



Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника

АКАДЕМІЧНА РИТОРИКА

Хрестоматія до дисципліни

Івано-Франківськ, 2022

Академічна риторика. Хрестоматія до дисципліни. Упорядник Тетяна Качак. Івано-Франківськ, 2022. 62 с.

Упорядниця:

Качак Тетяна Богданівна, докторка філологічних наук, професорка кафедри фахових методик і технологій початкової освіти Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

Хрестоматія до дисципліни «Академічна риторика» містить наукові та публіцистичні статті, які висвітлюють питання риторики як науки, історії її розвитку та законів; проблему риторичної (вербальної і невербальної) культури оратора, ключові аспекти мистецтва переконання; жанри сучасного академічного красномовства й особливості презентації публічного виступу з використанням цифрових інструментів.

Видання адресовано здобувачам освітнього рівня ОР «Магістр», які вивчають дисципліну «Академічна риторика»

ЗМІСТ

1. Качак Т. Б. Качак Т. Б., Круль Л. М., Литвин Н. Б. Лекція як основний жанр академічної риторики: порівняння класичної та сучасної моделей. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи*. 2022. Випуск 88. С. 90-95. <https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series5.2022.88.18>
2. Белей Л. Мистецтво переконувати. *Український кризовий медіа-центр*. URL: <https://uacrisis.org/uk/mystetstvo-perekonuvaty> (Дата звернення 13.08.2022).
3. Болсунов О. Жести оратора. Жестикуляція оратора. Навчання жестам. URL: <https://oratorske.com.ua/zhesty-oratora-zhestykuliatsiia-oratora-navchannia-zhestam/> (Дата звернення 13.08.2022).
4. Мовчан А. Суперечки, у яких не народжується істина. 30 правил деструктивної полеміки у Фейсбуці. *Фокус*. URL: <https://focus.ua/uk/opinions/507234-spory-v-kotoryh-ne-rozhdaetsya-istina-30-pravil-destruktivnoy-polemiki-v-feysbuke> (Дата звернення: 21.02.2022).
5. Ружицький Р. 12 способів як почати промову ефективно, приклади. *Школа красномовець*. URL: <https://krasnomovec.club/sposobi-yak-pochati-promovu/>
6. Шафер Джек. Мистецтво переконання. Дев'ять способів вплинути на людей. *Life*. URL: <https://life.nv.ua/ukr/blogs/mistectvo-perekonannya-9-sposobiv-vplivuti-na-lyudey-50026769.html> (Дата звернення: 28.11.2019)
7. Kashyap Athena & Dyquist Erika. The Art of Rhetoric. In: Writing, Reading & College Success: A First-Year Composition Course for All Learners. LibreTexts. 2020. URL: [https://human.libretexts.org/Courses/City_College_of_San_Francisco/Writing_Reading_and_College_Success%3A_A_First-Year_Composition_Course_for_All_Learners_\(Kashyap_and_Dyquisto\)/00%3A_A_Front_Matter/07%3A_Preface](https://human.libretexts.org/Courses/City_College_of_San_Francisco/Writing_Reading_and_College_Success%3A_A_First-Year_Composition_Course_for_All_Learners_(Kashyap_and_Dyquisto)/00%3A_A_Front_Matter/07%3A_Preface)
8. Malavska, Valerija (2016). Genre of an Academic Lecture. *International Journal on Language Literature and Culture in Education*, 3(2). P. 56 – 84, С. 57. DOI: [10.1515/llce-2016-0010](https://doi.org/10.1515/llce-2016-0010)
9. [Mason Komay](#). The Art Of Persuasion: What It Is And How To Practice It. *BetterHelp*. <https://www.betterhelp.com/advice/persuasion/the-art-of-persuasion-what-it-is-and-how-to-practice-it/> March 29, 2022.
10. Roochnik David. Is Rhetoric an Art? *Rhetorica: A Journal of the History of Rhetoric*, Vol. 12, No. 2 (Spring 1994), pp. 127- 154. <https://doi.org/10.1525/rh.1994.12.2.127> URL: <http://www.jstor.org/stable/10.1525/rh.1994.12.2.127>. <https://people.bu.edu/roochnik/documents/IsRhetoricanArt.pdf>

**ЛЕКЦІЯ ЯК ОСНОВНИЙ ЖАНР АКАДЕМІЧНОЇ РИТОРИКИ:
ПОРІВНЯННЯ КЛАСИЧНОЇ ТА СУЧАСНОЇ МОДЕЛЕЙ**

Оригінал статті надруковано: Качак Т. Б. Качак Т. Б., Круль Л. М., Литвин Н. Б. Лекція як основний жанр академічної риторики: порівняння класичної та сучасної моделей. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи*. 2022. Випуск 88. С. 90-95. <https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series5.2022.88.18>

У цій статті – аналіз теоретичного та практичного аспектів сучасної лекції як основного жанру академічної риторики, який реалізується як в умовах аудиторного, так і дистанційного навчання. В полі зору – порівняльний аналіз класичної та сучасної моделей лекції; змістові й методичні особливості лекцій, оновлення й трансформації, продиктовані запитами сучасного молодого покоління й онлайн-форматом.

Лекція – це основний жанр академічної риторики, центральний розмовний жанр у вищій освіті Європи та багатьох країнах світу, який перебуває у постійному розвитку і трансформаціях. Сучасна її модель відрізняється від класичної змістовим наповненням структурних елементів, метою, форматом, способом викладу матеріалу та взаємодії з аудиторією. Сьогодні частіше використовують інтерактивні методики й діалогічні типи комунікації, а ІТ-технології та цифрові інструменти забезпечують високу якість візуалізації інформації. Сучасні лектори практикують лекції-колоквиуми, дискусії, диспути, оксфордські дебати, активно використовують прийоми колективного обговорення чи усної рецензії, відгуку.

Сучасна лекція – це інтерактивна, контекстуальна, ситуативна та певною мірою імпровізаційна динамічна діяльність учасників освітнього процесу. Цей жанр трансформувався з односторонньої лекційної промови, яка передає знання, в інтерактивний та конструктивний діалог, інтертекстуальну та міждисциплінарну комунікацію. Тут поєдналися різні жанри розмовного і писемного реєстрів, прийоми традиційних лекцій та семінарів із можливостями презентацій засобами ІТ-технологій.

Будь-яка лекція може стати публічною, особливо завдяки онлайн-формату. Сприйманню такої лекції широким колом слухачів сприяє науково-популярний стиль викладу матеріалу лектором, активне використання схем, графіків та іншого сучасного медіаконтенту, володіння ораторським мистецтвом.

Ключові слова: лекція, жанр, академічна риторика, презентація, онлайн-формат, дискусія, взаємодія з аудиторією.

Вступ. Риторична культура особистості у сучасному суспільстві є важливою рисою професіонала в соціальній, політичній, освітній чи будь-якій іншій сфері. *«Хто володіє словом, той володіє світом»*, – так можемо означити важливість мовленнєвих комунікацій, вміння людини спілкуватися, викладати власні думки, переконувати й бути активним учасником інформаційного простору. Сьогодні мистецьке володіння словом, як і мистецтво переконання, є найважливішими інструментами самореалізації, взаємодії, співпраці та вирішення конфліктних ситуацій. Цим обумовлене активне впровадження у навчальні плани підготовки фахівців першого (бакалаврського) і другого (магістерського) рівня у закладах вищої освіти риторикознавчих дисциплін, зокрема курсів «Риторика», «Академічна риторика», «Практична риторика», «Педагогічна риторика» та ін.

У контексті підготовки майбутніх учителів мета вивчення академічної риторики полягає у формуванні фахівців, які володіють: «фундаментальними знаннями теоретичних основ риторики та прийомів ораторського мистецтва; професійною риторичною культурою педагога; якісним мовленням та комунікативною компетентністю; практичними й методичними навичками підготовки ораторського твору й проведення публічного виступу з використанням цифрових інструментів та інших інноваційних технологій; способами переконання й ефективними формами впливу на аудиторію; критичним і креативним мисленням, здатністю до інноваційної діяльності та саморозвитку» [4]. В основі цього курсу – інтеграція теорії та практики ораторського мистецтва як механізм формування риторичної культури студентів та «розвитку сучасної риторичної освіти в Україні і світі» [8, с. 88].

Виклики нашого часу диктують зміни й трансформації в освітньому процесі. Дистанційне навчання, яке стало альтернативною формою освіти школярів і студентів під час пандемії коронавірусу, війни в Україні, ставить свої вимоги перед педагогами. Переосмислення й оновлення потребують змістові й методичні аспекти викладання різних предметів, а насамперед академічної риторики.

Мета статті. У цій статті – аналіз теоретичного та практичного аспектів сучасної лекції як основного жанру академічної риторики, який реалізується як в умовах аудиторного, так і дистанційного навчання. В полі зору – порівняльний аналіз класичної та сучасної моделей лекції; змістові й методичні особливості лекцій, оновлення й трансформації, продиктовані запитами сучасного молодого покоління й онлайн-форматом. Нові форми комунікації викладача і студентів, актуальні в добу інформаційних технологій способи впливу й переконання, у перспективі спонукають зосередити увагу й на розгляді ефективних типів діалогу зі здобувачами освіти, аналізові нетрадиційних лекційних занять, осмисленні доцільності оновлення їх структури та використання цифрових інструментів з метою візуалізації навчального матеріалу й посилення впливу на слухачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Лекція як жанр академічної риторики – предмет науково-методичного осмислення українських та зарубіжних дослідників і педагогів-практиків. Найперше, це фахівці, які

розглядають лекцію в контексті інших жанрів академічної риторики, констатуючи її особливості. Дж. Флауердью (J. Flowerdew) [10], Л. Міллер (L. Miller) [15], Вю Малавська (V. Malavska) [14] аналізують структуру лекції, її характерні ознаки у порівнянні з іншими типами письмового тексту чи усного дискурсу. Це також автори підручників і посібників з риторикизнавчих дисциплін, які, як правило, опираються на класичне розуміння цієї категорії (В. Василенко та В. Герман («Академічна риторика», Суми, 2011) [2], Н. Сивачук, І. Снігур та О. Санівський («Академічна риторика», Умань, 2013) [7], С.Абрамович та М. Чикарькова («Риторика», Львів, 2001) [1], Н. Голуб («Риторика у вищій школі: монографія» (Черкаси, 2008) [3]).

