з боку інших людей; вияви привалих переживань своїх прорахунків; виявлення сприманості в поведінці;

5) *конфліктна особистість конформістського типу*, яка характеризується: наявністю високої сугестивності, надмірного прагнення до компромісу, відсутністю стійкості в поглядах і оцінках, психологічною залежністю від думок інших людей; виявленням внутрішньої суперечливості; демонстрацією певної непослідовності в діях; орієнтуванням на тимчасовий успіх у сприяєливих для цього ситуаціях; нездатністю до стратегічного планування; низькою сформованістю сили волі;

6) *цілеспрямовано конфліктний тип особистості*, якому припаманні такі властивості: сприймання конфлікту як засобу досягнення власних цілей; наявність усвідомленого прагнення до розпалювання конфліктів; виявлення майстерності в маніпулюванні іншими людьми; сформованість техніки спілкування в конфліктних ситуаціях.

Ретельне ознайомлення з характерними рисами конфліктної особистості кожного з вищенаведених типів дозволяє людині, з одного боку, більш криптично ставитися до власної поведінки у визначенні, чи не є вона сама представником однієї з цих груп конфліктних осіб, а з другого боку – усвідомлено будувати стратегію й тактику комунікації з конфліктними людьми, не дозволяючи їм маніпулювати собою та іншими учасниками спілкування та провокувати їх до створення конфліктної ситуації.

#### 5.4. Подолання конфліктів шляхом покращення спілкування

Спілкування, з одного боку, є головним інструментом для розв'язання конфліктів. З другого боку, недоприйняття норм мовленнєвої культури нерідко призводить до того, що саме спілкування стає причиною породження конфліктної ситуації. Щоб не допустити цього, рекомендується дотримуватися певних правил. Наприклад, не намагатися планувати свою комунікативну поведінку на підставі хибних припущень. Для цього пропонуються такі поради:

- побудувавши певну низку припущень, необхідно чітко з'ясувати, які з них ґрунтуються на об'єктивних фактах, а які – лише на суб'єктивних емоційних виявах;
- у разі неповної впевненості в деяких припущеннях важливо проаналізувати, наскільки ймовірно, що партнер буде діяти відповідно до висунутого припущення;
- якщо дозволяє ситуація, краще відкрито спитати в об'єкта припущень, наскільки ці припущення відповідають реальній картині;
- доцільно обмірковувати, чи не може бути причиною виникнення ускладнень у стосунках з іншою особою висунення нею хибних припущень і чому вони могли виникнути.

Слід зазначити, що найкращим способом попередити чи подолати конфлікт є забезпечення відкритого обговорення з протилежною стороною основних вихідних припущень щодо кожного суб'єкта.

Не менш важливим аспектом для попередження конфліктної ситуації є також уважне стеження за перебігом комунікативного процесу й забезпечення адекватного реагування на появу в ньому негативних виявів. Так, якщо під час комунікативного акту людина відчуває, що між нею і співрозмовником зростає недовіра та недоброзичливість, краще ненадовго зупинити розмову. Під час цієї паузи кожному учасникові необхідно спробувати об'єктивно проаналізувати, чи не провокує він своїми діями, словами, невербальними виявами негативну реакцію іншої особи й на підставі цього, у разі необхідності, внести у свою поведінку відповідні зміни. Потім, ретельно добираючи слова, щоб не образити свого партнера по спілкуванню, спробувати обговорити з ним труднощі, які виникли в їхніх стосунках. Наприклад, співрозмовникові можна спокійно пояснити, що він не переконав у правильності своєї думки, що невідповідність його теплих слів наспороженому погляду, недоброзичливим голосовим інтонаціям викликає сумніви, а потім висловити сподівання, що непорозуміння буде ліквідовано, і вони зможуть досягти певного консенсусу в розв'язанні проблеми. Така щирість також спонукає партнера відкрито висловити

свої думки про те, що його не задовольняє в спілкуванні, і які сподівання він має стосовно результату переговорів.

Однією з типових причин виникнення конфлікту є брак спілкування. Зрозуміло, що цю проблему можна ліквідувати за рахунок збільшення його часу. Для попередження цієї проблеми науковці рекомендують:

- завжди намагатися перевіряти, наскільки правильно зрозумів слова співрозмовник, за необхідністю повторювати йому свою думку чи наказ;
- передаючи неприємну для особи новину, необхідно це зробити в тактовній, але зрозумілій для неї формі;
- якщо брак спілкування пов'язаний з діями іншої людини, треба відкрито пояснити їй причину свого незадоволення й описати свої сподівання на майбутнє.

Поширеною причиною для розпалювання конфлікту між співробітниками або керівником і підлеглим є висловлювання в нетактовній формі критичних зауважень на адресу когось із них. Серед форм критичних зауважень, які не створюють напруженості в стосунках між людьми, В. Крижко, Є. Павлютенков [35] рекомендують використовувати такі:

- підбадьорлива критика («Не хвилюйтесь, наступного разу у Вас усе вийде»);
- критика-докір («Шкода, що Ви мене підвели, а я так розраховував на Вашу допомогу»);
- критика-надія («Сподіваюсь, що Ви більше не будете запізнюватись»);
- критика-аналогія («Коли я був у Вашому віці, я допустив таку ж помилку»);
- критика-похвала («Робота зроблена непогано, але Ви могли виконати її ще краще»);
- безособова критика («Деякі вчора прогуляли заняття, але контрольну роботу їм писати все одно доведеться»);
- критика-спурбованість («Я спурбований, що не вдасться виконати заплановану роботу»);
- критика-жаль («Дуже шкода говорити Вам про те, що Ви неправильно зрозуміли поставлене завдання»);
- критика-подив («Невже Ви не виконали цієї роботи? Не очікував від Вас такого...»);



- критика-іронія («Нічого сказати..., ну й виконали завдання!»);
- критика-нап'як («Я знаю одну людину, яка минулого разу вже обіцяла не запізнюватися на роботу»);
- критика-пом'якшення («Напевно, в тому, що відбулося, винні не лише Ви»);
- критика-докір («Що ж Ви виконали цю роботу на тиждень пізніше встановленого терміну?»);
- критика-зауваження («Наступного разу порадьтесь із фахівцями»);
- критика-попередження («Якщо Ви ще раз скажете неправду, я Вам цього не пробачу»);
- критика-вимога («Роботу доведеться переробити»);
- критика-виклик («Ну що, зможете зробити цю роботу на два дні раніше?»);
- конструктивна критика («Давайте обговоримо, як виправити допущені помилки»);
- критика-побоювання («Я побоююсь, що наступна робота буде виконана на такому ж рівні»).

Використовуючи вищенаведені форми критичних зауважень, важливо пам'ятати, що слова мають супроводжуватися відповідними відкритими жестами, доброзичливим виразом обличчя та іншими позитивними виявами невербальної комунікації. В іншому випадку навіть ці зауваження можуть бути сприйняті співрозмовником неадекватно та призвести до появи конфліктної ситуації. Необхідно також враховувати, що під час критики виконаної роботи не можна переходити на критику самої особистості, а тим більше нагадувати їй про минулі помилки, адже це тільки погіршить стосунки з нею.

## 5.5. Стилі розв'язання міжособистісних конфліктів

У спеціальній літературі (В. Веснін, Г. Дж. Скотт, Ф. Хміль [18; 80; 88] та ін.) традиційно виокремлюють п'ять узагальнених стилів розв'язання міжособистісних конфліктів: конкуренція (суперництво, змагання), ухилення, пристосування, співробітництво, компроміс. За різних

обставин кожен із цих стилів може бути найбільш ефективним. Проаналізуємо кожен із визначених стилів і ситуації, у яких його доцільно застосовувати.

Так, *стиль конкуренції* передбачає активні дії з боку людини з метою максимально можливого задоволення власних інтересів порівняно з інтересами партнерів. Звичайно цьому стилю віддає перевагу людина активна, сильна за характером, яка здатна до вольових рішень. Таку особу не дуже цікавлять погляди оточення, вона просто нав'язує їм своє рішення.

Як з'ясовано, *стиль конкуренції* виправдано застосовувати в таких ситуаціях:

- коли людина робить велику ставку на своє розв'язання проблеми, оскільки отриманий результат має для неї високу значущість;
- особа має достатній авторитет для прийняття рішення й очевидно, що воно є найкращим;
- коли рішення треба прийняти швидко й людина має достатньо влади для цього;
- коли особистість відчуває, що в неї немає іншого вибору;
- коли людина перебуває в криптичній ситуації, що вимагає швидкого реагування;
- коли не можна показати іншим свою розгубленість і треба повести їх за собою;
- коли необхідно прийняти непопулярне чи нестандартне рішення, і особа має достатньо повноважень для цього.

*Стиль ухилення* передбачає вияв людиною пасивності в конфліктній ситуації, відсутність бажання спільними силами шукати вихід з конфлікту. У такому разі вона не здійснює спроб задовольнити ні свої інтереси, ні інтереси партнера. *Стиль ухилення* рекомендується застосовувати в таких ситуаціях:

- коли спостерігається надто велике напруження в стосунках, і треба його послабити;
- коли результат не дуже важливий для особи й вона не вважає за необхідне витрачати сили на розв'язання проблеми;
- коли людина занадто втомлена, а розв'язання проблеми може принести додаткові ускладнення;
- коли особистість знає, що не може чи не хоче розв'язувати проблему на свою користь;
- коли індивідум хоче виграти час, наприклад для того, щоб отримати додаткову інформацію чи заручитися підтримкою впливових осіб;
- коли ситуація надто складна, а її розв'язання вимагає забагато зусиль;
- коли людина не має достатньо влади для подолання проблеми або для розв'язання її бажаним для себе способом;
- коли особа відчуває, що інші мають більше шансів успішно розв'язати проблему;
- коли спроба розв'язувати проблему негайно є небезпечною, оскільки відкрите обговорення конфлікту може лише погіршити ситуацію.

*Стиль пристосування* означає, що людина виявляє готовність допомагати впроваджувати в життя рішення свого партнера по спілкуванню, не намагаючись відстоювати власні інтереси. Доречно вжити цей стиль:

- коли людину особливо не хвилюють результати справи;
- якщо вона хоче зберегти з партнерами добрі стосунки;
- коли особистість відчуває, що збереження добрих стосунків з іншими учасниками спілкування є більш важливим, ніж той виграш, який вона отримує від своєї перемоги в суперечці;
- коли вона усвідомлює, що для іншого учасника спілкування результат справи є набагато важливішим, ніж для неї;
- коли людина знає, що правда не на її боці;
- коли в особи мало влади чи шансів перемогти в спорі;
- коли людина вважає, що її партнер зможе зробити правильні висновки в тому разі, якщо вона поступиться.

*Стиль співробітництва* полягає в тому, що людина активно відстоює свої інтереси, водночас демонструючи готовність прислухатися до пропозицій свого опонента. Головною перевагою цього стилю є те, що він дає змогу максимально враховувати інтереси кожного учасника спілкування. Проте застосування цього стилю вимагає випрачання для розв'язання проблеми багато часу й зусиль. Стиль співробітництва рекомендується використовувати в таких ситуаціях:

- подолання проблеми є важливим для обох сторін, тому ніхто з них не хоче йти на поступки;
- партнери переговорів мають привалі та взаємозалежні стосунки;
- в опонентів є достатньо часу, щоб ретельно попрацювати над розв'язанням проблеми;
- кожен із партнерів добре обізнаний у намірах іншого;
- кожен із учасників переговорів виявляє готовність спільно працювати над розв'язанням виниклої проблеми;
- кожний з них готовий докладно викласти свої ідеї й уважно вислухати іншого;
- учасники взаємодії мають однакову владу чи готові не помічати різницю у своїх повноваженнях для того, щоб на рівних шукати варіант подолання проблеми.

Ще одним стилем, який можна використовувати для розв'язання конфліктів, є *стиль компромісу*. Цей стиль передбачає часткове задоволення інтересів усіх учасників конфліктної ситуації. На відміну від стилю співробітництва, який вимагає докладного вивчення позицій усіх партнерів, на основі якого й відбувається привалий пошук оптимального рішення, стиль компромісу передбачає надання кожним учасником певних поступок іншим, натомість він отримує деякі поступки у вимогах з їхнього боку. Вважається, що стиль компромісу є найбільш доречним для таких ситуацій:

- опоненти мають однакову владу, однакові за інтенсивністю вираження інтереси, але ці інтереси протилежні;

- в учасників немає часу на довгі переговори чи вони вважають шлях компромісу найбільш економічним;
- людину задовольняє тимчасове рішення;
- прийняте рішення надає особі певну короткочасну вигоду;
- інші підходи до розв'язання проблеми виявилися неефективними;
- людина не понесе серйозних збитків, якщо прохи змінить попередньо визначену мету;
- компроміс дає змогу учасникам спілкування зберегти добрі взаємини й отримати кожному з них хоч якусь вигоду.

Учасникам комунікативного процесу необхідно не лише зрозуміти кожен із схарактеризованих вище стилів розв'язання конфліктів, його суттєві переваги й ситуації, у яких він може бути оптимальним, але й навчитися використовувати різні стилі в реальній практиці. Якщо людина відчуває, що вона не дуже комфортно почувається в ситуаціях, коли необхідно застосовувати певний стиль, необхідно приділити цьому стилю більше уваги, відпрацювати його в реальних чи змодельованих ситуаціях спілкування.