Грунтовніше й з різних точок зору досліджують особливості лекції науковці, які зауважують динаміку розвитку цього жанру, осмислюють підґрунтя тих чи інших трансформацій, шукають шляхи підвищення її функціональної ефективності з огляду на вимоги часу. Лекція є основним предметом дослідження С. Хйон (S.Hyon) [12], А. Фрідман і Медвей (A. Freedman & Medway) [11], А. С. Баварші та М. Дж. Рейфф (A. S. Bawarshi and M. J. Reiff) [9] та інших представників Нових студій з риторики (New Rhetoric Studies).

Важливим є педагогічний досвід викладачів-практиків, які пропонують методичні розробки й апробують нетрадиційні форми лекцій, нові підходи до їх побудови та проведення, створюють платформу для теоретичних узагальнень.

Виклад основного матеріалу. Традиційно під поняттям «лекція» (з лат. *lectio* – «читання») прийнято розуміти «усний послідовний виклад матеріалу на певну тему чи з певної проблеми» [6, с. 69], одну з форм навчальних занять у закладах вищої освіти чи інших навчальних закладах. Лекція – це основний жанр академічної риторики, центральний розмовний жанр у вищій освіті Європи та багатьох країнах світу [14, с. 57]. Поряд з циклом лекцій належить, як вважають Н. Сивачук, Г. Сагач, С. Абрамович та М. Чикарьова, до «вузівського красномовства». У контексті сучасної риторики, на мою думку, не можна однозначно класифікувати жанри вузівського та шкільного красномовства, адже жанр лекції набуває значної популярності й за межами закладів освіти, так само, як і видозмінюється структура та способи викладу лекційного матеріалу.

Незважаючи на те, що у сучасних закладах освіти і досі широко практикується лекція як один із основних типів занять, впродовж останнього десятиліття фіксуємо тенденції видозміни цього жанру. Значною мірою це пов'язано зі стрімким розвитком інформаційного суспільства, активним використанням медіа, доступністю інформації завдяки мережі Інтернет. Іншим чинником трансформацій є зміна моделі комунікації викладач-студент, переорієнтація з монологічного викладу матеріалу на діалог, полілог та дискусію, постійний зворотній зв'язок. З огляду на це, варто розрізняти класичну лекцію та сучасну. Порівнюємо їх ознаки.

Класична лекція завжди асоціювалася із монологічним видом виступу. Це, як правило, було найбільш повне і основне джерело інформації для студентів. Мета такої лекції – надати аудиторії цілісну, систематизовану,

якомога ширшу інформацію з певної теми, курсу. Зважаючи на те, що лекцію було прийнято конспектувати, викладач не завжди мав змогу приділити час діалогічному спілкуванню чи інтерактивній взаємодії. Сучасна лекція у цьому плані зовсім інша. Сьогодні важлива не так цілісна і систематична подача матеріалу, як зацікавлення здобувачів освіти темою, проблемою, яку слід вивчити. Вміння викликати інтерес у слухачів, бажання дізнатися більше у результаті самостійного опрацювання інформації, осмислення її – ключовий компонент мети сучасної лекції, без реалізації якого процес інформування залишається малоефективним. Мотивовані й цілеспрямовані студенти постійно працюють над собою і навіть після закінчення навчання займаються самоосвітою, самовдосконаленням.

Зараз немає потреби конспектувати лекцію, адже всі матеріали є в електронному вигляді й доступні слухачам. Цей момент є важливим, адже під час лекції викладач активно взаємодіє зі студентами, діалогічна форма комунікації стає пріоритетною. Н. Сивачук констатує: «сучасна вузівська лекція – це активна співтворчість лектора і аудиторії “двох суб’єктів, з яких кожен є носієм активності і передбачає її (активність) у свої партнерів”» [7]

Удосконалюється система візуалізації лекційного матеріалу. Якщо раніше використовували просту наочність (плакати чи малюнки, графіки й схеми, відтворені на дошці), то зараз за допомогою цифрових технологій можна не тільки візуалізувати, а й змодельовати будь-який процес, явище тощо. Це не лише статичні картинки, а кількавимірні медіаформати з аудіо- та відео компонентами, доповненою реальністю. Засоби наочності традиційно використовуються як увиразнення розуміння і запам’ятовування матеріалу, а також для керування увагою аудиторії, але сучасні медіапрезентації виконують й інші функції – спонукають до активного критичного й творчого мислення, інтерактивної взаємодії, подальшого пошуку інформації та саморозвитку. Дистанційне навчання й онлайн-формат відкривають ще більше можливостей для презентацій, а лекція як жанр потрапляє у поле дії трансмедійної культури.

Класична лекція – це лекція, виголошена в аудиторії в реальному часі, тоді як сучасну лекцію можна прочитати й в онлайн-форматі чи запропонувати студентам переглянути у записі, у тому числі й з вкладеними завданнями, вправами чи іншими елементами інтерактивної взаємодії.

Структура класичної і сучасної лекції має однакові складові, звичайно, їхня реалізація на практиці носить індивідуально-суб’єктивний характер і значною мірою залежить від компетентності, професійності й риторичної майстерності викладача.

I. Вступ. Етап, на якому традиційно лектор чи лекторка озвучують тему, дають характеристику проблемі чи проблемам, розкривають ступінь їх дослідження, пропонують список джерел. Реалізуючи мету сучасної лекції, прогресивні викладачі на цьому етапі активно використовують методики технології розвитку критичного мислення. Їх ключовим завданням також є реалізація функціональних можливостей цього структурного елемента лекції, а саме: «встановлення лекційної структури та введення теми в контекст» [17].

II. Основна частина. На цьому етапі традиційно подається характеристика проблеми з різних точок зору, транслуються міркування різних дослідників, підкреслюється наявність теорії, а лектор чи лекторка висловлюють власну позицію щодо порушеного питання. Як вважають С.Томпсон (S. Thompson) [16] та Дж. Лі (J. Lee) [13], успішною лекцією буде та, на якій представлено відповідний зміст мотивованій аудиторії, виголошено ціннісно навантажені дискурси, в яких лектори не лише подають інформацію аудиторії, а й висловлюють своє ставлення та оцінку матеріалів. Обов'язковим елементом цієї частини лекції є прослідковування зв'язків теорії з практикою. Наприклад, розглядаючи тему «Казкотерапія» зі студентами педагогічних спеціальностей, викладач пропонує переглянути фрагменти відео, ознайомитися із конспектом такого заняття і спільно з'ясувати, яким чином відбувається реалізація цього методу роботи з дітьми у практичній діяльності вчителя чи логопеда.

III. Заключна частина. На цьому етапі лекції традиційно викладачі підводять підсумки, дають відповіді на питання студентів, які виникли у процесі заняття, рекомендують джерела для самостійного опрацювання додаткового матеріалу з теми. Сучасні лекції, як правило, закінчуються рефлексією – міркуванням і самоспостереженням, які забезпечують систематизацію знань і усвідомлення їхнього значення студентами. Це, зазвичай, онтологічний тип рефлексії в навчанні, який пов'язаний зі змістом предметних знань, але іноді лектори практикують й психологічний, спрямований на самопізнання та аналіз власної діяльності. Рефлексія як інструментальний засіб організації заключного етапу лекції спрямована як на фіксування результатів здобутих знань і досвіду, так і на підвищення ефективності подальшої діяльності студентів. Ці аспекти сформульовані в узагальненому визначенні поняття «рефлексія», запропонованому О. Кулик: «в педагогіці рефлексія – це родове поняття для тієї інтелектуальної та емоційної діяльності, в якій індивід осмислює свій досвід з метою прийти до нового розуміння та ціннісних відносин» [5, с. 4].

Змістове наповнення лекції обумовлює методи й способи подачі матеріалу, а ті, в свою чергу, підсилюють або знижують її функціональний потенціал. Важливу роль у сучасній лекції відіграє візуалізація, яка супроводжує лекцію. В умовах онлайн-формату мультимедійні презентації, відеоконтент є невід'ємним компонентом лекції. Доступ до інтернет-ресурсів дає можливість презентувати не тільки попередньо підготовлені матеріали, а й візуалізувати наочними прикладами ті процеси чи явища, про яких ведеться мова і ході обговорення.

У таблиці подаємо результати порівняльного аналізу класичної і сучасної лекції як жанру академічної риторики (Табл. 1).

Ознаки	Класична лекція	Сучасна лекція
Зміст	Найбільш повне і основне джерело інформації для студентів	Одне із джерел інформації.
Мета	надати аудиторії цілісну, систематизовану, якомога ширшу інформацію з певної теми, курсу	важлива не так цілісна і систематична подача матеріалу, як зацікавлення здобувачів освіти темою, проблемою, яку слід вивчити

Побудова, складові елементи	Вступ. Основна частина. Заключна частина.	Вступ. Основна частина. Рефлексія.
Виклад	Усний, послідовний, в реальному часі.	Усний, послідовний, в реальному часі або у записі.
Спосіб викладу матеріалу і взаємодії з аудиторією	Переважно монологічний	Діалогічний, інтерактивний, який передбачає активний зв'язок з аудиторією.
Сприйняття	Слухання і конспектування.	Слухання, розглядання і активне обговорення; нотатки
Мова	Доступність та зрозумілість мовлення, пояснення використаних нових термінів та понять	
Засоби керування увагою аудиторії	Проста наочність (плакати чи малюнки, графіки й схеми, відтворені на дошці)	Кількавимірні медіа формати з аудіо- та відео компонентами, доповненою реальністю; візуалізація і моделювання процесів та явищ за допомогою цифрових технологій
Формат	Виголошення лекції в аудиторії перед студентами в реальному часі	Виголошення лекції не тільки в аудиторії, а й в онлайн-форматі як в реальному часі (синхронна взаємодія), так і в записі (асинхронна взаємодія)
Характер зворотного зв'язку	Активна роль доповідача і здебільшого пасивна роль слухачів, відкладений зворотний зв'язок	Активний, здебільшого негайний зворотний зв'язок

Таблиця 1. Класична і сучасна моделі лекції як жанру академічної риторики.

Незмінними ознаками лекції як жанру академічної риторики є чіткість і послідовність викладу; доступність та зрозумілість мовлення, пояснення використаних нових термінів та понять. Лекція – це педагогічний жанр. Кожен лектор усвідомлює специфіку навчання і власні функції у процесі виголошення лекцій. Структурою і змістовим наповненням лекції, як правило, передбачено, що свій виступ лектор чи лекторка будують на текстах інших авторів, вибудовуючи власний оригінальний дискурс. При цьому їхніми завданнями є: описати об'єкти, поняття, концепції чи події в їхній статистиці та динаміці; формувати цілісні уявлення про явища, розповідати про них з відтворенням послідовності події та їх поетапності; розмірковувати над проблемою з аналізом її причин та накресленням можливих шляхів вирішення; пояснювати, обговорювати, аргументувати, дискутувати, порівнювати, робити висновки; організовувати та керувати комунікативними процесами взаємодії в аудиторії. Звичайно, реалізація цих завдань значною мірою залежать від змісту, мети й типу лекції, майстерності й обізнаності лектора, його ораторських здібностей, мовлення.

Сьогодні традиційну класифікацію лекцій доповнюють нові види:

- вступні й підсумкові (залежно від місця лекції у циклі навчального курсу – на початку чи в кінці);
- оглядові (покликані дати загальне уявлення про кілька обширних тем);
- настановчі, ординарні або тематичні (в яких послідовно викладається навчальний матеріал);
- проблемні (побудовані на основі проблемних ситуацій та їх обговорення, пошуків шляхів вирішення, дискусій та суперечок);
- монологічні й діалогічні (лекції-бесіди);
- очні лекції та онлайн-лекції.

Незалежно від формату навчання (офлайн чи онлайн) зусилля лекторів спрямовані на активне сприйняття матеріалу студентами. Є певні прийоми, які залишаються ефективними в класичній та сучасній моделях лекції. Наприклад, проблемний виклад теми. Його суть полягає в тому, що викладач пропонує різні точки зору, навіть кардинально протилежні, на проблему чи тему, яка розглядається, але при цьому не дає готових оцінок жодної з позицій. Це спонукає слухачів до вибору певної точки зору й аргументованого пояснення власних поглядів, тобто до розумової активності, пошуку й самовизначення.

Сучасна лекція не передбачає розлогого конспектування, хоч деякі викладачі практикують складання плану чи тез прослуханої лекції, записування нових понять і термінів. Популярності набувають хронологічні таблиці, схеми, графіки, інтелект-карти, які можна створювати за допомогою цифрових інструментів індивідуально чи працюючи у групі, самостійно чи з викладачем. Сучасна лекція – приклад «інтердискурсивності» (термін М. Фуко) і вимагає від студентів більш складного процесу обробки інформації. Вони повинні одночасно слухати доповідача, стежити за промовою і робити нотатки, читати з екрана, сприймати інформацію з аудіо- чи відео, а також активно взаємодіяти з викладачем та між собою.

Зворотній зв'язок з аудиторією традиційно забезпечують інтерактивні методики. Більшість з них можна практикувати й в онлайн-форматі. Наприклад, мозковий штурм, Ромашка Блума, Шість капелюхів, свот-аналіз, гронування, дерево рішень та ін. Незмінно ефективним засобом утримування уваги аудиторії під час лекції є короткі асоціативні відступи, приклади життя, гумор, фрагменти невимушеної бесіди.

Різноманітні форми діалогу зі слухачами – ще один чинник зацікавлення та активності аудиторії. Сучасні лектори практикують лекції-колоквиуми, дискусії, диспути, оксфордські дебати, активно використовують прийоми колективного обговорення чи усної рецензії, відгуку. Такі піджанри академічної риторики легко реалізувати, коли студенти чи слухачі добре знають матеріал, здатні аргументувати власні погляди на проблему, опираючись на міркування знаних науковців та фахівців. Не менш важливою є культура наукової комунікації, вміння вести діалог, дотримуючись етичних норм.

Зауважимо, що деякі з цих підвидів академічного письма мають писемні аналоги: усна-рецензія – письмова рецензія, наукова доповідь – тези чи стаття, дискусія – полемічна стаття тощо. Однак, тільки усне виголошення лекції, промови чи безпосередня участь у дискусії дають можливість презентувати

свою позицію, використовуючи не тільки вербальні, а й невербальні засоби комунікації.

Лекція, як жанр академічної риторики, як правило, є елементом циклу лекцій з певної теми чи загалом навчальної дисципліни. Їх поєднання в єдину систему забезпечують загальнодидактичні принципи логічного викладу матеріалу, поступовості й дозованості навчання (вступні, оглядові, тематичні, узагальнюючі тощо).

Онлайн-формат сучасної лекції значно підсилив тенденцію перетворення будь-якої вузівської лекції у публічну науково-популярну лекцію. Сьогодні ми можемо стати слухачами лекцій провідних фахівців з будь-яких галузей не тільки своєї країни, а й цілого світу. І так само будь-хто з викладачів може публічно поширити лінк на приєднання до своєї онлайн-лекції під час її проведення чи транслювати її онлайн або завантажити у записі на спеціальні сайти чи у соцмережі. Таким чином лекції виходять за межі академічних установ чи об'єднань, а наука стає доступною і популярною серед ширших мас населення. Як стверджують С. Абрамович і М. Чікарьова, початки цього процесу сягають XIX століття, коли відвідування занять в університеті було вільним і лекції провідних фахівців, талановитих ораторів слухало широке коло зацікавлених осіб не тільки з числа студентів. З другої половини XIX століття «вчені вже спеціально читають лекції для широкої аудиторії, виникають науково-популярні лекції» [1, с. 112].

Сучасна лекція – це інтерактивна, контекстуальна, ситуативна та певною мірою імпровізаційна динамічна діяльність учасників освітнього процесу. Цей жанр трансформувався з односторонньої лекційної промови, яка передає знання, в інтерактивний та конструктивний діалог, інтертекстуальну та міждисциплінарну комунікацію. Тут поєдналися різні жанри розмовного і писемного реєстрів, прийоми традиційних лекцій та семінарів із можливостями презентацій засобами ІТ-технологій.

Висновки. Лекція як жанр академічної риторики перебуває у постійному розвитку та трансформаціях. Сучасна її модель відрізняється від класичної змістовим наповненням структурних елементів, метою, форматом, способом викладу матеріалу та взаємодії з аудиторією. Сьогодні частіше використовують інтерактивні методики й діалогічні типи комунікації, а ІТ-технології та цифрові інструменти забезпечують високу якість візуалізації інформації. Сучасні лектори практикують лекції-кологвіуми, дискусії, диспути, оксфордські дебати, активно використовують прийоми колективного обговорення чи усної рецензії, відгуку.

Будь-яка лекція може стати публічною, особливо завдяки онлайн-формату. Сприйманню такої лекції широким колом слухачів сприяє науково-популярний стиль викладу матеріалу лектором, активне використання схем, графіків та іншого сучасного медіаконтенту, володіння ораторським мистецтвом.

Перспективою є емпіричне дослідження ефективності сучасної моделі лекцій, визначення оптимального змістового й методичного формату реалізації функціонального потенціалу кожного структурного елемента.

Використана література:

1. Абрамович С. Д., Чикарькова М. Ю. Риторика. Київ: Центр навч. л-ри, 2004. 472 с.
2. Василенко В., Герман В. Академічна риторика: навчальний посібник для студентів гуманітарних факультетів вищих навчальних закладів. Суми: ФОП Наталуха А. С., 2011. 276 с.
3. Голуб Н. Б. Риторика у вищій школі. Черкаси: Брама-Україна, 2008. 400 с.
4. Качак Т. Академічна риторика. Силабус навчальної дисципліни. Івано-Франківськ, ПНУ імені Василя Стефаника, 2022. 12 с.
5. Кулик О. Д. Поняття рефлексії, її сутність та роль у методиці навчання української мови. *Українська мова і література в школі*. 2014. №3. С. 2–7.
6. Макович Х. Я., Вербицька Л. О., Капітан Н. О. Словник термінів і понять з риторики. Львів, 2016. 140 с.
7. Сивачук Н. П., Снігур І. М., Санівський О. М. Академічна риторика. Навч.-метод. посібник для студентів-магістрантів. Умань, 2013. 374 с.
8. Щербакова О. А. Новий курс «Академічна риторика» як базова складова у системі вищої освіти України: обґрунтування та пропозиції впровадження. Інститут вищої освіти НАПН України. Вища освіта України. 2014. Т.1., № 3. С. 87-90.
9. Bawarshi, A.S. and Mary Jo Reif, M.J. Genre An Introduction to History, Theory, Research, and Pedagogy. West Lafayette, Indiana: Parlor Press, 2010.
10. Flowerdew, J. Definitions in Science Lectures. *Applied Linguistics*. 1992. № 13. Pp. 201 – 221.
11. Freedman, A, & Medway. Genre and the New Rhetoric. London: Taylor & Francis, 1994.
12. Hyon S. Genre in three traditions: implications for ESL. *TESOL Quarterly*. 1996. Vol. 30 (4). Pp. 693 – 722.
13. Lee J. J. Size matters: An exporatory comparison of small and large-class university lecture introductions. *English for Specific Purposes*. 2009. Vol. 28(1). Pp. 42 – 57.
14. Malavska, Valerija. Genre of an Academic Lecture. *International Journal on Language Literature and Culture in Education*. 2016. Vol. 3(2). Pp. 56 – 84. DOI: [10.1515/llce-2016-0010](https://doi.org/10.1515/llce-2016-0010)
15. Miller L. Towards a Model for Lecturing in a Second Language. *Journal of English for Academic Purposes*. 2002. No. 1. pp. 145 – 162.
16. Thompson S. Frameworks and contexts: A genre-based approach to analysing lecture introductions. *English for Specific Purposes*. 1994. Vol. 13(2). Pp. 171 – 186.
17. Zivkovic Branka & Vukovic-Stamatovic Milica. Is investigating discipline-specific academic lecture introductions a goal worth pursuing? A corpus-based study of the rhetorical organization of mathematics lecture introductions. *Revista signos: Estudios de Lengua y Literatura*. 2021. Vol. 54. No. 105. pp.120-140. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-09342021000100120>.