## Практикум

1. Студенти по черзі пригадують конфлікти, у яких вони були учасниками, і розповідають, як вони вийшли з них. Потім разом обговорюють, чи існував кращий варіант розв'язання кожного конфлікту. Найбільш цікаві ситуації розігруються в сценках перед аудиторією, щоб молоді люди наочно могли побачити, як досягається подолання конфлікту.
2. Поділившись на пари, студенти моделюють певну конфліктну ситуацію, а потім по черзі намагаються розв'язати її, використовуючи один із зазначених вище стилів розв'язання конфліктів.
3. Кожний із учасників комунікації ділиться своїми думками про те, які його якості провокують появу конфліктів. Інші студенти висловлюють свої погляди щодо цього.

Часто людина не знає, який стиль розв'язання конфлікту є найкращим для певної конкретної ситуації. У такому разі Дж. Скотт, яка є відомим зарубіжним фахівцем з конфліктології, пропонує використовувати карту можливостей, наведену нижче. Студентам пропонується пригадати чи змодельувати певну конфліктну ситуацію та проаналізувати можливості її розв'язання різними способами за допомогою використання запропонованої карти можливостей. Для цього їм треба заповнити таблицю, вносячи в першу її колонку опис розв'язання конфліктної ситуації за допомогою використання відповідних стилів її розв'язання, а в інші – ту кількість балів, яка, на їхню думку, відповідає цим рішенням. Після отримання підсумкових даних студентам пропонується порівняти результати й відповісти на такі запитання: Під час

застосування якого стилю розв'язання певної конфліктної ситуації було отримано найкращий результат? Чи погоджуєтесь ви з тим, що цей варіант дійсно є найкращим у цій ситуації? Обґрунтуйте свою відповідь.

### Складання карти можливостей

Опис конфлікту: \_\_\_\_\_

Це одиничний конфлікт чи він повторюється? \_\_\_\_\_

Шкала оцінок:

- 1 – найменша ймовірність / бажаність події;
- 3 – середня ймовірність / бажаність події;
- 5 – найбільша ймовірність / бажаність події

Можливий підхід (докладний опис ситуації)	Можливі реакції іншої сторони чи ймовірнісний результат застосування цього підходу	Ймовірність реакції (від 1 до 5)	Бажаність результату (від 1 до 5)	Підсумко-ва оцінка (ймовірність X бажаність)
Ухилення: _____				
Прийняття: _____				
Протиборство: _____				
Компроміс: _____				
Співробітництво: _____				

### Питання для самоконтролю та завдання

1. Що таке конфлікт?

2. Що може стати причиною конфлікту?
3. Визначте основні структурні елементи конфлікту?
4. Наведіть різні класифікації типів конфліктів, подані в науковій літературі.
5. Визначте поняття конфліктогену. Назвіть і схарактеризуйте основні види конфліктогенів.
6. Визначте й схарактеризуйте основні типи конфліктних особистостей.
7. Опишіть, як можна подолати конфлікт шляхом покращення спілкування.
8. Назвіть форми криптичних зауважень, які не створюють напруженості у взаємовідносинах людей.
9. Визначте узагальнені стилі розв'язання міжособистісних конфліктів. Розкрийте суть кожного стилю. Опишіть, у яких ситуаціях доцільно використовувати кожний із цих стилів.

### Тест на оцінку рівня конфліктності особистості

*Інструкція:* відповідаючи на запитання, виберіть із трьох запропонованих відповідей ту, що найбільше відображає Ваші індивідуальні особливості:

1. Чи характерно для Вас прагнення до домінування, тобто бажання підкоряти інших своїй волі:
  - а) ні;
  - б) коли як;
  - в) так.
2. Чи є у Вашому колективі люди, які Вас побоюються, а можливо, й ненавидять:
  - а) так;
  - б) складно відповісти;
  - в) ні.

3. Хто Ви більшою мірою:

- а) пацифіст;
- б) принциповий;
- в) заповзятий.

4. Як часто Вам доводиться виступати з криптичними судженнями:

- а) часто;
- б) періодично;
- в) рідко.

5. Що для Вас було б найбільш характерно, якби Ви очолили новий для Вас колектив:

- а) розробив би програму роботи колективу на рік уперед і переконав усіх у його доцільності;
- б) вивчав би, хто є хто, і встановив би контакт з лідерами;
- в) частіше б радився з людьми.

6. У випадку невдач який стан для Вас найбільш характерний:

- а) песимізм;
- б) поганий настрій;
- в) образа на себе.

7. Чи характерно для Вас прагнення відстоювати й зберігати традиції Вашого колективу:

- а) так;
- б) швидше за все, так;
- в) ні.

8. Чи належите Ви до тих людей, яким легше сказати гірку правду в очі, ніж промовчати:

- а) так;
- б) швидше за все, так;

в) ні.

9. Із прьох особистісних якостей, із якими Ви боретесь, частіше за все Ви намагаєтесь подолати в собі:

- а) роздратованість;
- б) образливість;
- в) нетерпимість крипики від інших людей.

10. Хто Ви більшою мірою:

- а) незалежний;
- б) лідер;
- в) генератор ідей.

11. Якою людиною Вас вважають Ваші друзі:

- а) екстравагантною;
- б) оптимістичною;
- в) наполегливою.

12. Вам частіше за все доводиться боротися проти:

- а) несправедливості;
- б) бюрократизму;
- в) егоїзму.

13. Що для Вас найбільш характерно:

- а) недооцінювати свої здібності;
- б) оцінювати свої здібності достатньо об'єктивно;
- в) переоцінювати свої здібності.



14. Що частіше за все приводить Вас до зіпкнення й конфлікту з людьми:

- а) надмірна ініціатива;
- б) надмірна криптичність;
- в) надмірна прямолінійність.

Відповідно до ключа підраховується сума балів і визначається рівень конфліктності:

Запитання	Оціночні бали відповідей	Рівні розвитку конфліктності	Сумарна кількість балів
1	а) 1, б) 2, в) 3	1—дуже низький;	14-17
2	а) 3, б) 2, в) 1	2- низький;	18-20
3	а) 1, б) 2, в) 3	3— набагато нижчий за	21-23
4	а) 3, б) 2, в) 1	середній;	24-26
5	а) 3, б) 2, в) 1	4 – трохи нижчий за середній;	27-29
6	а) 2, б) 3, в) 1	5 – середній;	30-32
7	а) 3, б) 2, в) 1	6 – трохи вищий за середній;	33-35
8	а) 3, б) 2, в) 1	7 – вищий за середній;	36-38
9	а) 2, б) 1, в) 3	8 – високий;	39-42
10	а) 3, б) 1, в) 2	9 – дуже високий	
11	а) 2, б) 1, в) 3		
12	а) 3, б) 2, в) 1		
13	а) 2, б) 1, в) 3		
14	а) 1, б) 2, в) 3		

### Тест «Самооцінка конфліктності»

*Інструкція:* Оцініть за 7-бальною шкалою, наскільки для Вас характерна кожна властивість, наведена в таблиці. 7 балів означає, що у Вашій поведінці завжди виявляється властивість,

описана в лівій частині таблиці, 1 бал — що вона ніколи не виявляється, тобто для вас характерна її протилежність, описана в правій частині таблиці:

1. Рветесь у суперечку	7 6 5 4 3 2 1	Ухиляєтесь від суперечки
2. Свої висновки супроводжуєте тоном, який не терпить заперечень	7 6 5 4 3 2 1	Свої висновки супроводжуєте вибачливим тоном
3. Вважаєте, що досягнете задуманого, якщо будете завзято заперечувати	7 6 5 4 3 2 1	Вважаєте, що якщо будете заперечувати, то не досягнете запланованого
4. Не звертаєте уваги на те, що інші не приймають доказів	7 6 5 4 3 2 1	Шкодуєте, якщо бачите, що інші не приймають доказів
5. Спірні питання обговорюєте в присутності опонента	7 6 5 4 3 2 1	Розмірковуєте про спірні проблеми за відсутності опонента
6. Не ніякуєте, якщо опиняєтесь у напруженій ситуації	7 6 5 4 3 2 1	У напруженій ситуації відчуваєте себе незручно
7. Вважаєте, що в суперечці треба продемонструвати характер	7 6 5 4 3 2 1	Вважаєте, що в суперечці не треба показувати свої емоції
8. Не поступаєтесь у суперечках	7 6 5 4 3 2 1	Поступаєтесь у суперечках
9. Вважаєте, що люди легко виходять із конфлікту	7 6 5 4 3 2 1	Вважаєте, що людям складно виходити з конфлікту
10. Якщо «вибухаєте», то вважаєте, що без цього не можна	7 6 5 4 3 2 1	Якщо «вибухаєте», то швидко відчуваєте провину

*Опрацювання й інтерпретування результатів:* підрахуйте загальну суму балів та оцініть свій ступінь конфліктності:

*понад 60 балів* – високий ступінь конфліктності. Часто Ви самі шукаєте причину для спору. Не ображайтесь, якщо Вас будуть вважати любителем побешкетувати. Краще подумайте, чи не криється за такою поведінкою глибинне почуття власної меншовартості.

*50-59 балів* – виражена конфліктність. Ви наполегливо відстоюєте свою думку, навіть якщо це може негативно вплинути на Ваші стосунки з оточуючими. За це Вас не завжди люблять, але поважають.

*30-49 балів* – конфліктність виражена слабо. Ви вмієте згладжувати конфлікти й уникати криптичних ситуацій, але в разі необхідності готові рішуче відстоювати свої інтереси.

*15-30 балів* – конфліктність не виражена. Ви тактовні, не любите конфлікти. Якщо ж доводиться вступати в суперечку, Ви завжди враховуєте, як це може відбитися на Ваших стосунках з оточенням.

### **Тест на виявлення типів для особистості засобів реагування на конфліктні ситуації**

*Інструкція:* З двох варіантів відповідей оберіть той, що найбільше відповідає Вашим поглядам. Пам'ятайте, що Ваше завдання – обрати найдоцільнішу відповідь із двох альтернатив до кожної позиції. Тому слід зважати на те, що деякі формулювання повторюються – адже в новому варіанті вони є парою до іншої альтернативи:

1. а) інколи я надаю іншим можливість узяти на себе відповідальність за розв'язання спірного питання;  
б) замість обговорення того, у чому ми маємо розбіжності, я намагаюсь звернути увагу на те, з чим ми згодні.
2. а) я намагаюсь знайти компромісне рішення;  
б) я прагну владнати його з урахуванням усіх інтересів іншої людини й моїх власних;

3. а) найчастіше я наполегливо прагну досягти свого;  
б) найчастіше я жертвую власними інтересами заради інтересів іншої людини.
4. а) я намагаюсь знайти компромісне рішення;  
б) я намагаюсь не образити почуттів іншої людини.
5. а) залагоджуючи спірну ситуацію, я увесь час намагаюсь знайти підтримку в іншого;  
б) я намагаюсь робити все, щоб уникнути зайвої напруженості.
6. а) я намагаюсь уникнути неприємностей для себе;  
б) я намагаюсь досягти свого.
7. а) я намагаюсь відкласти рішення спірного питання, щоб згодом розв'язати його повністю;  
б) я вважаю за можливе в чомусь поступитися, щоб досягти свого.
8. а) найчастіше я наполегливо прагну досягти свого;  
б) я спершу намагаюсь з'ясувати, у чому полягає коло інтересів і спірних питань.
9. а) думаю, що не завжди слід хвилюватися через виниклі розбіжності;  
б) я докладно зусиль, щоб досягти свого.
10. а) я твердо прагну досягти свого;  
б) я намагаюсь знайти компромісне рішення.
11. а) передусім я прагну чітко визначити, у чому полягає коло інтересів і спірних питань;  
б) я намагаюсь заспокоїти іншого і, головним чином, зберегти наші стосунки.
12. а) часто я уникаю позиції, яка може спричинити суперечку;  
б) я надаю можливість іншій людині не змінювати в чомусь свою думку, якщо вона також іде мені назустріч;
13. а) я віддаю перевагу середній позиції;  
б) я наполягаю, щоб усе було зроблено по-моєму.
14. а) я повідомляю іншому свою думку й запитую про його погляди;  
б) я намагаюсь показати іншому логіку та перевагу моїх поглядів.
15. а) я намагаюсь не образити почуттів іншого;  
б) я намагаюсь зробити все по-іншому, ніж пропонує співрозмовник.

16. а) я намагаюсь не образити почуттів іншого;  
б) я найчастіше прагну переконати іншого в перевагах моєї позиції.
17. а) найчастіше я наполегливо намагаюсь досягти свого;  
б) я намагаюсь зробити все, щоб уникнути зайвої напруженості.
18. а) якщо це допоможе іншому стати щасливим, я дам йому можливість наполягти на своєму;  
б) я дам іншому можливість не змінювати свою думку, якщо він іде мені назустріч.
19. а) насамперед я прагну визначити те, у чому полягає коло інтересів і спірних питань;  
б) я прагну відкласти спірні питання для того, щоб з часом розв'язати їх остаточно.
20. а) я прагну негайно подолати наші розбіжності;  
б) я намагаюсь знайти найкраще поєднання переваг і недоліків для нас обох.
21. а) проводячи переговори, намагаюсь бути уважним до іншого;  
б) я завжди схиляюсь до прямого обговорення проблеми.
22. а) я прагну знайти «золоту середину» між моєю позицією та позицією іншої людини;  
б) я відстоюю свою позицію.
23. а) як правило, я дбаю про те, щоб задовольнити бажання кожного з нас;  
б) інколи даю іншим можливість узяти на себе відповідальність за розв'язання спірного питання.
24. а) якщо позиція іншого здається йому надто важливою, я намагаюсь піти йому назустріч;  
б) я намагаюсь переконати іншого піти на компроміс.
25. а) я намагаюсь переконати іншого у своїй правоті;  
б) проводячи переговори, я намагаюсь бути уважнішим до аргументів іншого.
26. а) я найчастіше пропоную середню позицію;  
б) я майже завжди прагну уникати суперечок.
27. а) я найчастіше прагну уникати суперечок;  
б) якщо це важливо для іншого, я дам йому можливість наполягти на своєму.
28. а) найчастіше я наполегливо прагну досягти свого;  
б) улагоджуючи ситуацію, я найчастіше прагну знайти підтримку в іншого.