References

1. Abramovych S. D., Chykarkova M. Yu. (2004) Rytoryka [Rhetoric]. Kyiv: Tsentr navch. 2004. 472 s. [in Ukrainian]
2. Vasylenko V., Herman V. (2011). Akademichna rytoryka: navchalnyi posibnyk dlia studentiv humanitarnykh fakultetiv vyshchykh navchalnykh zakladiv [Academic rhetoric: a study guide for students of humanities faculties of higher educational institutions]. Sumy: FOP Natalukha A. S. 276 s. [in Ukrainian]
3. Holub N. B. (2008) Rytoryka u vyshchii shkoli [Rhetoric in higher education]. Cherkasy: Brama-Ukraina. 400 s. [in Ukrainian]
4. Kachak T. (2022). Akademichna rytoryka. Sylabus navchalnoi dystsypliny [Academic rhetoric. Syllabus of the academic discipline]. Ivano-Frankivsk, Vasyl Stefanyk PNU. 12 s. [in Ukrainian]
5. Kulyk O. D. (2014) Poniattia refleksii, yii cutnist ta rol u metodytsi navchannia ukrainskoi movy [The concept of reflection, its meaning and role in the methodology of teaching the Ukrainian language]. *Ukrainska mova i literatura v shkoli*. №3. S. 2–7. [in Ukrainian]
6. Makovych Kh. Ya., Verbytska L. O., Kapitan N. O. (2016) Slovyk terminiv i poniat z rytoryky [Dictionary of terms and concepts from rhetoric.]. Lviv. 140 s. [in Ukrainian]
7. Syvachuk N. P., Snihur I. M., Sanivskyi O. M. (2013) Akademichna rytoryka. Navch.-metod. posibnyk dlia studentiv-mahistrantiv [Academic rhetoric. Educational method. a guide for graduate students]. Uman. 374 s. [in Ukrainian]
8. Shcherbakova O. A. (2014) Novyi kurs «Akademichna rytoryka» yak bazovaskladova u systemi vyshchoi osvity Ukrainy: obhruntuvannia ta propozyishi vprovadzhennia [The new course "Academic Rhetoric" as a basic component in the system of higher education of Ukraine: rationale and proposals implementation]. *Instytut vyshchoi osvity NAPN Ukrainy. Vyshcha osvita Ukrainy*. T.1., № 3. S. 87-90. [in Ukrainian]
9. Bawarshi A.S. and Mary Jo Reif, M.J. (2010) Genre An Introduction to History, Theory, Research, and Pedagogy. West Lafayette, Indiana: Parlor Press [in English]
10. Flowerdew J. (1992) Definitions in Science Lectures. *Applied Linguistics*, 13, 201-221. [in English]
11. Freedman, A. & Medway (1994) Genre and the New Rhetoric. London: Taylor & Francis. [in English]
12. Hyon S. (1996) Genre in three traditions: implications for ESL. *TESOL Quarterly*, 30 (4), 693 – 722. [in English]
13. Lee J. J. (2009) Size matters: An exporatory comparison of small and large-class university lecture introductions. *English for Specific Purposes*, 28(1) 42 – 57. [in English]
14. Malavska Valerija (2016). Genre of an Academic Lecture. *International Journal on Language Literature and Culture in Education*, 3(2). P. 56 – 84. DOI: [10.1515/Ilce-2016-0010](https://doi.org/10.1515/Ilce-2016-0010) [in English]
15. Miller L. (2002). Towards a Model for Lecturing in a Second Language. *Journal of English for Academic Purposes*, 1, 145-162. [in English]

16. Thompson S. (1994) Frameworks and contexts: A genre-based approach to analysing lecture introductions. *English for Specific Purposes*, 13(2) 171 – 186. [in English]

17. Zivkovic Branka & Vukovic-Stamatovic Milica. (2021) Is investigating discipline-specific academic lecture introductions a goal worth pursuing? A corpus-based study of the rhetorical organization of mathematics lecture introductions. *Revista signos: Estudios de Lengua y Literatura*, vol.54, n.105, pp.120-140. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-09342021000100120>. [in English]

Kachak T., Krul L.& Lytvyn N. The lecture as the main genre of academic rhetoric: comparison of classic and modern models

The article is an analysis of theoretical and practical aspects of the modern lecture as the main genre of academic rhetoric, which is implemented both in classroom and distance learning. In the field of vision - a comparative analysis of classical and modern lecture models; content and methodical features of lectures, updates and transformations dictated by the demands of the modern young generation and the online format.

The lecture is the main genre of academic rhetoric, the central conversational genre in higher education in Europe and many countries of the world, which is in constant development and transformation. Its modern model differs from the classic one in terms of content of structural elements, purpose, format, method of presentation of material and interaction with the audience. Today, interactive methods and dialogic types of communication are more frequently used, as IT and digital tools ensure high quality information visualization. Modern lecturers practice lectures-colloquiums, discussions, debates, Oxford debates, actively use the techniques of collective discussion or oral review, and feedback.

A modern lecture is an interactive, contextual, situational and, to some extent, improvisational dynamic activity of participants in the educational process. This genre has transformed from a one-sided lecture speech that conveys knowledge to an interactive and constructive dialogue, intertextual and interdisciplinary communication. Different genres of spoken and written registers, techniques of traditional lectures and seminars combined with the possibilities of presentations by means of IT are combined here.

Any lecture can become public, especially due to the online format. The perception of such a lecture by a wide range of listeners is facilitated by the popular scientific style of material presentation by the lecturer, the active use of diagrams, graphs and other modern media content, mastery of the art of oratory.

Key words: *lecture, genre, academic rhetoric, presentation, online format.*

Оригінал статті надруковано на сайті Українського кризового медіа-центру:

<https://uacrisis.org/uk/mystetstvo-perekonuvaty>

Персвазивність, тобто переконливість – це ключова риса вдалої комунікації. Вона лежить в основі науки, політики, торгівлі, дипломатії, пропаганди, проповідництва та інформаційних технологій у широкому сенсі цього слова.

Ще Аристотель обґрунтував необхідність персвазивності, навівши чотири причини:

1. Правда і справедливість – ідеальні; але якщо вони програють, то це вина їхнього захисника.
2. Персвазивність – найкращий інструмент освіти.
3. Майстер риторики повинен знати, як сперечатися з обома сторонами, щоб краще зрозуміти проблему та всі можливості її вирішення.
4. Це найкращий спосіб самозахисту.

Аристотелівська модель персвазивності стоїть на трьох китах:

1. Етос – авторитетність того, хто переконує (статус, досвід, майстерність, обізнаність).
2. Патос – апелювання до емоцій аудиторії.
3. Логос – використання логічного доведення. Усі три аспекти активно використовувалися з часів Аристотеля і донині.

На їхній основі випрацьовували різні персвазивні інструменти та прийоми. Ось найголовніші:

ВІД ПРОБЛЕМИ ДО РІШЕННЯ

Загальна схема персвазії повинна виглядати так: формулювання і опис проблеми, ампліфікація її аспектів та пропозиція вирішення. Під час ампліфікації, тобто підсилення проблеми, важливо рухатися від менш важливих/простіших аспектів до важливіших/складніших.

ПОВТОРЕННЯ

Повторення інформації – це ключовий прийом переконування. Звісно, повторювати можна по-різному. Якщо перефразовувати і показувати аргумент із різних боків, підкріплюючи відповідними цитатами, то це вдаль застосування.

ПОЯСНЕННЯ

Наведення причин (навіть якщо вони несуттєві) значно ефективніше переконує, ніж їхня відсутність. Слова «тому що», «оскільки», «бо» мають велику персвазивну силу. Доцільно використовувати факти, дані, матеріали досліджень, аналітичну інформацію.

ПОСЛІДОВНІСТЬ

Послідовність у викладі інформації – дуже важлива якість. Ідеться про наведення різних доказів, які підкріплюють один одного, впливають один з одного і не суперечать один одному. Ця якість свідчить про раціональність, доцільність і стабільність.

СОЦІАЛЬНА ПІДТРИМКА

Людина часто звіряється у своїх діях із соціумом. Під час ухвалення рішення вона зважає, чи соціум би його схвалив. Це може бути або стадне підкорення волі більшості, або уповання на думку авторитетів, або покликання на людей з подібним досвідом. Ці три напрями можна вміло використати.

ПОРІВНЯННЯ

Метафори, порівняння та аналогії часто використовуються в художній літературі. Проведення аналогії з чимось, що аудиторія вважає правдою/істиною – дуже ефективний інструмент.

РЕЗОНУВАННЯ З ЕМОЦІЯМИ

У всіх є проблеми, якщо увійти з ними в резонанс і показати, що ти знаєш, як бути в такій шкірі (глибоке розуміння, емпатія), переконувати буде значно легше.

ПРОГНОЗУВАННЯ

Важливо робити певні передбачення щодо майбутнього, до чого може призвести наявний стан справ. Для цього доцільно застосовувати логічні та послідовні докази.

ВИОКРЕМЛЕННЯ

Соціум має здатність до поділу на різні групи. Апелюючи до певної аудиторії, слід врахувати, з якою групою вона себе асоціює, і бити на це в аргументації. Майкл Порт виділяє чотири перспективи, з яких соціальні групи сприймають світ: фінансова, емоційна, духовна, фізична.

СПРОСТУВАННЯ ЗАКИДІВ

Потрібно наперед прокоментувати всі можливі закиди, щоб обеззброїти опонентів.

РИТОРИЧНІ ПИТАННЯ

Риторичні питання привертають увагу. Аудиторії цікаво, як саме той, хто поставив питання, його прокоментує.

ПЕРЕБІЛЬШЕННЯ

Із цим інструментом треба поводитися обачно. Якщо вживаються суперлативи, на кшталт, «найбільший, найкращий, лідерський і т.д.», бажано навести докази.

ПРИРОДНІСТЬ

Важливо зберігати природність мови, не скочуватися в надмірну термінологію, канцелярит та інші крайності. Природність мови створює ефект близькості, хоча також важливо не впадати в зайву фамільярність.

ОПОВІДЬ ІСТОРІЇ

Цей інструмент має високий персвазивний потенціал. Людська психіка краще сприймає сюжетність і любить аналізувати чужий досвід. Індивідуальні історії найкраще підійдуть, якщо аудиторія не знає нічого про проблему або

якщо ніколи не задумувалася над її вирішенням. І навпаки, історії неефективні, якщо аудиторія глибоко занурена в проблематику.

*** Інструменти персвазивності – це, передовсім, інструменти, тобто їх можна застосовувати як для благородних, так і для негідних вчинків. Ними послуговуються науковці у своїх текстах, а також пропагандисти, на кшталт Кісельова, під час промивання мізків.

Гарне розуміння інструментів дозволить підсилити власні навички переконування та допоможе вступати в герць із тими, хто зловживає ними для маніпуляцій. Пройдіть тест **ІНСТРУМЕНТИ ПЕРЕКОНУВАННЯ** та перевірте наскільки гарно ви засвоїли інформацію та вмієте ідентифікувати різні персвазивні інструменти.



ЖЕСТИ ОРАТОРА. ЖЕСТИКУЛЯЦІЯ ОРАТОРА.

НАВЧАННЯ ЖЕСТАМ

Оригінал статті надруковано за покликанням: Болсунов О. Жести оратора. Жестикуляція оратора. Навчання жестам. URL: <https://oratorske.com.ua/zhesty-oratora-zhestykuliatsiia-oratora-navchannia-zhestam/>

*Ця стаття про жести та жестикуляцію оратора
Для початківців та досвідчених ораторів*

Куди подіти оратору руки?

А дійсно, куди руки подіти?

Хочеться їх заховати за спину, скласти на грудях або засунути в кишені.

А вам?

Є чудова притча, може, ви її знаєте:

Учень запитав Учителя:

– О, Наймудріший, скажи мені, як правильно сидіти?

– Так само, як і стояти.

– А як же правильно стояти?

– Так само, як і лежати.

– Але як?

– Коли лежиш – просто лежи, коли стоїш – просто стій, коли сидиш – просто сиди ...

Гарний образ, чи не так? Мені цей образ допомагає пояснювати учням, куди подіти руки.

Для чого потрібні жести?

Так, для чого вони потрібні?

– Для багатьох чинників. Жести – та ж мова, тільки без звуку.



Функцій у жестів багато. Наприклад, жести:

- залучення та утримання уваги публіки
- інструмент звернення до людей в аудиторії
- інструмент впливу оратора на публіку
- спосіб зайняти руки
- спосіб скинути зайве хвилювання
- прекрасно заповнюють паузи
- показник впевненості оратора

Багато оратори не вміють робити жести. Зовсім. Або ж роблять багато різних помилок в жестикуляції.

Подивіться це відео, щоб знати, які жести не бажано здійснювати при виступах:

Одна з головних функцій жестів – залучення і утримання уваги.

Підсвідомого уваги публіки. І це теж ми будемо вивчати, але пізніше.

Є такі тварини, які бачать і реагують тільки на рухомі об'єкти (рептилії, наприклад)

Людина, звичайно, створення більш досконале. Але на будь-які рухи і переміщення реагує всім своїм сприйняттям. І коли оратор є джерелом рухів, увагу глядачів зосереджено виключно на виступаючому. Причому, люди часом самі не помічають, як уважно слухають. Захоплюються.



Звертаю вашу увагу, що ми розглядаємо жести не тільки, як засіб передачі інформації. Жести – це більш універсальний інструмент оратора.

Як вже зазначалося вище, чільна завдання жесту – залучити й утримати підсвідоме увагу глядача. А вже все інше другорядне.

У оратора руки завжди працюють. Але найчастіше це навіть не помітно, тому як жести «бачить» підсвідомість.

Жестикуляція допомагає засвоювати інформацію.

Адже жести діють на зоровий канал сприйняття. При цьому акцентується увага на необхідній інформації, що надходить через аудіальний канал.

Попутно жести підсилюють емоційність і енергійність мови, підвищуючи ефективність сказаного слова.

Як немає схожого голосу, схожою ходи і почерку, так і не повинно бути стандартних жестів. Жести повинні бути індивідуальні. Це стиль оратора, імідж оратора.

Але спочатку, поки будете вчитися, Вам доведеться робити руху не зовсім Вам властиві. Потім з цих рухів виростуть Ваші жести. Але це потім.



Як розвивати жестикуляцію?

Так само, як і їздити на велосипеді. Марно читати про те, як потрібно їздити на велосипеді – потрібно справою зайнятися.

Жести – інструмент оратора.

Жести оратора повинні бути природні. Для кожної людини – індивідуальні жести. Різні жести для різних виступів.

Навчання жестам оратора – складне завдання (складна, але посильна)

Функцій у жестів багато.

Одна з головних функцій жесту оратора – залучення і утримання уваги публіки.

Але є й інші важливі функції у жестів.

Жести оратора повинні бути індивідуальні.

Як немає схожого голосу, так і не повинно бути стандартних жестів.

Жести – це стиль оратора, імідж оратора.

Можна виступати оратору без жестів? – Звичайно ж можна.

Але людина без рухів здається неприродним – це говорить голова!

Оратор з жестами виглядає куди впевненіше, природніше, жвавіше і енергійніше.

Жести оратора (впевнені жести) – хороший показник впевненості оратора.



Як розвивати жести?

Так само, як і їздити на велосипеді.

Марно читати і говорити – потрібно справою зайнятися.

Щоб навчитися робити жести – потрібно робити жести! □

Розвивати жести починаючому оратору важливо і потрібно.

Спочатку новий навик вимагає зусиль і зосередженості. Спочатку, жести можуть бути неприродними, некрасивими.

Швидше за безглуздими. Спочатку підсвідомість сильно опирається, обурюється: “Мені так незвично! Так – неприродно! Це – некрасиво! Не буду я так робити!”

Через деякий час, нові руху приймаються тілом, а жести стають природніші, вони потребують меншої зосередженості. Навик переходить з свідомих рухів в підсвідомий навик. Пізніше, нові жести стануть вашими рідними жестами.

І частиною вашого іміджу.

Навчання новим навичкам вимагає часу і зусиль. Згадайте, як довго ми вчили в школі математику?

Але навчитися жестам куди швидше і простіше, ніж вивчити, скажімо, алгебру і геометрію.

Вправ для розвитку жестів рук безліч. Відпрацьовують жести в парі, в групі і індивідуально перед дзеркалом.



Жести оратора – це мова

Мова, звичайно ж, невербальна мова, як писалося раніше.

Цією промовою можна і потрібно вміти користуватися будь-якому оратору.

Думаю написати книгу “Як навчитися жестам”. Але це буде товста книжка, а толку від неї буде не так вже й багато. Краще – прийти навчатися на тренінгу, в групу. Це буде і швидше і ефективніше.

В крайньому випадку – запишіться на онлайн-навчання. Не всім технікам можна опанувати онлайн, але ось жестам – у багатьох виходить.

Як навчитися робити жести починаючому оратору

Перше, що важливо прийняти – що не буває некрасивих жестів у оратора.

Зазвичай, спочатку, зі мною сперечаються – потім погоджуються, коли приходимо до практики жестів. Пояснювати і доводити довго.

Всі жести оратора красиві.

У певному контексті, звичайно. Якщо жести оратора вирвати з контексту, то все може здатися ...

Друге.

Необов'язково жестом щось зображати або показувати. Жест оратора може бути і без смислового навантаження.

Проте, жести оратора можна умовно розділити на вдалі жести і жести не зовсім вдалі:

Невдалі жести, яких варто уникати оратору:

- різкі жести
- дрібні жести
- Жести в одній площині
- одноманітні жести
- повторювані жести
- жести театральні
- Жести з'єднаних пальців рук
- “Дзеркальні жести”

Вдалі жести, які варто використовувати оратору:

- плавні жести
- широкі жести
- об'ємні жести
- вільні жести
- різноманітні жести
- природні жести
- індивідуальні жести



Дзеркальні жести не прийняті в ораторському мистецтві. У цьому відео “домалювали” Трампу гармошку, щоб показати комічність дзеркальних жестів.

Вийшло веселе відео. Сподіваюся, після цього ролика, ви не будете робити дзеркальні жести.

Напевно, нічого нового, і тут все зрозуміло, в теорії. А як це зробити на практиці, щоб жести були і плавні, і широкі, і при цьому природні?

Станьте перед дзеркалом і подивіться на свої жести, коли ви будете вимовляти будь-яку промову.

Банальним, напевно, буде писати, що краще навчатися жестам на “живих” тренінгах. Так і швидше і якісніше. Але, якщо немає такої можливості – записуйтеся на онлайн-навчання. Можна до мене. Не скажу, що по Скайпу можна навчитися всьому ораторському мистецтву. Але ось проконсультуватися з деяких питань – завжди можливо.

**СУПЕРЕЧКИ, У ЯКИХ НЕ НАРОДЖУЄТЬСЯ ІСТИНА. 30 ПРАВИЛ
ДЕСТРУКТИВНОЇ ПОЛЕМІКИ У ФЕЙСБУЦІ**

Оригінал статті надруковано: Мовчан А. Суперечки, у яких не народжується істина. 30 правил деструктивної полеміки у Фейсбуці. *Фокус*. URL: <https://focus.ua/uk/opinions/507234-spory-v-kotoryh-ne-rozhdaetsya-istina-30-pravil-destruktivnoy-polemiki-v-feysbuke>

Суперечка необхідна для доказу своєї правоти; їх необхідно досягати за всяку ціну; аргументи – це хитрощі ворогів; вони навчилися маніпулювати аргументами, тому необхідно одразу перекладати суперечку на особистості, щоб публічно виявити в опоненті ворога – які ще потрібні аргументи, якщо він ворог?

Колись Миклухо-Маклай вивчав тубільні мови, просто розмовляючи з тубільцями та роблячи висновки щодо значення слів та виразів на основі зіставлення реальності та вербальних символів.

Тим самим уже давно я займаюся, вивчаючи племена, що населяють фейсбучну територію колишнього Радянського Союзу. **Напрочуд, чим більше ті чи інші представники того чи іншого племені пишаються саме своєю говіркою, тим більше їхня мова схожа на загальний для пострадянського простору діалект.**

Та що там мова – правила, обряди та звичаї — вони тим більше однакові, що більше кожен індивід прагне підкреслити свою приналежність до певного племені.

Хоча дослідження на самому початку, я радий подати на суд публіки його перші результати – короткий довідник вірувань та короткий словник виразів фейсбучного пострадянського простору (словник – у наступному пості).