29. а) я пропоную «золоту середину»;

б) вважаю, що не завжди слід хвилюватися через виниклі розбіжності.

30. а) я намагаюся не зачепити почуттів іншого;

б) я завжди займаю таку позицію в суперечці, щоб ми спільно могли досягти успіху.

№пи- тання	Показники					№пи- тання	Показники				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
1				а	б	16	б				а
2		б	а			17	а			б	
3	А				б	18			Б		а
4			а		б	19		а		б	
5		а		б		20		а	Б		
6	Б			а		21		б			
7			б	а		22	б		А		
8	А	б				23		а		б	
9	Б					24			Б		а
10	А		б			25	а				б
11		а			б	26		б	А		
12			б	А		27				а	б
13	Б		а			28	а	б			
14	Б	а				29			А	б	
15				Б	а	30		б			а

Підрахуйте кількість індексів, закреслених у кожній колонці. Найбільший результат означає перевагу того чи іншого стилю. Значення колонок: 1) конкуренція; 2) співробітництво; 3) компроміс; 4) ухиляння; 5) пристосування.



## РОЗДІЛ 6\_\_

### МЕТОДИКА ОВОЛОДІННЯ ТЕХНІКОЮ МОВЛЕННЯ

#### 6.1. Складники техніки мовлення

Оскільки якість звучання усної мови значною мірою залежить від сформованості сили, темпу й тембру голосу, ясності й чіткості вимовляння кожного звуку та слова, правильності говоріння, демонстрація оратором вищевказаних властивостей мовлення є необхідною передумовою для того, щоб він міг адекватно транслювати слухачам зміст підготовленої промови, передавати їм емоційне та естетичне багатство свого усного мовлення. Тому мовленнєва культура особистості передбачає обов'язкове досягнення нею належної техніки мовлення, що охоплює:

- вільне володіння диханням;
- уміле керування голосом;
- наявність відпрацьованих навичок чіткої, ясної артикуляції;
- засвоєння й дотримання орфоепічних норм.

*Техніка мовлення* — це сукупність прийомів фонаційного дихання, мовленнєвого голосу й дикції, доведених до ступеня автоматизованих навичок, що дає змогу особистості успішно взаємодіяти з іншими людьми.



Науковці (І. Зязюн, С. Нікольська, Н. Ольшанська, Т. Токміна [53; 54; 55; 85]) підкреслюють, що успішне оволодіння технікою мовлення можливе тільки в тому разі, коли студенти усвідомили необхідність її опанування як необхідної передумови ефективної взаємодії з іншими людьми, вивчили механізм звучання усного мовлення (які органи людини беруть участь у цьому процесі, як вони функціонують, які характеристики їхньої роботи забезпечують найкраще звучання мовлення тощо), засвоїли знання про методи та шляхи оволодіння технікою мовлення, зрозуміли, що робота над удосконаленням техніки мовлення повинна мати системний і послідовний характер, поєднуючи в собі групову роботу в студентській аудиторії під керівництвом викладача й самостійну роботу, яку кожний майбутній фахівець має планувати та виконувати індивідуально. Важливо також зазначити, що робота щодо підвищення рівня мовленнєвої культури обов'язково передбачає вдосконалення мовленнєвого апарату.

***Мовленнєвий апарат** – це сукупність органів людини, необхідних їй для виробництва говоріння.*

До мовленнєвого апарату належать:

- дихальні органи, оскільки всі звуки мовлення створюються на видиху: легені, бронхи, трахея й міжреберні м'язи. Легені спираються на діафрагму – еластичний м'яз, який у розслабленому стані має вигляд купола. Коли діафрагма й міжреберні м'язи скорочуються, об'єм грудної клітини збільшується – відбувається вдих, коли розслаблюються – видих;
- пасивні органи мовлення – це нерухливі органи, які є точкою опори для активних органів, а саме: зуби, альвеоли, тверде піднебіння, порожнина носа, гортань;
- активні органи мовлення – це рухливі органи, які здійснюють основну роботу, необхідну для створення звука. До них належать язик, губи, м'яке піднебіння, маленький язичок, надгортанник, голосові зв'язки. Голосові зв'язки – це два невеликі пучки м'язів, прикріплені до хрящів гортані й розташовані на ній майже горизонтально. Маючи високу еластичність, вони можуть розсуватися на різну ширину, перебуваючи в напруженому чи розслабленому стані;

- головний мозок, який координує роботу органів мовлення й підкоряє вимовляння волі промовця.

## 6.2. Відпрацювання мовленнєвого (фонаційного) дихання

Звуки мовлення створюються під час видиху, тому його організація суттєво впливає на якість мовлення людини. Отже, дихання для людини не тільки виконує фізіологічну функцію, забезпечуючи її організм киснем, але є й енергетичною базою мовлення.

Якщо в повсякденному житті процес дихання відбувається автоматично й не вимагає усвідомленого контролю з боку індивідуума, то для професійного спілкування, яке нерідко вимагає привалих виступів, несформоване мовленнєве дихання є серйозною проблемою. Адже відсутність відповідних дихальних навичок не дає змоги фахівцеві здійснювати повний вдих і на видиху раціонально розподіляти дози повітря під час промови, а це провокує появу недоречних пауз у виступі, різких обривів висловлювань та інших вад, які значно ускладнюють можливість адекватного сприйняття повідомлення.

Для відпрацювання дихальної техніки важливо усвідомити, як узагалі відбувається процес дихання людини. Залежно від того, які м'язи беруть участь у цьому процесі, фахівці (І. Зязюн, О. Савостьянов [55; 71]) виділяють чотири типи дихання.

Так, перший тип — це верхнє дихання. Таке дихання є достатньо слабким, поверховим, воно здійснюється тільки за допомогою м'язів, які забезпечують рухи плечей і верхньої частини грудної клітини, тобто під час такого дихання активно працює лише верхівка легенів.

Другий тип — це грудне дихання, яке також не забезпечує достатньої активності видиху. Дихання такого типу відбувається за допомогою рухів міжреберних м'язів, що здійснюють зміни поперечного об'єму грудної клітини, утім діафрагма під час такого дихання майже не рухається.

Третій тип дихання — це діафрагмальне дихання, коли, навпаки, відбувається скорочення діафрагми, за рахунок чого змінюється поздовжній об'єм грудної клітини. Ці зміни

й забезпечують процес дихання. Однак під час такого дихання міжреберні дихальні м'язи майже не рухаються.

Четвертий тип дихання — це діафрагмально-реберне дихання, яке вважається найбільш повним і правильним. Дихання такого типу здійснюється за рахунок змін об'єму повітря в поперечному й поздовжньому напрямках унаслідок скорочення діафрагми, міжреберних дихальних м'язів, а також черевних м'язів живота. У такому разі відбувається повне розширення грудної порожнини й максимальна вентиляція легень, а напруження нижніх міжреберних м'язів, утримуючи діафрагму в стисненому стані, дає змогу робити рівномірний видих. Діафрагмально-реберне (змішане) дихання вважається оптимальним типом дихання для здійснення ділового мовлення, саме тому воно отримало назву мовленнєвого (фонаційного) дихання.

Слід зазначити, що, на відміну від звичайного, фізіологічного дихання, при якому вдих і видих мають однакову тривалість, фонаційне дихання характеризується порушенням симетричності, ритмічності цих процесів. Адже мовленнєве дихання передбачає, що після короткого енергійного вдиху й непривалої паузи здійснюється довгий звуковий видих, який звичайно перебільшує термін вдиху приблизно в 10-15 разів.

Деякі студенти вважають, що набір якомога більшої кількості повітря в легені допомагає йому краще підготуватися до говоріння. Ця думка є хибною, адже збільшений об'єм повітря може вирватися в першу ж секунду, продемонструвавши слухачам відсутність технологічної підготовленості оратора до виступу. Але навіть якщо людині вдасться утримати в собі повітря, вона все одно не зможе нормально керувати своїм диханням. Отже, оволодіння технікою мовленнєвого дихання вимагає від особи не стільки суттєвого збільшення об'єму повітря, що вдихається, скільки навчання розподіляти його обсяг на рівні за активністю й тривалістю порції під час видиху, засвоєння вмінь робити непомітний для слухачів добір повітря в процесі промови.

Правильно поставлене мовленнєве дихання передбачає, що, з одного боку, після видиху в легенях не залишається багато повітря, а з другого — оратор не відчуває його нестачі під час промови. Фахівці радять, що під час видиху не слід повністю звільняти дихальний апарат, а треба залишати в ньому невеликий запас повітря. Це дає змогу попередити в майбутній промові людини квапливе

поглинання повітря через гостре відчуття його браку, допоможе забезпечити більш непомітний і беззвучний вдих. Важливою вимогою до фонаційного дихання є також забезпечення фокусування струменя повітря, що видихається, в одній точці.

Таким чином, можна підсумувати, що мовленнєве (фонаційне) дихання характеризують:

- активний, енергійний, короткий вдих, переважно через ніс;
- організований видих, що передбачає фокусування струменя повітря, що видихається, в одній точці;
- керований розподіл видиху, тобто усвідомлений розподіл обсягу повітря, що видихається, на рівномірні порції.

Для відпрацювання мовленнєвого дихання фахівці рекомендують виконувати спеціальні вправи. Зрозуміло, що починати треба з найбільш простих із них, а потім поступово підвищувати рівень їхньої складності.

#### **Вправа 1.**

Станьте прямо, ноги на ширині пліч. Нахиліться вперед та візьміться за рукоятку уявного автомобільного насоса. Починайте накачувати повітря: випрямляючись, робити вдих, схилившись — видих. Після недовгого тренування починайте виконувати цю вправу зі звуком під час «накачування шини»: енергійно виштовхуйте повітря під час видиху зі звуком «ффффу!...»

#### **Вправа 2.**

Розбийтесь на пари. Візьміться вдвох за руки, щоб ваші руки перехрещувалися. Уявіть, що ви з напарником пиляете дрова, праві руки — це пила, ліві — колода. Перший із учасників на рахунок «один» тягне на себе «пилу», імітуючи на активному видиху звук: «ззззз...», потім на рахунок два його партнер тягне на себе «пилу», імітуючи звук: «ссссс...». Робити вправу слід ритмічно, дихати рівномірно.

#### **Вправа 3.**

Вдихнувши повітря носом, зробіть різкий видих через рота, намагаючись якомога швидше звільнитися від повітря в легенях. Отвір між губами при цьому повинен мати форму овала, розпашованого вертикально.

#### **Вправа 4.**

Зробіть на рахунок 1, 2, 3, 4 вдих, затримайте дихання (на рахунок 5, 6), потім на рахунок 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 зробіть видих, ритмічно рахуючи при цьому про себе.

#### **Вправа 5.**

Повторіть попереднє завдання, але під час видиху рахуйте вголос: 7, 8, 9 і далі.

### **Вправа 6.**

Зробіть короткий вдих, прохи затримайте дихання, а потім під час видиху почніть уголос рахувати: 1, 2, 3 і т. д. Рахуйте, не прискорюючи темпу, поки вистачить повітря.

### **Вправа 7.**

Для тренування діафрагми прочитайте короткий уривок з будь-якого вірша, не закриваючи рота. (Можете уявити, що вам поставили пломбу, тому не можна закривати рота).

### **Вправа 8.**

Приписніть до губ мундштук уявної труби й, видуваючи повітря, «протрубіть» (без звуку, лише за допомогою порцій повітря під час видиху) будь-який бадьорий, енергійний мотив.

### **Вправа 9.**

Поставте на відстані півметра свічку й запаліть її. Виконайте два варіанти вправи:

- загасіть свічку енергійним, чітко сфокусованим видихом;
- спочатку легенько дмухаючи на свічку, спробуйте відхилити її полум'я до горизонтального положення, а потім, зробивши невелику паузу, щоб полум'я повернулося до вихідного стану, енергійним поштовхом залишку повітря загасіть його.

### **Вправа 10.**

Візьміть у руки годинник, на якому є секундна стрілка, і почніть відлічувати час по секундах: «Десять! Дев'ять! Вісім! Сім! Шість! П'ять! Чотири! Три! Два! Один! Пуск!» Відлік часу треба робити голосно, чітко, рівномірно від початку до кінця, на одному диханні.

### **Вправа 11.**

Використайте для тренування дитячу лічилку про Єгорок: «Як на горці, на пригорку стоять тридцять три Єгорки: один Єгорка, два Єгорка, три Єгорка...» й т. д. Виконуйте цю вправу

в різних варіантах: спочатку робіть добір повітря після кожного третього слова «Єгорка», потім після восьмого, одинадцятого повтору цього слова, потім спробуйте робити добір повітря після кожного слова «Єгорка».

### Вправа 12.

Про себе прочитайте вірш В. Сосюри «Як не любить той край»:

Як не любить той край, де вперше ти побачив  
Солодкий дивний світ, що ми звемо життям,  
Де вперше став ходити і квіткою неначе  
В його теплі зростав і усміхавсь квіткам!  
Як не любить той край, що дав тобі і силу,  
І гострий зір очей і розум молодий,  
І далі, щоб тобі красу свою відкрили,  
І моря голубий, розгойданий прибієм...  
Він радість у труді і творчих дум польоти  
Тобі для слави дав, як шум гаїв і рік,  
Як саяво сонячне в усій твоїй істоті,  
Як весни, щоб до їх тепла ти серцем звик.  
З тобою він у снах і наяву з тобою,  
Ти разом з ним ростеш і змінюєшся з ним,  
Милуєшся його нетлінною красою,  
Бо він — твоє життя, твоя любов, твій дім.