Довідник вірувань. У мене вийшло 30:

- (1) **Хороші – друзі, погані – вороги; друзі – добрі, вороги – погані;**
- (2) **Ми – добрі, ви – погані;**
- (3) **Ми ніколи не робимо погано, а якщо робимо, то тільки тому, що ви нас змушуєте;**
- (4) **Вчиняти погано – добре, якщо вороги роблять ще гірше; дії ворогів завжди є виправданням наших дій, де б і що вороги не робили;**
- (5) **Не можна бути трошки вагітним: буває або все гаразд, або все погано;**
- (6) **У нас все добре, у вас все погано; якби ми вчиняли, як ви, у нас також було б погано; якщо в нас погано, то це через вас; якщо у вас добре, то це через нас;**
- (7) **Якщо у вас все краще, ніж у нас, це тому, що ви погані (варіант – вам задарма дісталось);**

(Добре – тому що зараз є в нас; погано – тому що зараз є у вас; будь-яка зміна нашого “добре” – погано; навіть якщо в нас не добре, якщо це міняти, то буде ще гірше;

(9) **Вороги хочуть, щоб у нас щось змінилося; ті, хто хоче, щоб щось змінилося – вороги;**

(10) **Вороги дуже хочуть отримати наше "добре" собі; це називається "поневолити нас";** вони так хочуть поневолити нас, що не турбуються поневолювати нікого іншого; це тому, що всі інші вже поневолені, тільки це зовні непомітно;

(11) **Вороги завжди єдині — серед племені ворогів не може бути наших друзів;** наше плем'я не єдине – у ньому також є вороги;

(12) **Ми не буваємо винні; вороги не бувають невинні;**

(13) **Якщо в нас щось погано, то хтось має це виправити, бо це вина, але не наша;** ми шукатимемо, чия в цьому вина, і вимагатимемо, щоб він усе виправив; доки він не виправить, ми нічого взагалі робити не будемо; якщо він не виправляє – він ворог; якщо він друг, значить, ми помилилися, і це не його вина; якщо хтось каже, що це вина друга – значить, він ворог і намовляє на наших друзів;

(14) **Ми всі знаємо;** вороги теж усе знають, але приховують це;

(15) **Якщо ти не з нашого племені — ти не можеш нам радити і про нас говорити,** тому що ти нічого не розумієш і, мабуть, ворог;

(16) **Якщо ти не згоден з моєю думкою, то ти, напевно, ворог, і точно не можеш нам нічого радити і про нас говорити;**

(17) **Якщо ти виїхав з нашого стану – ти, напевно, ворог, і тому не можеш нам радити і про нас говорити;**

(18) **Якщо ти згоден з моєю думкою, значить, ти друг, тому що ти маєш рацію,** а друзі мають рацію; якщо ти не з нашого племені або виїхав із нашого стану, але згоден з моєю думкою, значить, ти ворог, але моя думка настільки правильна, що ти не можеш цього не визнавати;

(19) **У будь-якій ситуації варіантів лише два; один – правильний; другий придумали вороги;** те, що буває третій варіант, теж придумали вороги щоб збити з пантелику;

(20) **Істина це те, що я думаю, якщо це написано в інтернеті; якщо в інтернеті написано не те, що я думаю, це написали вороги і цьому не можна вірити;** якщо я це думаю, а в інтернеті це не написано, це теж істина, просто настільки очевидна, що про неї не пишуть (а пишуть інше – але це вороги);

(21) **Суперечка потрібна для доказу своєї правоти; доказів своєї правоти необхідно досягати за всяку ціну;** аргументи – це хитрощі ворогів; вони навчилися маніпулювати аргументами, тому необхідно відразу перекладати суперечку на особистості, щоб публічно виявити в опоненті ворога – які ще потрібні аргументи, якщо він ворог?

(22) **Авторитетне джерело – це джерело, що підтверджує мою думку;** будь-яке інше джерело — це пропагандистський смітник;

(23) **Факти є ілюстрацією висновків**; якщо мені вказали на помилку у фактах, це може змінити ілюстрацію, але не змінює висновків;

(24) **Я маю тверді переконання**; на жаль, решту членів мого племені легко можна обдурити; тому їх треба захищати від ворожих думок;

(25) Якщо висловлювання ворога не можна заборонити, то треба хоча б дискредитувати його в очах племені;

(26) **Спочатку треба чесно висловити свою думку щодо його думки** – коротко і зрозуміло, часу на аргументи немає;

(27) Ось список тих, на чий погляд члени мого племені ніколи не повірять: представники іншого племені; емігранти; інтелігенти; академічні працівники; спекулянти-фінансисти; підприємці; імпотенти; потвори; представники сексуальних меншин; жінки, які не влаштували сімейне життя; надто молоді; одягнені негаразд, як заведено; надто старі; поети; очкарики; багаті; бідні; невдахи; занадто щасливі; щоб убезпечити членів свого племені від ворожої думки, треба розповісти їм про те, що виразник думки належить до однієї, а краще – двох-трьох вищезгаданих груп.

Таку приналежність варто вважати очевидною істиною, і якщо в інтернеті написано інше – це написали вороги;

(28) **Виразникам думки, відмінної від моєї, обов'язково треба запропонувати інше заняття замість висловлювання своєї думки** – це благородно допомагати ближньому. Їм треба вказати, куди йти і чим займатися; починати вказівку треба словами "краще б ви..."

(29) **Якщо в нас не все добре, то винні вороги**; тому треба боротися з **ворогами**; вороги — це ті, хто має іншу думку, і представники іншого племені; як бачите, ми все знаємо, нам не потрібна ваша думка;

(30) **Ми твердо стоїмо на своїй думці; але як відомо, якщо змінюються факти, треба змінювати і свою думку**; наприклад, якщо ми переїхали в інше плем'я, або поміняли роботу, або нам заплатять за іншу думку, то думку можна і потрібно поміняти; зміна думки не означає, що ми не мали рації — ми завжди мали рацію, просто обставини змінилися; у зв'язку зі зміною думки змінюються друзі та вороги – іноді просто вони змінюються місцями; від зміни думки правильність усіх зазначених вище вірувань не змінюється – вони є абсолютно істинними.

12 СПОСОБІВ ЯК ПОЧАТИ ПРОМОВУ ЕФЕКТИВНО, ПРИКЛАДИ

Оригінал статті надруковано: Ружицький Р. 12 способів як почати промову ефективно, приклади. *Школа красномовець*. URL: <https://krasnomovec.club/sposobi-yak-pochati-promovu/>

30 секунд – саме стільки часу ви маєте, щоб захопити увагу слухачів. Якщо не зумієте цього зробити, то аудиторія втратить до вас цікавість і все, що ви скажете потім, вже не матиме значення.

У статті ви побачите приклади, як почати промову, щоб завоювати увагу аудиторії з перших слів. Про те як закінчувати свій виступ читайте у статті “5 секретів, як навчитись виступати та впливати на аудиторію”.

Вступ – найважливіша частина публічного виступу, яку варто підготувати найретельніше, навіть якщо ви виступаєте перед лояльною аудиторією, наприклад в клубі Красномовець.

Вступ має два завдання:

1. Перекопати аудиторію, що вас варто слухати далі.
2. Показати, яку користь слухачі отримають з вашого виступу.



Як не розпочинати свій виступ і що не говорити на початку

Щоб ефективно почати промову, уникайте поширених помилок, які можуть завалити ваш виступ з перших хвилин.

1. Нарікання

Почніть свій виступ без нарікань. Навіть, якщо ви обурені організацією заходу чи якимись нюансами, які перешкоджають вашому публічному виступу.

Якщо ви приготували презентацію, а показати її неможливо через факап організаторів, то не говоріть про це зі сцени. Просто прийміть, що всяке буває. Сцена – це не місце для розбірок.

Якщо ж ви почнете виступ перед аудиторією з нарікань або претензій і негативу, то справите враження ниючої та незадоволеної людини, чого не люблять слухачі..

Якось я був на одному заході з понад 300 учасниками. Ведучим був хлопець, який спеціалізується на весіллях та корпоративах. Загалом, мені сподобалося, як він проводив захід. Було видно, що він має у цьому досвід.

Однак організатори вперше проводили такий масштабний захід, тому було багато дрібних факапів з їхнього боку.

При цьому ведучий постійно вказував, що це організатори винні, а не він. Десь музику вчасно не включили чи забули виключити. Щось йому запізно передали, або ще не передали. Або він зі сцени просив щось зробити, а організатори цього не зробили. А під кінець кидав уже в сторону організаторів в'їдливі коментарі типу: “Якщо організатори на цей раз не затуплять, то зараз ви побачите це”.

В таких випадках можна жартувати, можна викручуватися, тягнути час під час публічного виступу, але привселюдно дорікати будь-кому не варто.

2. Недоречний жарт

Не починайте виступ із жарту чи анекдоту просто так, щоб показати, що ви веселий хлопець або дівчина.

Також не варто розповідати якусь смішну історію, що сталася вчора чи по дорозі на захід, яка не має відношення до змісту вашого виступу і ви не придумали, як її пов'язати з вашим виступом..

Жарт можна використати тільки тоді, якщо він дійсно смішний, реально підходить і має якесь відношення до змісту промови.

3. “Приватні” розмови

Не ведіть розмови з подіуму з конкретними людьми, хіба якщо це стендап.

Якщо в залі є люди, яких хочеться привітати і це доречно, то можна це зробити.

Але не варто говорити про те, що стосується вас особисто з людиною з залу і про це ніхто більше не знає.

Недоречним, наприклад, висловлювання з боку промовця: “Я бачу, що тут є Іван. Ми з тобою класно пограли в баскетбол минулого тижня, треба повторити.”

Такі звернення зі сцени звучать дивно і не додають авторитету виступаючому.

4. Вибачення за якість виступу або свої ораторські навички

Не применшуйте своє вміння виступати і взагалі не говоріть про свої ораторські навички на сцені. Якщо ви скажете: “Ну, я не зовсім гарний спікер” або “Я не зовсім підготувався”, то вже можете сідати, бо вас і так слухати ніхто не буде. Такі фрази зразу відключають увагу аудиторії.

Дайте собі шанс виступити гарно. Вийдіть на сцену і виступіть максимально добре, як можете на цей момент.

До речі, є один лайфхак, як розв'язати проблему відсутності досвіду публічних виступів чи недостатнього рівня ораторських навичок. Треба підготувати текст виступу в якому ви будете впевнені, який буде продовженням вас і який буде відповідати потребам та рівню аудиторії. Тоді ви будете мати менше страху, природно себе почуватимете, а гарна інтонація та жестикуляція з'явиться у вас сама по собі.

Якщо ви хочете отримати консультацію або хочете замовити написання тексту публічного виступу, тоді звертайтеся за індивідуальною консультацією.



5. Стандартні фрази

Не розпочинайте свій публічний виступ з кліше. Наприклад: “Я зараз буду говорити від щирого серця”. У нас кожний другий виступаючий, особливо політик, каже, що говорить від щирого серця. Люди давно втратили довіру до таких висловлювань. Має бути дійсно якась надзвичайна подія, яка трапляється раз на 100 років, щоб такі слова у вашому виконанні були доречними.

6. Нудна інформація та подяка організаторам

Не говоріть те, що буде нудно слухати людям із залу. Наприклад, їм не цікаво знати, що вам приємно бути на цьому заході, або слухати про вашу вдячність організаторам. Це банальні слова, які ніхто не оцінить. Коли хочете подякувати, то майстерно інтегруйте це у середину промови, а не у вступ.