Кілька разів прочитайте цей текст:

- 1) читаючи вірш, зупиняйтесь наприкінці кожного рядка; під час пауз робіть вдих;
- 2) прочитайте по два рядки, вдихайте глибоко, але непомітно і не «по вінця».

### Вправа 13.

Прочитайте чотиривірш:

Не щебечи, соловейко, під вікном близенько,  
Не щебечи, малюсенький, на зорі раненько,  
Як запьохкаєш, як свиснеш, наче заграєш,  
Та і б'ється у грудях серце, душу роздираєш.

а) Спочатку прочитайте чотиривірш на одному видиху, зупиняючись для видиху в його кінці;

б) прочитайте текст на видиху по два рядки;

в) спробуйте прочитати текст без пауз.

Кожне завдання виконайте кілька разів. Робіть це без поспіху. Після кожного речитивування відпочивайте.

#### Вправа 14.

Наведене нижче речення прочитайте на одному видиху, стежачи за тим, щоб дихання було глибоким:

Мохнатий джміль із будяків червоних  
Спиває мед. Як соковито й повно  
Гуде і стелиться понад землею.  
Ясного полудня віолончель.

#### Вправа 15.

Прочитайте «Сонет 19» Данте Аліґ'єрі в перекладі Д. Павличка. Зверніть увагу на паузи: для їх позначення вжито вертикальні лінії: одна — мала пауза, дві — велика. Читаючи вголос, дихайте спокійно, непомітно.

Явило безмір ніжності й турботи  
 Обличчя ваше | **лагідней сумне**  
 В ту мить, як ви побачили мене, |  
 Зчорнілого від горя і скорботи. ||  
 Я зрозумів, | **що сповнене чужоти** |  
 З моєї туги ваше серце схне, ||  
 Плач появляв спраждання навісне,  
 І я не міг його перебороти. ||  
 Я мусив заховатися від вас,  
 Щоб ви не бачили мого ридання  
 Не знали глибини моїх ураз. ||  
 Сумне душе, † я мовив, † до сконання  
 З цією донною † моє Кохання, |  
 Через яке я плачу раз у раз!

### 6.3. Розвиток мовленнєвого голосу

Голос створюється в процесі проходження повітря через гортань під час видиху людини, коли відбувається послідовне змикання й розмикання голосових зв'язок. Голосовий апарат містить три складові системи: генераторну, енергетичну й резонаторну. Перша з них, яка складається з голосових зв'язок, щілин і затворів рота, забезпечує безпосереднє створення звуків, які, у свою чергу, залежно від специфіки їхнього звучання, поділяються на тональні та шумові.

Резонаторна система забезпечує стабільність й динаміку мовлення, дозволяючи посилювати звук. Людина має дві групи резонаторів – верхню й нижню. Верхню групу резонаторів створюють порожнини, розташовані над голосовими зв'язками: глотка, лицеві пазухи, купол твердого піднебіння, черепна коробка. Ця група забезпечує надання звучанню голосу дзвінкості й польотності.

Нижня група резонаторів розташована під зв'язками, її головним елементом є грудна порожнина. Від цієї системи залежить сила й виразність звучання голосу, адже грудний регістр



забезпечує надання звукам голосу додаткових тонів (обертонів), які надають йому певного тембрального забарвлення.

Енергетичну систему складають органи, які забезпечують механізм зовнішнього дихання. Ця система регулює швидкість потоку повітря та його кількість, що подається до відповідних фонаційних органів для утворення необхідних для певного комунікативного акту звуків.

Фахівці (О. Савостьянов, Т. Токміна, В. Чихаєв [71; 85; 86]) констатують, що правильно поставлений голос має певні характерні особливості. Так, мовленнєвий голос відрізняється *достатньою силою звука*, тобто значним динамічним діапазоном, який виражається в його здатності бути почутим кожним слухачем у будь-якій аудиторії, навіть без використання технічних засобів посилення.

Важливою характерною рисою мовленнєвого голосу є *достатній рівень його посилення*. Наявність цієї властивості відображається через здатність голосу оратора досягати кожної точки аудиторії, доліпати до всіх її учасників.

Суттєве значення для голосу мають його *рухливість* і *гнучкість*, які забезпечують здатність оратора висловлювати свої думки, максимально використовуючи інтонаційно-мелодійний малюнок усного мовлення, уміння своєчасно змінювати параметри голосу, коригуючи його відповідно до змісту промови.

Рухливість голосу передусім виявляється в здатності людини вільно змінювати його висоту. Межі між найнижчим і найвищим тонами, які доступні голосу конкретної людини, складають його звуковисотний діапазон. Як установлено науковцями, у добре тренованої людини такий діапазон може охоплювати дві, а то й три октави. Широкий звуковисотний діапазон допомагає ораторові уникнути монотонності, одноманітності звучання свого голосу, а це, у свою чергу, значно підвищує якість сприйняття змісту його промови. Для порівняння можна відзначити, що в побутовому мовленні людина найчастіше використовує лише 3-5 звукових тонів.

Важливим показником мовленнєвого голосу є багатство його *тембрального забарвлення*, що забезпечує його яскравість, виразність, м'якість. Як відомо, звучання голосу характеризується наявністю основного тону й певних додаткових тонів більш високої частоти. Чим більше цих

додапкових тонів виявляється під час звучання голосу, тим красивіше, виразніше він звучить, тим краще сприймається на слух. Кожна особистість має свій природний тембр голосу. Однак науковцями доведено, що за допомогою спеціального тренування резонансної системи її вихідний тембр голосу можна суттєво змінити на краще.

Важливою характеристикою мовленнєвого голосу є *польотність*, яка виражається в його властивості виділятися на тлі інших звуків та шумів, не зливаючись із ними. Добре поставленому голосу припаманна також *витривалість*, яка свідчить про його малу втомлюваність, що, у свою чергу, дає змогу ораторові не втрачати основні властивості звучання усного мовлення під час тривалого виступу, витримувати значні голосові навантаження.

Добре поставлений від природи людський голос спостерігається в реальному житті достатньо рідко. Але навіть такий голос без дбайливого ставлення до нього та без спеціального тренування поступово втрачає свої позитивні властивості.

Як свідчать результати проведених досліджень, майже половина людей, чия професійна діяльність пов'язана зі значними голосовими навантаженнями, має різні захворювання голосового апарату. Серед найбільш типових причин їх появи було виділено такі: підвищене щоденне навантаження на голосові зв'язки, невміле використання голосового апарату, недоприймання правил гігієни, природна слабкість фонаційних органів тощо.

Для попередження виникнення порушень голосу рекомендується дотримуватися основних правил гігієни голосу: не кричати на роботі, після її закінчення уникати довгих розмов, даючи можливість органам, що складають голосовий апарат, відпочити й оновити свою працездатність, не зловживати холодною й гарячою їжею тощо. Крім проведення різних профілактичних заходів щодо попередження фізіологічних проблем із голосом, кожній людині для збереження свого голосу корисно систематично й плановірно виконувати спеціальні вправи.

### **Вправа 16.**

Спробуйте заколисати уявного малюка. Рівно, спокійно, без різких звукових перепадів починайте крізь стиснені губи енергійно імітувати спів: «Ммм-ммм-ммм-ма... Ммм-ммм-ммм-

ма...». Нехай звук народжується на кінчиках губ, зібраних як для свисту. Виконання цієї вправи допомагає звільнити голос від зайвого напруження, надати йому більш вільного звучання.

### Вправа 17.

Для формування вмінь правильно використовувати свої природні резонатори спробуйте зімітувати голосом звучання дзвонів різних розмірів. Спочатку дзвонить великий дзвін: «Бом-м-м!... бом-м-м!... бом-м-м!...» Для передачі цього дзвону робиться короткий удар на голосній «о» на будь-якій низькій ноті й забезпечується довге гудіння звука «м».

Потім починають дзвонити маленькі дзвони, створюючи веселий передзвін: «Бім-бім-бімм... бім-бім-бімм... бім-бім-бімм...». Для передачі їхнього дзвону звук перекидається до верхнього регістру, причому час між звучанням дзвонів порівняно з попереднім варіантом значно зменшується. Необхідно стежити, щоб звук у цьому випадку виникав на кінчиках губ вільно, без м'язового напруження, на одній і тій же зручній для людини високій ноті.

Ще пізніше починають звучати дзвони середнього розміру: «баммм... баммм...баммм...баммм...». Звучання цих дзвонів має відбуватися на ноті середньої висоти, тобто між висотами звучання великого й маленьких дзвонів. Важливо також контролювати, щоб привалість звучання середніх за розміром дзвонів була меншою, ніж звучання великого дзвону, але більшою, ніж звучання малих дзвонів.

Після попереднього тренування звучання кожного з вищеписаних дзвонів спробуйте поєднати їх в єдину музичну композицію. Для перевірки дії природних резонаторів покладіть одну руку на груди, іншу – на тім'я. Під час звучання дзвонів обидва резонатори повинні звучати одночасно, причому у верхній позиції звука має відчуватися сильна вібрація в області «маски» (носові пазухи, зуби, губи).

### Вправа 18.

Студентам пропонується по черзі виразно прочитати одну з наведених нижче загадок, демонструючи правильне звучання свого голосу, решта молодих людей уважно слухає промовця і пропонує свою відповідь на його загадку:

- 1) Вгадайте словечко – ми будемо раді:

Два склади (подумайте, майте терпіння).

Як наголос зробим на першому складі,

То буде синонім до слова насіння.

Умова не стане для вас на заваді,

Бо в значенні зміна можлива єдина:

Як наголос зробим на другому складі,

То буде синонім до слова родина.

Яке ж це слово?

*(Сім'я)*

- 2) Слово є календарне в мові,

Є три звуки у цьому слові.

Варто перший лиш звук змінити –

вже напій ми зможемо пити.

Зміним другий – покаже клешні

Й поповзе у води путешні.

Зміним третій звук для забави –

Буде вже синонім канави.

Не потрапте туди в пітьмі...

Дальші зміни робіть самі

Назвіть основне слово

І похідні від нього.

*(Рік, сік, рак, рів)*

- 3) Це слово – упряж для тварини  
 (Впрягай і мчи наперегони).  
 Заміниш звук – і вже знаряддя  
 Для нападу чи оборони.  
 З заміною і без заміни  
 Це слово знали й наші предки.  
 Його початок нам підкаже  
 Десята літера абетки.  
 Яке це слово?

*(Збруя, зброя)*

- 4) Назв у нього є аж дві –  
 Є на –ок і –ях.  
 Ходить він на голові  
 Й разом – на ногах.  
 Знайте ще, якщо у вас  
 Вгадувать є попяг:  
 Голий він та водночас  
 Також і в чоботях.  
 Хто він?

*(Гвіздок, він же цвях у чоботі)*

- 5) Додумайсь, хто вона, й простеж –  
 У неї особливість є:  
 Що більше з неї ти береш,  
 То більшою вона стає.

А підказати можу я:

Шукай слівце на букву я.

То хто ж вона?

*(Яма)*

6) Усі ми рівні перед ним –

І світлі, й темні, й русі

Коли й на місці на однім,

То все одно ми в русі

А він спішисть, а він летить,

Бо вічності він служить.

Якщо прогавити хоч мить,

То вже не надолужить.

Хто він?

*(Час)*

7) Тобі відгадку підкажу,

Як долю визначиш мою:

Коли голодний, то лежу,

Коли ж наїмся, то стою.

Хто ж я?

*(Мішок)*

8) Ану, хто вони? Поодинці й гуртом

І з цим поквитайтесь «горішком»:

Як їсти сідаю – вони під столом,

А сплю – спочивають під ліжком.

*(Тапочки)*

- 9) На цей раз буде загадка простою:  
Берем звичайне слово з двох складів –  
Зелений куш, який цвіте весною,  
Назад читаєм – кошик для грибів.  
Що це за слово?

*(Бузок, козуб)*

- 10) У всіх він є, ось подивись –  
Старе, мале чи юне.  
Та кепсько, коли хтось кудись  
Його без діла суне.  
Що це таке?

*(Ніс)*

- 11) Я частина колеса: можеш добре мчати  
Лиш у воза запрягай коня.  
Переставиш наголос – буду означати  
Споживання їжі серед дня.  
Хто я?

*(Обід)*

- 12) Про яку, вгадайте, йдеться людську вдачу:  
Зроду не збіднієш з нею, далебі.  
Бо за пую вдачу матимеш віддачу:  
Що роздав ти людям – вернеться тобі.

Яка це риса вдачі?

*(Щедрість)*

- Я тонкий, твердий, та знаний всюди,  
Білим полем я охоче йду.  
Що ти думаєш — очима люди  
Визначають по моїм сліду.  
Хто я?

*(Олівець)*

- Тож бувають у мові дива!  
Це слівце інтригує не даром:  
На шість літер — апострофів два,  
Означає місцину над яром.  
Яке це слово?

*(Над'яр'я)*

- 15) Що за піч у Гаврила —  
І пахтіла, і курила,  
А нічого не зварила.  
Що це таке?

*(Кузня)*

- 16) Шість десятків років має чоловік,  
Загадку маленьку загадав для нас:  
Не прогавив жодних іменин за вік,  
Та в житті їх справив лиш п'ятнадцять раз.



Може б, друзі, з вас хто поспрудився

Та й сказав, коли він народився?

*(29 лютого)*

### Вправа 19.

Зберігаючи повноту й звучність голосних, забезпечуючи активне посилення звуку, прочитайте виразно вірш «Сміялися на купні»:

- Ану, — питає вчитель, —  
Дослідники майбутні!  
Що означає вираз —  
Сміялися на купні!  
Гриць каже: — Купня — цвинтар  
(Це скрізь — місця покутні).  
Сміялись там — і значить  
Сміялися на купні.  
А Федь: — Про смерть говорить  
Цей вираз, досить грубий,  
Бо в черепі, звичайно,  
Видніють купні зуби.
- Ану, — питає вчитель, —  
Хто ще як розуміє?  
Засумнівались учні,  
Ніхто сказати не сміє.
- Тут, — каже вчитель, — треба  
Різницю в лицах бачить,  
Коли сміються люди

І коли люди плачуть.  
По-різному в людини  
Видніються крізь губи  
При сміхові – передні,  
При плачі – купні зуби.  
Самі ж гримаси схожі,  
Нема чого й балакати.  
Сміятися на купні –  
Це й означає плакати.

#### 6.4. Відпрацювання правильної дикції

Правильна дикція є важливою вимогою до мовлення людини. Правильна дикція передбачає чіткість, ясність вимовляння слів, фраз, звучання кожного голосного та приголосного звуків. Особливо важливою професійною необхідністю є чіткість вимовляння для кожного педагога, оскільки це сприяє правильному сприйняттю учнями та студентами його мовлення.

***Дикція** – чітке вимовляння звуків мови, складів і слів із забезпеченням його відповідності літературним нормам мови.*

Недоліки дикції можуть мати різні причини. Якщо вони мають органічне походження, то їх ліквідують за допомогою медичного втручання: операції, застосування спеціально пристрою для випрямлення зубів тощо. Неорганічні вади вимовляння звичайно з'являються в людини ще в дитячому віці через виявлення дорослими недостатньої уваги до звучання її мови. Такі вади ліквідуються в процесі виконання спеціальних вправ, зокрема артикуляційної гімнастики. У

найбільш складних ситуаціях людина може звернутися за допомогою до кваліфікованого фахівця в цій галузі – логопеда.

Як підкреслюють фахівці (С. Дорошенко, С. Нікольська, Н. Ольшанська [26; 53]), дикція залежить від узгодженої праці губ, язика, щелеп, зубів, твердого і м'якого піднебіння, маленького язичка, задньої стінки глотки (зіва) і голосових зв'язок. Запорукою дикції є передусім забезпечення правильної артикуляції кожного звуку. Для відпрацювання правильної дикції необхідно регулярно тренувати органи мовленнєвого апарату, які дають змогу навчитися керувати потрібними групами м'язів. Наведемо приклади спеціальних вправ для відпрацювання дикції.

#### **Вправа 20.**

Зробіть гімнастику для губ:

1. Розкрийте рота, опустіть нижню щелепу на відстань двох пальців, язик покладіть плоско, трохи підніміть м'яке піднебіння. Поверніться у вихідне положення.
2. Верхню губу підніміть угору, оголюючи верхні зуби (ясен верхніх зубів не повинно бути видно). У момент піднягування губи м'язи обличчя перебувають у спокійному стані, зуби не стиснені. Поверніться у вихідне положення.
3. Нижню губу відп'ягніть до нижніх ясен, оголюючи нижні зуби. Щелепа не напружена.
4. Чергувати рухи верхньої та нижньої губ:
  - а) верхню губу підняти (відкрити верхні зуби);
  - б) нижню губу опустити (відкрити нижні зуби);
  - в) верхню губу опустити (закрити верхні зуби);
  - г) нижню губу підняти (закрити нижні зуби).

#### **Вправа 21.**

Зробіть гімнастику для язика:

1. *Вихідне положення:* рот широко розкритий, язик лежить плоско, з невеликим поглибленням усередині, його кінець ледь торкається нижніх зубів.  
Висуньте язик якомога далі з рота, а потім втягніть якомога глибше так, щоб створилася м'язова грудка, а кінець язика став непомітним. Потім язик повертається у вихідне положення.
2. *Вихідне положення:* таке ж, як у попередній вправі.  
Не рухаючи нижньою щелепою, треба по піднімати кінчик язика та приписувати його до коренів верхніх передніх зубів, то повертатися у вихідне положення.
3. *Вихідне положення:* таке ж, але рот напіввідкритий.  
Висовуйте язик уперед «лопатою», тобто надаючи йому плоскої, широкої форми, так, щоб він своїми боковими краями торкався куточків рота. Потім поверніть язик у вихідне положення.
5. *Вихідне положення:* таке ж, як у завданні 3.  
Висовуйте язик вперед «жалом» (надайте йому максимально загостреної форми). Потім поверніть язик у вихідне положення.

6. По черзі висовуйте язик по «лопатою», по «жалом».

7. *Вихідне положення*: рот широко відкритий.

Піднімайте кінчик язика «жалом» угору, поркаючись альвеол верхніх зубів, потім опускайте вниз, поркаючись альвеол нижніх зубів. Щелепи при цьому не зближувати.

### **Вправа 22.**

Для засвоєння правильної артикуляції голосних звуків у наголошеному складі потренуйтеся у вимовлянні слів, у яких наголошений склад починається з голосного звука і знаходиться на початку слова:

І ібіс, Ібсен

И Ихна, Ийм

Е еврика, екапи

Є Єва, євро

А айспра, абрис

Я ярмарок, яблуко

У ув'язь, урна

Ю юбка, юзом

О обраний, обвід

### **Вправа 23.**

Для відпрацювання звуків «п» і «б» щільно стисніть губи, натягнувши їхній край на зуби та прикусивши їх. Повітря, що знаходиться в порожнині рота, різко прорвіть змичку, немовби вистрілюєте пробку, записнуту між зубами. Губи спеціальними рухами не звільняйте, нехай їхню змичку прорве струмінь повітря.

### **Вправа 24.**

Виконайте попереднє завдання, але тепер вистрілюйте «пробкою» активним видихом (ударом діафрагми): «пп!». Не допускайте наприкінці появи голосних звуків.

**Вправа 25.**

Досягнувши чіпкого вибуху на звуку «п», спробуйте включити разом із видихом звук голосу: «бббб!».

**Вправа 26.**

Ураховуючи зміст двох попередніх вправ, потренуйте обидва приголосні звуки в парі, зберігаючи при цьому чітку диференціацію за дзвінкістю: «п» – «б», «п» – «б», «п» – «б», «п» – «б». Не допускайте наприкінці появи голосних звуків.

**Вправа 27.**

Уявіть собі, що кисть вашої правої руки є ракеткою для настільного тенісу. Тренуйте удар ракеткою по уявній кульці, відбиваючи його кистю: ппа!.. ппе!.. ппу!.. ппо!.. ппи!.. ппі!.. Нехай кожний звук, немов м'ячик, лепить уперед і вгору. Стежте за тим, щоб голосні «вибухали» на губах, продовжуючи «вибухи» відповідних приголосних. Посилайте звук у різні кутки кімнати: догори, праворуч, ліворуч, донизу.

Відпрацювавши вищенаведені сполучення звуків, включіть на видиху звук голосу: бба!.. ббе!.. ббо!.. ббу!.. бби!.. ббі!.. Потім поєднайте глухий і дзвінкий звуки в пару: пабба!... пеббе!.. поббо!.. пуббу!.. ппибби!.. піббі!.. Подвійте дзвінку голосну, поставивши наголос на першому складі. «Підкидайте» м'ячики легко, вільно, без м'язового напруження.

**Вправа 28.**

Проведіть з однокласниками такі ігри-змагання:

а) «Хто довше?»:

- продзижчить бджолою (дж-ж-ж-ж-ж);
- продзвениць комаром (з-з-з-з-з);

б) «Хто більше?»:

- випустить повітря з проколотої шини (с-с-с-с-с);

— задує свічок на іменинному торті (ф-ф-ф-ф-ф).

### Вправа 29.

Виконайте на одному видиху кожне із завдань, чітко й правильно вимовляючи кожний звук:

1) мі, ме, мі, мо, му, ми, ме, мя, мю;

2) ні, не, на, но, ни, не, ня, ню;

3) мімі-мімі, меме-меме, мама-мама, момо-моммо, муму-мумму, мими-мими, ме-ме-ме-ме, мя-мя-мя, мю-мю-мю;

4) ніні-ніні, нене-нене, нана-нана, но-ноно, нуну-нунну, нини-нинни, не-не-не-не, ня-ня-ня, ню-ню-ню;

5) мімімі, мемемем, мамамам, момомом, мумумум, мимимим, ме-ме-ме, мя-мя-мя, мю-мю-мю;

6) мімімімь, мемемемь, мамамамь, момомомь, мумумумь, мимимимь, мімімімь, ме-ме-ме, мя-мя-мя, мю-мю-мю;

7) нінінін, нененен, нананан, нононон, нунунун, нининин, нінінін, нененен, нянянян, нюнюнюн;

8) нінінінь, нененень, нананань, нонононь, нунунунь, нинининь, нінінінь, нененень, нянянянь, нюнюнюнь.

### Вправа 30.

На видиху, без напруження, губи в положенні «хоботок», починайте тягнути злитю, як гудок, голосний звук [y]: ууу... Після цього поєднайте з голосними:

ууОууОууОууО...

ууАууАууАууА...

ууЕууЕууЕууЕ...

ууИууИууИууИ...

**Вправа 31.**

Виконайте кожне завдання на одному видиху, чітко вимовляючи всі звуки:

1) лі-ле-лі-ло-лу-лі-ле-ля-лю;

2) лі-лі, ле-ле, ла-ла, ло-ло, лу-лу, ли-ли, ле-ле, ля-ля, лю-лю;

3) лі-лі-лі, ле-ле-ле, ла-ла-ла, ло-ло-ло, лу-лу-лу, ли-ли-ли,  
ле-ле-ле, ля-ля-ля, лю-лю-лю;

4) лі-лі-ліл, ле-ле-лел, ла-ла-лал, ло-ло-лол, лу-лу-лум, ли-ли-лил, ле-ле-лелл, ля-ля-лял,  
лю-лю-люл;

5) лі-лі-лілль, ле-ле-лелль, ла-ла-лалль, ло-ло-лолль, лу-лу-лумь, ли-ли-лилль, ле-ле-лелль, ля-ля-  
лялль, лю-лю-люлль.

**Вправа 32.**

Виконайте кожне завдання на одному видиху, чітко вимовляючи всі звуки:

1) зжд, зжді, зжде, зжда, зждо, зжду, зжди;

2) зждр, зждрр, зждррр, зждрі, зждре, зждра, зждро, зждру, зждри;

3) пд-пд-пд-пдрри, пд-пд-пд-пдррі, пд-пд-пд-пдрре, пд-пд-пд-пдрре, пд-пд-пд-пдрра, пд-  
пд-пд-пдрря, пд-пд-пд-пдрро, пд-пд-пд-пдрру, пд-пд-пд-пдррю;

4) дрри, дррі, дрре, дрра, дрро, дрру, дрре, дрря, дррю;

5) дррр, дрррр, дррррр, дрорр, дурр, дрюрр, драпр, дрярр;

6) ре, ра, ро, ру, ри, рі, ря, рю;

7) ре-ре, ра-ра, ро-ро, ру-ру, ри-ри, ре-ре, ря-ря, рю-рю;

8) ре-ре-рер, ра-ра-рар, ро-ро-рор, ру-ру-рур, ри-ри-рир, ре-ре-рер, ря-ря-ряр, рю-рю-рюр;

9) ре-ре-рерь, ра-ра-рарь, ро-ро-рорь, ру-ру-рурь, ри-ри-рирь, ре-ре-рерь, ря-ря-рярь, рю-  
рю-рюрь;

10) рере-рерре, рара-рарра, роро-рорро, руру-рурру, рири-рирри, рере-рерре, ряр-рярря,  
ряр-рярря.

**Вправа 33.**

Виконайте кожне завдання на одному видиху, чітко вимовляючи всі приголосні звуки:

- 1) гбді, гбде, гбда, гбдо, гбду, гбди, гбде, гадя, гбдю;
- 2) бдгі, бдге, бдга, бдго, бдгу, бдги, бдге, бдга, бдгю;
- 3) вгді, вгде, вгда, вгдо, вгду, вгди, вгде, вгда, вгаю;
- 4) вдгі, вдме, вдга, вдго, вдгу, вдги, вдге, вдгю;
- 5) кпті, кпте, кпта, кпто, кпту, кпти, кпте, кптю;
- 6) ппкі, ппке, ппка, ппко, ппку, ппки, ппке, ппкю;
- 7) фкпі, фкте, фкта, фкто, фкту, фкпи, фкте, фктю;
- 8) фткі, фтке, фтка, фтко, фтку, фтки, фтке, фткю.

**Вправа 34.**

Вимовте три рази, немовби:

- 1) ви кличете у лісі товариша — ау-у;
- 2) звучить віддалена луна — ау-у;
- 3) товариш енергійно відгукується на ваш клич — ау-у.

**Вправа 35.**

Для вироблення правильної артикуляції та тренування чіткості промовляння різних звуків прочитайте кілька разів скоромовки, поступово збільшуючи швидкість:

- 1) Бабрились в брудній баюрі  
Два бобри брунатно-бурі:  
— Правда, брате бобре, добре?  
— Дуже добре, брате бобре!
- 2) Хитру сороку спіймати морока,



А на сорок сорок – сорок морок.

- 3) Ти, малий, скажи малому  
Хай малий малому скаже,  
Хай малий пеля прив'яже.
- 4) Цей ковпак зроблений не по-ковпаківськи.  
Треба його перековпакувати, щоб він був перековпакований.
- 5) Кричав Архип, Архип охрип,  
Не треба Архипу кричати до хрипу.
- 6) Вередували вереднички,  
Що не зварили вареничків.  
Не вередуйте, вередниченьки,  
Ось поваряться варениченьки.
- 7) На городі стоїть верба найскоркумакуватіша.
- 8) Благословив брата на битви багатодружинні.