Не розповідайте, через які труднощі вам довелося пройти, щоб підготувати свою промову, та як складно було сьогодні потрапити на цю подію, і яка взагалі ви зайнята людина, і що аудиторії пощастило вас слухати, тощо. Це нікого не цікавить, дайте людям те, за чим вони сюди прийшли.

7. Озвучення структури та змісту виступу

Якщо ваш публічний виступ має структуру, пункти, розділи, параграфи, то не варто на початку оголошувати зміст і структуру свого виступу. До речі, не треба цього озвучувати і під час промови.

Це добре, коли промовець склав гарну структуру свого виступу, але сама структура не цікава аудиторії. Не варто пояснювати, про що ви будете говорити – треба говорити.

“Я вам зараз розкажу про 10 пунктів чогось там” – також не вдалий початок.

Для слухачів втратилася інтрига. Вони приблизно знають, скільки часу ви розповідатимете про цих 10 пунктів. Якщо тривалість вашого виступу для слухачів виглядатиме задовгою, вони нарікатимуть, що так довго потрібно сидіти.

Також, якщо на початку виступу ви розкажете все про що будете розповідати, то частина людей може подумати, що вони це вже знають і підуть собі за кавою. А насправді могли почути щось нове, якби залишилися в залі.

Однак пам’ятайте про винятки. Наприклад, на нарадах чи інших офіційних корпоративних заходах доречно на початку сказати, про що будете говорити. Але й тоді не варто детально представляти структуру публічного виступу. Краще в загальному поясніть, що важливого для слухачів скажете, що їм допоможе чи буде корисним.

Щоб дізнатися від чого залежить структура виступу і якою вона має бути переходьте читати статтю “Структура публічного виступу. Основні етапи”.

8. Затягування вступу

Не розпочинайте з довгого міркування чи довгої історії. Це варто перенести на основну частину свого виступу.

Ви маєте відразу зацікавити людей. Якщо момент зацікавлення перенести на 2-3 хв після початку виступу, то ви просто втратите це вікно – перших 30 секунд, які найбільше чіпляють увагу глядачів.

З чого почати публічний виступ?

Вступ має привертати увагу з перших слів. Більше того, вам потрібно виділитися серед інших виступаючих, які були до вас, а також тих, яких глядачі чули раніше на інших заходах. Необхідно придумати щось оригінальне. Не шкодуйте часу на формулювання перших фраз у промові. Шліфуйте їх знову і знову, доводячи до досконалості.

Якщо назвати це просто і одним словом, то вам треба придумати сюрприз. Має бути щось зовсім неочікуване. Це автоматично позбавить ваш вступ мовних кліше та затертих фраз. Також зосередить увагу глядачів, бо вони розумітимуть, що зараз буде коїтися щось цікаве. Крім того, класний сюрприз додасть енергії аудиторії для уважного слухання вашого публічного виступу. Ви покажете, що готувалися до виступу, цінуйте аудиторію і стараєтесь для неї.

Варіанти початку

Зараз наведу приклади, як можна почати промову. Але не обмежуйтеся тільки ними. Вийдіть за рамки, пофантазуйте, щоб оригінально почати свій публічний виступ.

1. Історична подія

Згадайте якусь історичну подію. Використайте причини, з яких вона сталася, що їй передувало, як відбулася та які має наслідки. Тобто з події можна витягнути потрібний вам елемент і, на основі цього, провести аналогію або заперечення.

2. Цитата

Підшукайте цитату під свою тему. Сказавши її на початку, далі погоджуйтеся з нею чи не погоджуйтеся, або зверніть увагу на її актуальність. Тут також велике поле для фантазії, щоб ефективно почати промову.

3. Твердження або заява

Розпочніть із твердження, яке стосується найбільшої проблеми вашої аудиторії в даний момент. При цьому не обов'язково ваше твердження має збігатися з думкою аудиторії.

Наприклад, на зборах компанії можна розпочати з такого твердження: “Я знаю, як за півроку знищити наших конкурентів”. Або можна цю ж промову розпочати так: “Наша продукція нічим не краща від продукції наших конкурентів.” А потім спростувати це твердження.

Крім того, твердження або заява можуть бути і у формі цитати, як у попередньому пункті.

4. Запитання до аудиторії або риторичне запитання

Це досить простий варіант початку. Лише знайдіть дійсно цікаве і свіже запитання або по-новому його озвучте. Наприклад, початок виступу із запитання «Для чого ми живемо?» не є чимось новим, тому навряд чи зацікавить слухачів.

Вступ із запитання можна поєднати із попередніми варіантами початків. Наприклад:

- Цитата + Запитання;
- Твердження + Запитання;
- Твердження у формі цитати + Запитання.

Немає універсального шаблону або конкретних рамок, як правильно почати промову. Але це і добре. Проявіть фантазію, відкрийте свою індивідуальність, покажіть слухачам свою харизму. Із перших слів дайте людям те, за чим вони прийшли, тоді увага слухачів буде вашою із перших до останніх секунд вашого виступу.

МИСТЕЦТВО ПЕРЕКОНАННЯ.

ДЕВ'ЯТЬ СПОСОБІВ ВПЛИНУТИ НА ЛЮДЕЙ

Оригінал статті надруковано: Шафер Джек. Мистецтво переконання. Дев'ять способів вплинути на людей. *Life*. URL: <https://life.nv.ua/ukr/blogs/mistectvo-perekonannya-9-sposobiv-vplinuti-na-lyudey-50026769.html>

Миттєво завоювати прихильність так само просто, як нахилити голову і посміхнутися.

Уміння переконувати грає вирішальну роль в особистих відносинах. Кожного разу, коли двоє або більше людей збираються разом, вони неминуче намагаються переконати один одного зайнятися тим, що їм подобається, або вирушити в улюблений ресторан. Уміння переконувати сприяє співробітництву. З ним немає переможців або переможених. Уміння переконувати — це мистецтво схилити інших зробити те, що вам потрібно, тому що вони самі цього хочуть, а не тому, що їх змушують. Силу переконання можна задіяти, використовуючи дев'ять простих прийомів.

1. **Час.** Час — потужна техніка переконання. Чим більше часу ми проводимо з іншими, тим сильніше ми можемо впливати на них. Час сприяє довірі. Якщо батьки хочуть впливати на своїх дітей, їм слід проводити з ними час. Якщо товариші по службі хочуть впливати на своїх колег, їм слід проводити з ними час. Якщо ви хочете, щоб ті, кому ви не подобаєтеся, полюбили вас, проводьте з ними час. Згодом ви сподобаєтеся їм або, як мінімум, вони будуть ненавидіти вас не так сильно.

2. **Намагайтеся сподобатися людям.** Люди схильні допомагати тим, хто їм подобається. Миттєво завоювати прихильність так само просто, як зробити рух бровами, нахилити голову і посміхнутися. Офіціанти в ресторанах, як правило, краще обслуговують тих клієнтів, які їм подобаються. Люди, що займаються розглядом скарг, як правило, більш чуйні до тих, хто їм подобається. Люди з більшою ймовірністю закриють очі на помилку, зроблять виняток з правил або зроблять додаткові зусилля в інтересах тих, хто їм симпатичний.

3. **Компліменти через третіх осіб.** Коли ви безпосередньо робите компліменти, особливо тим, хто підозрює, що ви можете щось від них хотіти (наприклад, вашому супутнику на побаченні, керівнику, другу або колезі), ваші зусилля можуть бути сприйняті скептично — бо люди здогадуються, що ви навмисно намагаєтеся вплинути на них за допомогою лестошів. Комплімент, зроблений через третіх осіб, не викликає такого скептицизму. Щоб зробити такий комплімент, ви повинні знайти спільного друга або знайомого, який знає і вас, і ту людину, на яку ви прагнете вплинути. Крім того, ви повинні

бути більш-менш упевнені, що вибрана вами третя особа передасть комплімент тому, кому він призначений. Якщо ця передача успішно відбудеться, наступного разу, коли ви зустрінетеся з людиною, на яку хочете вплинути, він або вона буде налаштований відносно вас більш позитивно.

4. Примусьте людей передумати перш, ніж вони скажуть «ні». Ніхто не в силах читати думки, але ви можете наблизитися до цього, спостерігаючи за рухами рота. Губи, складені певним чином — злегка стислі і округлені — свідчать про те, що в свідомості вашого співрозмовника виникла незгода з тим, що говориться або робиться. Розуміння того, що людина думає, дає вам перевагу. Хитрість полягає в тому, щоб змінити її точку зору, перш ніж вона зможе сформулювати свою незгоду. Як тільки людина висловлює свою думку або рішення вголос, передумати стає складніше через психологічний принцип послідовності: люди схильні залишатися послідовними в тому, що говорять — але не в тому, що думають. Якщо ви побачите складені губи, ви будете знати, що у співрозмовника на думці, і зможете переконати його змінити свою думку, перш ніж він скаже «ні».

5. Заручіться зобов'язанням. Якщо ви хочете підвищити ймовірність того, що люди зроблять те, що говорять, заручіться їхнім усним зобов'язанням. Усне зобов'язання — це публічна обіцянка діяти. Люди, які зв'язали себе усними зобов'язаннями, відчувають, що повинні їх виконати. Усне зобов'язання можна легко отримати, ставлячи такі питання, як-от «Чи можу я розраховувати на вас?», «Обіцяєш?» або «Даєш слово?». Після цього дочекайтеся ствердної відповіді. У більш делікатних соціальних і професійних ситуаціях можна заручитися зобов'язанням, що передбачається, хоча воно менш ефективне, оскільки не вимагає публічного промовлення вголос. Зобов'язання, що передбачаються, покладаються за допомогою таких тверджень як: «Я знаю, що можу розраховувати на вас», «Ваше слово — це все, що мені потрібно» або «Ви мені подобаєтесь, тому що ви завжди робите те, що говорите». У деяких випадках навіть просте «спасибі» за ще не виконане завдання може зв'язати зобов'язання, що мається на увазі. Щоб ще більше підвищити ймовірність того, що людина виконає свої обіцянки, потисніть їй руку. Фізичний контакт цементує усні угоди.

6. Відповідайте «будь ласка, і...». У відповідь на подяку більшість людей каже «будь ласка». Але щоб посилити вашу відповідь, додайте: «Я знаю, ви зробили б для мене те ж саме». Так ви задієте психологічний принцип взаємного обміну. Отримуючи щось матеріальне або навіть нематеріальне, наприклад, комплімент, люди схильні давати щось взамін. Взаємний обмін збільшує ймовірність виконання ваших прохань у майбутньому.