### **Вправа 36.**

Студентам пропонується по черзі прочитати одну з наведених нижче загадок, чітко вимовляючи при цьому кожний звук, решта молодих людей уважно слухає промовця й пропонує свою відповідь на його загадку:

- 1) Не з заліза, не з дерева

Ця пухкенька сплюха:

Є у неї два черева

І чопири вуха.

Що це таке?

*(Подушка)*

2) Я – поняття. З чотирьох я літер.

Кожен мене знає.

Писне миша чи застогне віпер –

вже мене й немає.

Хто я?

*(Тиша)*

3) Ану відгадайте, друзі, що це значить:

Він завжди за нею в небесах простує.

Його кожен чує, та ніхто не бачить,

Її кожен бачить, та ніхто не чує.

Що це таке?

*(Грім і блискавка)*

4) Хто захоче відгадати – хай не дуже поспіша:

В мові це єдине слово, де апостроф після Ш.

Коли, друже, ти одразу розгадаєш не знаєш як,

Зосередься – розгадаєш: слово це просте.

*(Миш'як)*

5) Вказівний простий займенник цей

Повтори в жіночій роді двічі –  
 Й стане він привабливою річчю,  
 Забавкою для малих дітей.  
 Що це?

*(Цяця)*

- 6) Лечу від краю і до краю,  
 Чарую дивними словами.  
 Я вас на крилах підіймаю  
 Або сумую разом з вами.  
 Хто я?

*(Пісня)*

- 7) Я іменник і вживаюсь тільки в множині, –  
 А закінчення ви, друзі, замініть мені –  
 Стану правкою, що сохла у погожі дні,  
 І вживатимусь відподі тільки в однині.  
 Який я іменник?

*(Сіни, сіно)*

- 8) Всього чотири літери у слові,  
 А зміст його міняють початкові:  
 З г – буде чорна птиця дика,  
 З п – інша, горда і велика,  
 З к – вже напій пахучий буде,  
 Що для гостей готують люди;  
 З л – виріб, дошка з стояками,

Де спочиваємо ми з вами,  
Також вибій, на шахтах знаний,  
І вивержень потік вулканний.  
Коли ж там С поставлю я,  
То буде вже людське ім'я.  
Які це слова?

*(Гава, пава, кава, лава, Сава)*

- 9) Хто слово цікаве мені наведе?  
Нехай обізветься кміплива душа.  
В цім слові – подвоєна літера Д  
І в ньому ж – подвоєна літера Ш.

*(Піддашся)*

- 10) У пварин не буває,  
Навіть і в шимпанзе.  
Хоч зубів і не має,  
А людину гризе.  
Що це таке?

*(Совість, сумління)*

- 11) Вживаюся я тільки в однині –  
Коротке слово з невеселим змістом.  
Додайте літеру – і в множині  
Одразу стану слобожанським містом.  
Який я іменник?

*(Сум, Суми)*

12) Біжить без ніг в ярки, в рови,

Без рук, а має рукави.

Я відгадав уже, а ви?

Що це таке?

*(Річка)*

13) А відгадайте, що за дивовина

В умові загадки незвичні дані:

Іще не народилася дитина,

А вже у мачухи на вихованні

Що воно?

*(Зозулине яйце)*

14) Що не скажеш їй – повторить

З гарною вимовою.

І не вчила, а говорить

Будь-якою мовою.

Що це таке?

*(Луна)*

## 6.5. Засвоєння норм орфоєпії

Як зауважують науковці (І. Зязюн, Л. Крамущенко, І. Кривонос, С. Нікольська, О. Савостьянов [53; 61; 71]), техніка мовлення виявляється не лише в умінні правильно артикулювати кожний звук, але й демонстрації знань орфоєпічних норм, тобто правильного вимовляння звуків, складів і слів. Орфоєпія тісно пов'язана з фонетикою, оскільки правила вимовляння охоплюють фонетичну

систему. Орфоепічна норма відображає єдино можливий або найкращий із допустимих мовних варіантів, які відповідають вимогам літературної мови.

***Орфоепія** (грец. – orthoepia, orthos – правильний, epos – мова) – система норм вимовляння в літературній мові.*

Орфоепія містить:

- 1) орфоепічні норми в галузі вимовляння голосних і приголосних звуків (наприклад, особливості звучання різних голосних у наголошеному чи ненаголошеному складі, приголосних – у кінці слова чи в його середині, у разі сусідства з іншими приголосними тощо);
- 2) особливості вимовляння запозичених слів;
- 3) особливості вимовляння окремих граматичних форм;
- 4) поняття різних стилів говоріння та їхні особливості.

В орфоепії прийнято виділяти три стилі говоріння: високий, нейтральний і розмовний. В основу розмежування цих стилів покладено три такі критерії: 1) умови комунікації; 2) чіткість і повнота вимовляння всіх звуків у словах; 3) темп говоріння.

Високий стиль говоріння використовується під час публічних виступів, читання поетичних творів, офіційного повідомлення важливої інформації. Такий стиль передбачає повне, чітке вимовляння всіх звуків і трохи повільний, порівняно з розмовним стилем, темп мовлення.

Нейтральний орфоепічний стиль – це стиль повсякденного мовлення, яке не відзначається високою емоційністю. Його застосовують і в певних ситуаціях ділового спілкування, і в колі друзів. Цей стиль характеризується незначним випадінням деяких звуків та середнім темпом говоріння.

Розмовний стиль застосовується в неофіційних ситуаціях, коли люди емоційно й невимушено спілкуються між собою. Цьому стилю притаманні зміни темпу говоріння, «скорочення» слів як результат випадіння деяких звуків.

Володіння мовою виявляється в тому, що людина майстерно користується всіма прьома орфоепічними стилями говоріння, обираючи для кожної конкретної комунікативної ситуації найбільш доречний із них. Однак фахівцеві, професійна діяльність якого пов'язана з частими публічними виступами, особливу увагу необхідно приділити оволодінню саме високого стилю говоріння.

Важливо пам'ятати, що в українській літературній мові голосний [о] вимовляється чітко, недопустима його вимова з наближенням до [а] чи [у]. Не піддаються оглушенню дзвінкі звуки, що знаходяться перед глухими, окрім слів *легко, вогко, нігті, кігті, дьогтю, дігтяр*. В українській мові не втрачає дзвінкості кінцевий дзвінкий префіксів *без-, роз-, через-, перед*. Також нормою фонетичної системи української мови є наявність твердого звука [р] у кінці слова і в кінці складу. (Лише власна назва Горький вимовляється з м'яким звуком у кінці складу).

Для засвоєння й бездоганного оперування орфоепічними нормами майбутнім фахівцям рекомендується виконувати спеціальні вправи, деякі з яких наведені нижче.

### Вправа 37.

Прочитайте вголос слова, стежачи, щоб у кінці слова чітко вимовлявся твердий звук:

писар, бондар, поводитир, звір, слюсар, цар, кобзар, секретар.

### Вправа 38.

Почитайте вголос слова, стежачи за правильним вимовлянням префіксів:

1) безкабельний, безкамерний, безквотловий, безпалубний, безпам'ятний, безпардонність, безсеребреник, безсилля, безславність, безтактовність, безтемпераментний, безтерміновий, безфабульний, безфарбний, безфондовий, безхарактерний, безхмарно, безхребетний, безцеремонність, безцільність, безчестя, безчесність, безчинство, безшабашний, безшвейний, безшесртний;

2) черезплічник, черезсіделковий, черезсмужність;

3) передкамера, передканікулярний, Передкарпаття, передплічний, передплата, передплесно, передсезонний, перестартовий, передстеп, передтравневий, передфінальний, передхребетний, передчасність, передчувати, передшлунковий;

4) скорельований, скругла, з-позаду, з-поміж, з-понад;

5) зсаджувати, зселятися, зсиніти, зцементований, зціджування, зцілителька, зчавлювати, зчалувати, зчарувати, зшаленіти, зшерхнути, зшивати;

6) розкабалити, розказати, розкапризуватися, розпадатися, розпаковуватися, розпалений, розсада, розсадник, розсунути, розтаємничити, розтанцюватися, розтаскати, розфарбувати, розфасовниця, розфокусовка, розхазяйнуватися, розхапати, розхвалювати, розцвірінчатися, розцвіп, розцілювати, розчавлений, розчарування, розчепити, розшарений.

### Вправа 39.

По черзі читайте слова, уважно стежачи за правильним наголошуванням і вимовлянням усіх звуків відповідно до орфоепічних норм:

1) абажур, абазинець, агама, агент, агрономія, адажіо, адекватний, айвовий, алкоголь, алфавіт, анабіоз, аналог, анатом, аортальний, апартаменти, арабка, аеробіка, ашхабадський, афікс, аятола;

2) бавовна, баварець, бивень, билина, билля, бистрина, біатлоніст, бібліографія, бібліотека, Бйорк, блюдо, блага, бобина, бомбардувати, бравісимо, бравування, бубличник, буравлення, бюрократія, б'ючи, бязевий;

3) ваблений, вавилонянин, ваговимірювальний, взятися, вибагливість, вибирання, віброгідропресування, верба, влагоджений, ворота, вівісекція, віроповідання, ветеринарія, включити, висококваліфікований, вугілля, в'язальниця, в'язевий;

4) габардиновий, газопровід, гебраїстика, гегельянство, геджування, гештальтпсихологія, гидливіший, гиготати, гіацинт, гігантоманія, глаголичний, грабарювання, грошолобство, грубіянити, гуаш, губчатий, гущина, гюрза, гяурка;



5) гава, гандж, гапунок, гедзь, гелета, герлига, гоголь-моголь, гонпар, гонпя, грасирувати, грапа, грапуляція, гречність, гринджоли, грис, гринсгроно, грунт, грунь, гуля, гуральництво;

6) давити, давним-давно, дапувати, драбинчастий, двоюрідний, дефіс, де-юре, діалог, дискант, дявість, добазікатися, документ, договір, добича, драматургія, древно, дубель, дядюшка, дяківський, дяпленнятко;

7) ебоніт, евакуйовуватися, евдемонізм, евкаліпт, еволюціонізувати, еврика, емпаназія, евфуїзм, егоїстичність, едельвейс, едем, едикт, едукація, ежектор, езотеричний, ейфорія, екваторець, еквівалентність, еквілібристика, ехолокація;

8) Євангеліє, євгеніка, євпаторієць, євробачення, єдамашок, єдваб, єдинобожжя, єднатися, єзуїтство, єкатеринбурзький, єлейність, єлизаветівський, єлисейський, єлмань, єменець, ємнісний, єнотоподібний, єпархіальний, єрепенилися, єсаулівський;

9) жабенятко, жабо, жавель, жагливий, жагота, жадапи, жадібний, жакардовий, жакетик, жаровипривалість, жасминовий, жбурляпи, жвавенько, жебракувати, жирандоль, житпетворчість, жіночість, жовкнути, жонглерський, жужлиця;

10) заавансований, заархівований, забобонник, завантажувально-розвантажувальний, зейгерування, землечерпалка, земноводний, з'єднуватися, зжалитися, зжмаканий, зигзагоподібний, зібрання, злагідність, зубастий, зчісування, зчудування, зшахраювати, зштовхуватися, зщулитися, з'юрблений;

11) Ийм, Ийчжу, Иру, Иттигран, Ихна;

12) іван-чай, івер, іволга, іврит, іванівський, іглу, іграшечка, ігумен, ідеальність, ікс-проміння, ігумен, імам, іманентність, імбецильність, іподром, ірбіс, ірга, ірраціональність, італійка, ішемія;

13) їда, їдкий, їдиш, їкак, їзда, їй-право, їстівний;

14) йодний, Йоенсу, Йозгип, йойкання, Йокогама, йола, йолом, йомен, йор, йорданка, йорж, Йоркшир, йоруба, йоп, йота, Йопалан, йотація, йох, Йошкар-Ола, йти;

15) кабала, кабалістика, кабальєро, кегельбан, кібернетика, кіловат-ампер, клавесин, кміпливість, кнедлик, коаліційний, киянок книговидавництво, кнурячий, княгинівський, кобзарювання, коваделко, кибалка, кивнути, кидькома, кювеляж;

16) лабіальність, лаборантський, лангет, ландвер, ландрагон, лебедина, лебедятко, Леб'яже, лещатка, Лесогорськ, лжесвідчення, либацтво, лобастий, лобізм, лобода, лубовий, любесенький, лі-бемоль-мажорний, лядвенець, лящик;

17) мабуть-таки, мавка, мавпеня, магазин, магдебурзький, майстерня, маляр, маячіння, меблево-декоративний, медикаменти, металургія, міграційний, мізерний, молодіжний, мрійливість, муарований, мюзик-хол, м'язуватий, м'якесенький, м'якнуту;

18) набавниця, набальзамований, набалдашник, набешкетуватися, наважуватися, наближатися, набридливість, набруньковуватися, нашарування, неадекватність, недіабатичність, нив'я, нижньопалеозойський, нижчерозпашований, нобелівський, новаторський, нюансування, нюрнберзький, нявкопіти, нянькувати;

19) оазисний, обагрилися, обандеролювати, оббивальник, оббілований, оббризкуватися, оббудуватися, обвинувачуваний, овчинний, огидливий, огиначися, одаліска, одаровувати, ожжавлюватися, оманливість, ондапрівництво, онемоціти, онтогенез, оригінальний, осавул;

20) паблісіті, павільйонний, павутиння, пагінець, пагорбкуватий, пасквіль, певнісінький, пергамент, підбадьорити, петля, пломбований, по-австралійському, преміювати, приговор, прийняти, приріст, пролитий, пубертатний, пюреподібний, п'явка;

21) рабарбар, рабинин, розімкнутий, розкупорити, ремінь, ретируватися, Ретіно, ржавіння, риштуватися, рівень, рівничниця, робитися, роман, роялістський, рпупно-цинковий, рубанути, рюкзак, рюмсання, рябенський, ряботіння;

22) сабайон, сабеїзм, саботажництво, савойський, себелюбність, сегментування, сезонниця, сейсмогеологічний, секатор, секвестрування, секретаріат, секундантський, Североморськ, собаківництво;

23) табакерка, табельний, таможня, тандем, терплячий, теплитися, тефлоновий, технізований, тибетський, пигровий, пиранія, ппруськапи, порос, правмапизація, правниковий, прагедійний, прадиціоналізм, пуфлі, пюбетеечка, пятагтися;

24) убавлення, убачатися, убирання, збільшення, уважніший, увезення, уверстування, увібгати, уладнуватися, умазуватися, унакладку, упакований, урятування, усаджуватися, усамітнення, учудненість, ушанований, ушитий, уявитися, уярмити;

25) фабіанець, фабрика, фабрикапор, фабула, фаворизувати, фагот, фа-дієз-мажорний, фаєтон, фазанина, фазовий, факелоносій, фанеропильний, фарширувати, федерація, феєрія, фокспрот, фицкати, фіалковий, фуганок, ф'ючерс;

26) хабарник, хазар, халабуда, халатність, халепа, ханжество, харизматичний, харків'янка, хартіїний, хвалитель, хвилевий, хвилювання, хворобливий, хвостик, хвощеподібний, хеджування, хемілюмінесцентний, херувимчик, хоботок, хупрування;

27) цалівка, цанга, цапеня, цап'ячий, цареня, царизм, цвигання, цвілевий, цвірінчання, цабеніти, цеберко, цегла, цезурний, цейлонський, целюліт, целюлоза, цементобетонний, цензовий, центавр, цяпнути;

28) чавипи, чавун, чагар, чадіпи, чайка, чакан, чакра, чалдон, чапрак, чардаш, чарівність, часопис, частиночка, частіше, частковий, чебрець, чебурек, чижик; чудакуватий;

29) шабаш, шаблонізований, шабрувати, шага, шайба, шалапут, шалений, шалька, шамкання, шампанське, шампунь, шампур, шеберхнути, шевальє, шовіністичний, шовківниця, шуба, шуглон, шхуна, шушун;

30) щабель, щавлевий, щєбенистий, щєбетати, щєбінка, щєдрівка, щєдрота, щєлепа, щєміти, недавно, щєплювання, щєпинка, щиглик, щигля, щиколотка, щипучий, щілиноподібний, щовечірній, щодобовий, щупальці;

31) юань; ювелірний, ювеналії, ювілярка, югас, югославка, юдоль, юзистка, юнга, ЮНЕСКО, юннат, Юпітер, юра, юрба, юридичний, юрисдикція, юрисконсульт, юрод, юрський;

32) ябедничати, яблуневий, яванець, явище, явка, явочний, ярина, ягель, яглиця, ягнятник, ядерник, ядуче, яєчня, язвина, язь, якання, якийсь, якісність, якомога, якнайамбітніший, яacobінство.

Незнайомі для вас слова виписіть у свій словник, з'ясуйте за тлумачним словником їх значення.

#### Вправа 40.

В українській мові є певна кількість слів, під час вимовляння яких допускається різний наголос. У словниках першим стоїть той варіант, який рекомендується для вжитку, другим – припустимий. Деякі з цих слів наведені нижче. Прочитайте їх з різним наголосом:

#### *іменники:*

вбра́ння і вбра́нн'я	дітвора́ й дітвора́,
винагоро́да і ви́нагорода,	доповідáч і доповідáч,
воло́дар і волода́р,	допризовні́к і допризо́вник,
гороші́на і горо́шина,	заголо́вок і за́головок,
джерсі́ і джерсі́,	захисні́к і захі́сник,
зачі́н і за́чин,	розповідáч і розповідáч,
ко́ристь і корі́сть,	усмі́шка й усмі́шка,
мандрі́вник і мандрі́вник,	христия́нин і христия́нин,
на́двечір і надвечі́р	хреще́ння і хре́щення

#### *прикметники:*

бажа́ний і бажа́ний,	капу́стяний і капу́стяний,
весня́ний і весня́ний,	пові́тряний і пові́тряний,
ві́тчизняний і ві́тчизняний,	родо́вий і родо́вий,
гло́тковий і гло́тковий,	світа́нковий і світанко́вий,
дніпро́вий і дніпро́вий,	смі́ливий і смі́ливий,
жа́лібний і жалі́бний,	ялі́нковий і ялінко́вий,
зимо́вий і зимовий	ясе́льний і ясе́льний

#### *дієслова:*

ви́хрити і вихри́ти,	зазна́чити і зазначі́ти,
----------------------	--------------------------

відзна́чити і відзначі́ти,  
 відпові́сти і відпові́сти,  
 вразі́ти і вразі́ти,  
 дзю́бнути і дзю́бнути,  
 допові́сти і допові́сти

зми́лостиві́ти і зми́лостиві́ти,  
 кля́сти і кля́сти,  
 клі́кнути і клі́кнути,  
 ста́ри і ста́ри,  
 пе́сти і пе́сти

*прислівники:*

ба́йду́же й байду́же;  
 за́вжди і за́вжди,  
 зокре́ма і зокре́ма,  
 на́двечі́р і на́двечі́р,  
 тако́ж і тако́ж

просто́ро і про́стору,  
 на́вкіс і на́вкіс,  
 на́двоє і на́двоє,  
 слі́дом і слі́дом,  
 яко́сь і яко́сь

#### **Вправа 41.**

На розданому аркуші з роздрукованому на ньому байкою зробіть інтонаційні розмітки. Потім з урахуванням зроблених позначок виразно прочитайте текст уголос:

Чванливий Соняшник в оточенні рідні  
 Розмову вів, хвалив себе без краю:  
 – Ви можете позаздрити мені –  
 Над Сонцем я велику владу маю.  
 В годину ліпню – сонячну, ясну, –  
 Я чудеса впорю своєю головою:  
 Куди її не поведу –  
 І Сонце повертається за мною  
 Захочу – накажу: «Давай-но задній хід!»  
 І піде Сонце з заходу на схід.  
 А при потребі –  
 Візьму і зупиню його у небі.  
 Зроблю, що хочу. Воля твоя моя.  
 Керую Сонцем я!

#### **Вправа 42.**

Прочитайте нижченаведений вірш, дотримуючись норм сучасного літературного вимовляння:

Ой яка чудова українська мова!  
 Де береться все це, звідкіля й як?  
 Є в нас ліс – лісок – лісочок, пуща, гай, діброва,  
 Бір, перелісок, чорноліс. Є ще і байрак!

І така ж розкішна і гнучка, як мрія.  
Можна «звідкіля» і «звідки», можна і «звідкіль».  
Є у ній хурделиця, віхола, завія,  
Завірюха, хуртовина, хуга, заметіль...

Зверніть увагу на синоніми. Наведіть власні приклади речень, у яких за змістом доцільно використовувати один із цих синонімів.

### Питання для самоконтролю та завдання

1. Дайте визначення поняттю «техніка мовлення». З яких компонентів складається?
2. Що таке мовленнєвий апарат? Які органи входять до його складу?
3. Які типи дихання виділяють науковці? Схарактеризуйте кожний із них.
4. Назвіть основні ознаки мовленнєвого (фонаційного) дихання.
5. Які системи включає голосовий апарат? Схарактеризуйте кожну з них.
6. Дайте визначення й розкрийте характерні особливості правильно поставленого голосу.
7. Що мається на увазі під правильною дикцією?
8. Що таке орфоепія? Які її основні компоненти?
9. Які стилі говоріння виділяють в орфоепії? Схарактеризуйте кожний із них.
10. На початку кожного заняття із засвоєння техніки мовлення фахівці рекомендують проводити підготовчий етап, який починається зі спеціального масажу. Гігієнічний масаж передбачає погладжування обличчя й шиї, що допомагає активізувати розташовані близько до шкіри нервові закінчення. Такий масаж виконує подвійну функцію: знімає напруження й скутість лицевих і мімічних м'язів мовленнєвого апарату, м'язів шиї, а також посилює тонус цих м'язів. Вібраційний масаж робиться енергійним постукуванням подушечками пальців по обличчю та шиї, що дає змогу активізувати нервові закінчення, закладені глибше в товщі шкірного покриву. Такий масаж викликає розширення периферійних кров'яних судин і сприятливо впливає на

нервову систему організму. Він також забезпечує відповідне напруження голосу. Потренуйтеся самостійно робити гігієнічний і вібраційний масаж.

11. Під час підготовчого етапу рекомендується також виконувати спеціальні вправи на м'язове розслаблення. Потренуйтеся, щоб оволодіти описаними нижче «позою» і «маскою» релаксації:

Сядьте в крісло в позу відпочинку (обіпершись на спинку крісла, покладіть руки на підлокітники, ноги злегка розведіть і зігніть у колінах, розташувалися зручно й вільно). Для розслаблення мускулатури обличчя робимо маску «релаксації». Легко опустіть вії, погляд спрямуйте всередину й донизу, язик м'яко прикладіть до коренів верхніх передніх зубів із середини, дайте нижній щелепі злегка відвиснути, відчувши її вагу. Відкривши очі, починайте віддавати собі накази: розслабте лоба, брови – праву, ліву, м'яко опустіть повіки – праву, ліву, розслабте щоки – праву, ліву, губи – верхню, нижню, м'язи шиї (голова відкинута назад, абсолютно вільно лежить на узголів'ї крісла), плечі (плечі опускаються вниз), кисті рук – праву, ліву, живіт (він м'який і розслаблений), ноги – праву, ліву, пальці ніг. Дихання вільне, спокійне, повільне, рівне. Ви відпочиваєте. Повторіть про себе низку команд. Спробуйте у своїй уяві намалювати картину відпочинку. Уявіть собі теплий сонячний день. Ви повільно йдете по світлому, м'якому піску на березі моря. Повітря наповнене ароматом квітів і запахом морської води. Ви лягаєте на теплий пісок, Ви відпочиваєте, Вам добре. Дихання вільне й невимушене.

Відпочивши таким чином 2-3 хвилини, Вам треба вийти зі стану розслаблення. Ви зігрілись, Вам хочеться купатися, Ви входите в холодну воду. Насолоджуєтесь відчуттям свіжості й бадьорості. Потім енергійно подається команда: сплетіть пальці рук перед собою. Виверніть кисті зі сплеченими пальцями над головою. З різким видихом опустіть руки. Повторіть ці рухи 2-3 рази.

12. У навчально-методичній літературі з техніки мовлення знайдіть вправи на розслаблення м'язів різних органів тіла: рук, ніг, обличчя, лоба, язика тощо. Навчіться їх виконувати. Додайте ці вправи до комплексу вправ підготовчого етапу.

13. Систематично повторюйте вдома вправи з техніки мовлення, які ви вивчили на аудиторних заняттях.
14. Придумайте вправу на відпрацювання фонаційного дихання й виконайте її.
15. Знайдіть у працях із формування техніки мовлення кілька нових вправ із поставлення голосу, опрацюйте їх.
16. Придумайте вправу на відпрацювання дикції. Зробіть цю вправу перед дзеркалом.
17. Знайдіть у працях із формування техніки мовлення кілька нових вправ на засвоєння норм орфоепії й виконайте їх.



## ЛІТЕРАТУРА

1. Абрамович С. Д. Риторика / С. Д. Абрамович, М. Ю. Чікарькова. — К. : Світ, 2001. — 240 с.
2. Аверинцев С. С. Античный риторический идеал и культура Возрождения / С. С. Аверинцев // Античное наследие в культуре Возрождения. — М.: Наука, 1984. — С. 142-154.
3. Аверинцев С. С. Риторика и истоки европейской литературной традиции / С. С. Аверинцев. — М. : Языки русской культуры, 1996. — 447 с.
4. Аверченко Л. К. Управление общением : Теория и практикум для социального работника: учебн. пособ. / Л. К. Аверченко. — М. : ИНФРА-М, Новосибирск : НГАЭиУ, 1999. — 216 с.
5. Алехина И. В. Имидж и этикет делового человека / И. В. Алехина. — М. : ЭЭН, 1996 — 389с.
6. Алехина И. В. Паблик рилейншз для менеджеров. — М. : ИКФ ЭКСМОС, 2002. — 480 с.
7. Альберт М. Основы менеджмента / М. Альберт, М. Х. Мескон, Ф. Хедоури; пер. с англ. — М.: Дело, 1997. — 704 с.
8. Анисимова И. Магия общения: История и практика этикета. — М. : Изд-во: Звонница-МГ, 2004. — 480 с.
9. Антична риторика. — К.: ВПЦ «Київський національний університет», 2001. — 103 с.
10. Античные риторика / Сост., авт. ст., комментар., общ. ред. А. А. Тахо-Годи. — М. : Изд-во МГУ, 1978. — 352 с.
11. Балабанова Н. Суспільство знань та інновацій: шлях до майбутнього України. — К. : Арістей, 2005. — 104 с.
12. Безенкова Т. А. Опыт развития культуры речи студентов вуза в процессе изучения дисциплин культурологического цикла / Т. А. Безенкова. — Режим доступа : [http:// www.emissia.org/offline/-2007/1187.htm](http://www.emissia.org/offline/-2007/1187.htm)
13. Биркенбил В. Язык интонации, мимики, жестов / В. Биркенбил ; [пер. с нем. А. Желнина]. — СПб.: Питер, 1997. — 224 с.
14. Бороздина Г. В. Психология делового общения / Г. В. Бороздина. —М. : ИНФРА-М, 2000. — 224 с.
15. Бутенко Н. Ю. Комунікативні процеси у навчанні : підруч. / Н. Ю. Бутенко. — Вид. 2-ге, без змін. — К. : КНЕУ, 2006. — 384 с.
16. Введенская Л. А. Культура речи / Л. А. Введенская. — Ростов н/Д : Феникс, 2001. — 448 с.
17. Вердербер Р. Психология общения / Р. Вердербер, К. Вердербер. — Спб. : Прайм Еврознак, 2003. — 320 с.
18. Веснин В. Р. Основы менеджмента. — М. : Общество «Знание» России. Центральный институт непрерывного образования, 1996. — 472 с.
19. Волкова Н. П. Професійно-педагогічна комунікація : навч. посіб. / Н. П. Волкова — К. : ВЦ «Академія», 2006. — 256 с.
20. Волченко Л. Б. Гуманность, вежливость и этикет / Л. Б. Волченко. — М. : Изд-во Моск. ун-та, 1992. — 115 с.
21. Гаспаров М. Л. Средневековые латинские поэтики в системе средневековой грамматики и ритористики / М. Л. Гаспаров // Гаспаров М. Л. Избранные труды: В 3 т. — М. : Языки русской культуры, 1997. — Т. 1. — С. 590-657.

22. Гойхман О. Я. Основы речевой коммуникации : учеб. для вузов / О. Я. Гойхман, Т. М. Надеина ; под ред. О. Я. Гохмана. — М. : ИНФРА, 1997. — 272 с.
23. Горчакова В. Г. Имидж : розыгрыш или код доступа : уникальный курс по созданию собственного имиджа. Три шага к успеху : авторская имиджевая технология / В. Г. Горчакова. — М. : Эксмо, 2007. — 208 с.
24. Горшкова Е. Имидж лидера: технология создания и продвижения / Е. Горшкова, О. Бухаркова. — СПб. : Речь, 2007. — 222 с.
25. Добрович А. Общение: наука и искусство / А. Добрович. — М. : АОЗТ «Яуза», 1996. — 254 с.
26. Дорошенко С. І. Основи культури і техніки усного мовлення : навч. посіб. / С. І. Дорошенко. — 2-е вид., перероб. і доп. — Харків : «ОВС», 2002. — 144 с.
27. Дотти Дороти И. Паблсити и паблик рилейшнз / И. Дотти Дороти ; [пер. с англ.]. — Изд. 2-е, стереотипное. — М. : Информационно-издательский дом «Филинъ», 1998. — 288 с.
28. Занина Л. В. Основы педагогического мастерства / Л. В. Занина, Н. П. Меньшиков. — Ростов н/Д : Феникс, 2003. — 288 с.
29. Кан-Калик В. А. Грамматика общения / В. А. Кан-Калик. — М. : Роспедагенство, 1995. — 108 с.
30. Кан-Калик В. А. Основы профессионально-педагогического общения. — Грозный : Изд-во Чечено-Ингушского университета, 1979. — 138 с.
31. Кан-Калик В. А. Учителю о педагогическом общении. — М. : Просвещение, 1987. — 190 с.
32. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей / Д. Карнеги ; [пер. с англ.]. — М. : Прогресс, 1989. — 288 с.
33. Карпов А. В. Психология менеджмента : учебн. пособ. / А. В. Карпов — М. : Гардарики, 1999. — 584 с.
34. Кибанов А. Я. Этика деловых отношений : Учебник / А. Я. Кибанов, Д. К. Захаров, В. Г. Коновалова. — М. : Инфра-М, 2002. — 368 с.
35. Конфлікти : сутність і подолання / Павлютенков Є. М., Крижко В. В. Стрес у педагогічній діяльності / Калашин В. Ф. — Х. : Вид. група «Основа», 2008. — 224 с.
36. Королько В. Г. Основы паблик рилейшнз / В. Г. Королько — М. : Реф-бук, Киев : Ваклер, 2000. — 528 с.
37. Краткий психологический словарь / Ред.-сост. Л. А. Карпенко ; под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошенко. — 2-е изд., расш., испр. и доп. — Ростов н/Д : Изд-во «Феникс», 1999. — 512 с.
38. Крейдлин Г. Невербальная семиотика. Язык тела и естественный язык / Г. Крейдлин. — Изд-во «Новое литературное обозрение», 2002. — 592 с.
39. Кузнецова Т. И. Орапорское искусство в Древнем Риме / Т. И. Кузнецова, И. П. Спрельникова. — М. : Наука, 1976. — 287 с.
40. Кукушин В. С. Деловой этикет : учеб. пос. — Москва — Ростов-на-Дону, 2005 — 266 с.
41. Куньч З. Й. Риторичний словник / Куньч З. Й. — К.: Рідна мова, 1997. — 341 с.
42. Лабунская В. А. Невербальное поведение (социально-перцептивный подход) / В. А. Лабунская. — Ростов-на-Дону: Феникс, 1986. — 205 с.
43. Лебедева Т. Паблик рилейшнз: системные модели, технологии / Т. Лебедева — М. : МГУ- L'Harmattan, 2007. — 224 с.
44. Лихачева Л. С. Школа этикета: поучения на всякий случай / Л. С. Лихачева. — Екатеринбург: Сред. Урал. кн. изд-во, 1995. — 448 с.
45. Лосев А. Ф. Античные риторики / А. Ф. Лосев. — М. : Знание, 1986. — 486 с.
46. Лядов П. Ф. Международное сотрудничество и дипломатический протокол / П. Ф. Лядов. —

Режим доступу : [http://www.flm.su/\\_elements/magazine/viewfull.php?id=8](http://www.flm.su/_elements/magazine/viewfull.php?id=8)

47. Маркова А. К. Психология труда учителя / А. К. Маркова. – М. : Логос, 1993. – 356 с.
48. Мацько Л. І. Риторика / Л. І. Мацько, О. М. Мацько. – К. : Вища школа, 2003. – 318 с.
49. Митина Л. М. Психология профессионального развития учителя / Л. М. Митина. – М. : Флинта : МПСИ, 1998. – 200 с.
50. Митина Л. М. Учитель как личность и профессионал / Л. М. Митина. – М. : Дело, 1994. – 216 с.
51. Михайличенко Н. А. Основы риторики / Н. А. Михайличенко. – М. : ЮНТУС, 1994. – 54 с.
52. Михайлова Е. В. Обучение самопрезентации : учеб. пособие / Е. В. Михайлова. – М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006. – 168 с.
53. Никольская С. Т. Техника речи (методические рекомендации и упражнения для лекторов) / С. Т. Никольская. – М. : Знание, 1978. – 80 с.
54. Ольшанская Н. А. Техника педагогического общения : практикум для учителей и классных руководителей / Н. А. Ольшанская. – Волгоград : Учитель, 2005. – 74 с.
55. Основы педагогического мастерства / Под ред. И. А. Зязюна. – К. : Вища школа, 1987. – 207 с.
56. Палеха Ю. І. Ділова етика: навч. посібник. – К. : Вид-во Європейського університету, 2001. – 180 с.
57. Панфилова А. П. Теория и практика общения : учебн. пос. / А. П. Панфилова. – М. : Издат. центр «Академия», 2007. – 288 с.
58. Парыгин Б. Д. Анатомия общения / Б. Д. Парыгин. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 1999. – 301 с.
59. Парыгин Б. Социальная психология. Проблемы методологии, истории и теории / Б. Д. Парыгин. – СПб. : ИГУП, 1999. – 592 с.
60. Педагогічна майстерність учителя : навч. посіб. / За ред. В. М. Гриньової, С. Т. Золотухіної. – Вид. 2-е, випр. і доп. – Харків : «ОВС», 2006. – 224 с.
61. Педагогічна майстерність : підруч. / [І. А. Зязюн, Л. В. Крамущенко, І. Ф. Кривонос та ін.] ; за ред. І. А. Зязюна. – К. : Вища шк., 1997. – 349 с.
62. Перлы Джорджа Буша. Бушизмы о войне. Выпуск 6. – Режим доступу : <http://perly.ru/?p=1008>.
63. Пиз А. Язык жестов / А. Пиз; [пер. с англ.]. – Воронеж : НПО, «МОДЭК», 1992. – 218 с.
64. Почевцов Г. Г. Теория коммуникаций / Г. Г. Почевцов. – М. : Рефл-бук, 2001. – 656 с.
65. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз, или как успешно управлять общественным мнением / Г. Г. Почепцов. – М. : Центр, 1998. – 352 с.
66. Проценко О. П. Этика и этикет в деловом общении / О. П. Проценко. – Харьков : Харьк. нац. ун-т, 2002. – 60 с.
67. Рацибурская Л. В. Жаргонная агрессия / Л. В. Рацибурская // Журналист. – 2007. – № 4. – 84-85.
68. Риторика : Учебно-метод. пособ. / Под ред. доц. Кузьминой О.В. – СПб. : СПбГУ ИТМО, 2005. – 81 с.
69. Руденский Е. В. Социальная психология / Е. В. Руденский. – Новосибирск, М.: НГАЭиУ, 1997. – 224 с.
70. Рыхлевская Е. И. Имидж : ольфакторная модальность в межличностной перцепции / Е. И. Рыхлевская. – Режим доступу : <http://perly.ru/?p=1008>.
71. Савостьянов А. И. Техника речи в профессиональной подготовке учителя / А. И. Савостьянов. – М. : Гуманит изд. центр ВЛАДОС, 2001. – 144 с.

72. Сагач Г. М. Ділова риторика: Мистецтво риторичної комунікації : навч. посіб. / Г. М. Сагач. — К. : Вид-во «Зоря», 2003. — 255 с.
73. Саркисян Б. Победа на переговорах / Б. Саркисян. — СПб. : Питер, 1998. — 276 с.
74. Семечкин Н. И. Социальная психология / Н. И. Семечкин. — СПб. : Питер, 2004. — 376 с.
75. Семиченко В. А. Психология общения / В. А. Семиченко. — К. : Центр «Магістр-S», 1997.
76. Семиченко В. А. Психологія педагогічної діяльності : навч. посіб. / В. А. Семиченко. — К. : Вища шк., 2004. — 335 с.
77. Сердюк О. П. Основы управления коммуникативным процессом : підруч. / О. П. Сердюк. — К. : ІЗМН, 1998. — 240 с.
78. Синяева И. М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности : учеб. / И. М. Синяева ; под ред. проф. Г. А. Васильева. — М. : ЮНИТИ, 1998. — 287 с.
79. Скиба В. А. «Хотите угол?» (о жаргоне) / В. А. Скиба // Русская словесность. — 2006. — № 3. — С. 73-79.
80. Скотт Г. Дж. Конфликты: пути их преодоления / Г. Дж. Скотт ; [пер. с англ.]. — Киев : Внешторгиздатарт, 1991. — 191 с.
81. Соколов И. Технологии популярности, или паблик рилейшнз / И. Соколов. — Мн. : Парадокс, 1999. — 220 с.
82. Стернин И. А. Практическая риторика / И. А. Стернин. — 2-е изд, исправ. и доп. — М. : Издательский центр «Академия», 2005. — 272 с.
83. Стовпець В. Г. Риторика / В. Г. Стовпець — О. : ОНМУ, 2004. — 253 с.
84. Тимченко Н. М. Искусство делового общения / Н. М. Тимченко. — Ч. 1. — Х. : РИП «Оригинал», 1992. — 180 с.
85. Токмина Т. А. Речевая культура будущего специалиста : учебн. пособ. / [Т. А. Токмина, С. Ю. Токмин, О. Б. Миронова]. — Томск : Тверской госуд. техн. ун-т, 2003. — 139 с.
86. Учителю о педагогической технике / Под ред. Л. И. Рувинского. — М. : Педагогика, 1987. — 160 с.
87. Формановская Н. И. Культура общения и речевой этикет / Н. И. Формановская. — М. : Икар, 2004. — 236 с.
88. Хміль Ф. І. Ділове спілкування : навч. посіб. / Ф. І. Хміль. — К. : Академвидав, 2004. — 280 с.
89. Шейнов В. П. Конфликты в нашей жизни и их разрешение / В. П. Шейнов. — Минск, 1996. — 153 с.
90. Шепель В. М. Имиджелогия : Секреты личного обаяния / В. М. Шепель. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Культура и спорт, ЮНИТИ, 1997. — 382 с.
91. Щербатых Ю. В. Психология стресса и методы коррекции / Ю. В. Щербатых. — СПб. : Питер, 2008. — 256 с.
92. Экман П. Психология лжи / П. Экман. — СПб. : Питер, 1999. — 272 с.
93. Ягер Дж. Деловой этикет : Как выжить и преуспеть в мире бизнеса / [Пер. В. Белов]. — М. : Джон Уайли энд Санз, 1994. — 284 с.
94. Ядута Д. Молодежный жаргон / Д. Ядута // Русский язык. — 2001. — №23.
95. Patterson T. F. Out of order / T. F. Patterson. — T. F. Out. New York, 1992. — P. 100.

**Пасинок** Валентина Григорівна

## ОСНОВИ КУЛЬТУРИ МОВЛЕННЯ

Коректор *О. В. Вуцик*

Комп'ютерна верстка *О. С. Чистякова*

Макет обкладинки *О. О. Літвінова*

Формат 60x84/16. Умов. друк. арк. 11,18. Наклад 300 прим.

61077, Харків, пл. Свободи, 4,  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,

Видавництво ХНУ імені В. Н. Каразіна

Надруковано ХНУ імені В. Н. Каразіна

61077, Харків, пл. Свободи, 4.

Тел. 705-24-32

Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 3367 від 13.01.09