7. Проявіть цікавість. Прояв цікавості в бесіді або під виглядом думок вголос також збільшує ймовірність отримати бажане. Люди як правило хочуть ділитися своїм досвідом. Прояв цікавості дозволяє використовувати це у ваших інтересах. Якщо вам потрібна допомога з якимось завданням, знайдіть того, хто володіє відповідним досвідом, і під час розмови з ним просто задумливо проговоріть: «Я працюю над цим проектом, і у мене виникли певні складнощі. Цікаво, чи не стикалися ви з такою ж проблемою». Фахівець у даній галузі

навряд втримається від того, щоб поділитися своїм досвідом і продемонструвати свою майстерність. Він може навіть запропонувати вам свою допомогу у вирішенні проблеми. Це створює ілюзію того, що експерт пропонує свої знання за власною ініціативою, а не у відповідь на прохання про надання консультації або безкоштовних послуг.

8. Чарівне слово. Будь ласка — чарівне слово. Люди схильні виконувати прохання, в яких є «будь ласка», якщо тільки у них немає вагомих причин не робити цього. Діти з більшою готовністю виконуватимуть вказівки своїх батьків, якщо в наказах буде звучати слово «будь ласка». «Будь ласка» — це пом'якшувач наказів, що створює враження, що людина, яку просять виконати завдання, володіє певним ступенем контролю над ситуацією.

9. Дайте людям ілюзію контролю. Ілюзію контролю можна створити, ставлячи питання з вибірковими відповідями. Коли представлено дві альтернативи, наш мозок схильний автоматично вибирати одну з них, виключаючи всі інші. Наприклад, батьки можуть поставити своїм дітям наступне питання: «Ми збираємося на обід. Ви хочете піти в McDonald's або в Burger King?». Можливість вибрати відповідь створює у дітей ілюзію контролю, але в дійсності ситуацію контролюють батьки, які обмежують вибір ресторанами McDonald's і Burger King. Продавці постійно використовують питання з вибірковими відповідями. Коли ви приходите в автосалон, хороший продавець не питає вас, чи хочете ви купити автомобіль. Він запитує, які машини вам більше подобаються, сині або червоні. Якщо ви відповісте «сині», продавець покаже вам сині машини. Якщо ви скажете «червоні», продавець покаже вам червоні машини. Якщо ви назвете інший колір, продавець покаже вам автомобілі названого вами кольору. Хороші продавці дають покупцям ілюзію того, що ті контролюють процес покупки, тоді як в дійсності торгові працівники керують вами за допомогою ретельно зрежисованої презентації.

THE ART OF RHETORIC

Оригінал статті надруковано: Kashyap Athena & Dyquist Erika. The Art of Rhetoric. In: Writing, Reading & College Success: A First-Year Composition Course for All Learners. LibreTexts. 2020. URL: [https://human.libretexts.org/Courses/City_College_of_San_Francisco/Writing_Reading_and_College_Success%3A_A_First-Year_Composition_Course_for_All_Learners_\(Kashyap_and_Dyquist\)/00%3A_Front_Matter/07%3A_Preface](https://human.libretexts.org/Courses/City_College_of_San_Francisco/Writing_Reading_and_College_Success%3A_A_First-Year_Composition_Course_for_All_Learners_(Kashyap_and_Dyquist)/00%3A_Front_Matter/07%3A_Preface)

What is Rhetoric?

In its simplest form, **RHETORIC** is the art of persuasion. Every time we write, we engage in debate or argument. Through writing and speaking, we try to persuade and influence our readers, either directly or indirectly. We work to get them to change their minds, to do something, or to begin thinking in new ways. Put simply, to be effective, every writer needs to know, and be able to use, principles of rhetoric.

Writing is about making choices, and knowing the principles of rhetoric allows a writer to make informed choices about various aspects of the writing process. Every act of writing takes place in a specific **RHETORICAL SITUATION**, which is a situation or circumstance in which someone (a writer or speaker) must persuade an audience to do something, to change their minds, to influence them, etc. This "rhetorical situation" is the same concept that L. Lennie Erwin terms "the writing situation" in his discussion on how writing is different from speaking (see "The Difference between Speaking and Writing").

The three most basic, yet important components of a rhetorical situation are:

- **The purpose of writing or rhetorical aim** (the goal the writer is trying to achieve or argument the writer is trying to make)
- **The intended audience**
- **The writer/speaker**

These three elements of the rhetorical situation are in a constant and dynamic interrelation. All three are also necessary for communication through writing (or speaking) to take place. For example, if the writer is taken out of this equation, the text will not be created. Similarly, eliminating the text itself will leave the reader and writer, but without any means of conveying ideas between them, and so on.

Other components of the rhetorical situation include:

- **the medium** (the form of communication)
- **the allotted time for the message** (how much time does writer have? appropriate time to persuade?)
- **the political, social, or cultural implications, place, etc.**

All writing (or speaking) that is persuasive comes from a source of urgency or **EXIGENCE** — a need to communicate the message.

NOTE

Please note that the term “rhetoric” also is used to mean someone speaking bombastic thoughts that are empty of meaning. The online Oxford dictionary defines rhetoric also as “language designed to have a persuasive or impressive effect on its audience, but often regarded as lacking in sincerity or meaningful content” and the example they give is, “all we have from the Opposition is empty rhetoric.” Such a meaning is unfortunately derived from the emphasis of rhetoric on presentation and delivery. In this course, we will focus on rhetoric as a means of effective communication as we aspire to become skilled rhetoricians ourselves.

The following video focuses on the use of rhetoric from the viewpoint as a writer. As you watch, consider how the same elements hold true from the viewpoint of a reader.

The Rhetorical Situation

When composing an essay, every writer must take into account the conditions under which the writing is produced and will be read. It is customary to represent the three key elements of the rhetorical situation as a triangle of writer, reader, and text, or, as they are represented on this image, as "communicator," "audience," and "message."

Figure 2.4.1: The Rhetorical Triangle

The Rhetorical Triangle



Source: St. Edward's University

Changing the characteristics of any of the elements depicted in the figure above will change the other elements as well. For example, with a change in the beliefs and values of the audience, the message will also change to accommodate those new beliefs.

What does this understanding of rhetoric have to do with academic and research writing? Everything, really. If you have ever had trouble with a writing assignment, chances are it was because you could not figure out the assignment's purpose. Or perhaps you did not understand very well who was your reader. It is hard to commit to purposeless writing done for no one in particular, which is how many students incorrectly approach academic writing.

Rhetorical Appeals

In order to persuade their readers, writers must use three types of proofs, or rhetorical appeals. They are **logos**, or logical appeal; **pathos**, or emotional appeal; and **ethos**, or ethical appeal, or appeal based on the character and credibility of the author. An additional appeal, called **kairos**, refers to whether a message is "of its time period." It is easy to notice that modern words "logical," "pathetic," and "ethical" are derived from those Greek words. In his work *Rhetoric*, Aristotle writes that the three appeals must be used together in every piece of persuasive discourse. An argument based on the appeal to logic, or emotions alone will not be an effective one.

Pathos

Pathos can best be described as the use of emotional appeal to sway another's opinion in a rhetorical argument. Emotion itself should require no definition, but it should be noted that effective 'pathetic' appeal (the use of pathos) is often used in ways that can cause anger or sorrow in the minds and hearts of the audience.

Pathos is often the rhetorical vehicle of public service announcements. A number of anti-smoking and passive smoking related commercials use pathos heavily. One of the more memorable videos shows an elderly man rising from the couch to meet his young grandson who, followed by his mother, is taking his first steps toward the grandfather. As the old man coaxes the young child forward, the grandfather begins to disappear. As the child walks through him the mother says "I wish your grandpa could see you now." The audience is left to assume that the grandfather has died, as the voice-over informs us that cigarette smoke kills so many people a year, with a closing statement, "be there for the ones you love." This commercial uses powerful words (like "love") and images to get at the emotions of the viewer, encouraging them to quit smoking. The goal is for the audience to become so "enlightened" and emotionally moved that the smoking viewers will never touch another cigarette.

Ethos

Ethos can be seen as the credibility that authors, writers, and speakers have when they present themselves in front of an audience. If, on the first day of class, your professor walked in, kind of bent over and looking like they had been out all night and picking their nose, how would you perceive that instructor? What would your view of the class he takes be? How confident would you be that this person knows what they are talking about?

Ethos encompasses a large number of different things which can include what a person wears, says, the words they use, their tone of voice, their credentials, their experience, their relationship with the audience, verbal and nonverbal behavior, criminal records, etc. At times, it can be as important to know who the person presenting the material is, as what they are saying about a topic.

Many companies, especially those big enough to afford famous spokespeople, will use celebrities in their ad campaigns to promote the sale of their products. Certain soft drink companies have used the likes of Ray Charles, Madonna, and Britney Spears to sell their products, and have been successful in doing so. The thing

you need to ask yourself is: what do these celebrities add to the product other than their fame? Or is it their relationship with the audience that is the selling point?

Often times ads for medical products or even chewing gum might say that four out of five doctors/dentists recommend a certain product. Some commercials may even show a doctor in a white lab coat approving whatever is for sale. Now, provided that the person you are viewing is an actual doctor, this might be an example of a good ethos argument. On the other hand, if an automotive company uses a famous sports figure to endorse a product, we might wonder what that person knows about this product. The campaign and celebrity are not being used to inform the consumer, but rather to catch their attention with what is actually a faulty example of ethos.

How does this apply to writing? To begin, if you are going to cite an article about racial equality published by the Ku Klux Klan, or a Neo-Nazi organization, this might send up a red flag that this particular article might be written from a biased viewpoint. You need to research an author's background to re-assure yourself that what they are writing is unbiased. Also, if you are trying to present a formal project, you may want to increase your positive ethos by using appropriate terminology. Writing that "abortions are all whack and stuff" is probably not the best way to convince your audience of your point of view. It may happen that you as a writer adopt different voices for different assignments, but your word choice and your approach to the assignment should reflect what it is you want to say.

Logos

Logos is most easily defined as the logical appeal of an argument. Say that you are writing a paper on COVID-19 and you say "COVID-19 is just like the flu, so we should take the same measures as the flu." This statement is illogical because the virus itself, it's characteristics, and the overall situation is not like that of the flu. The statement has an illogical comparison. The COVID-19 virus is in a different family of viruses (corona viruses) than are the various influenza viruses, such as H1N1. COVID-19 displays a wide variety of symptoms (or no symptoms) and is much more contagious precisely because it can be transmitted without any symptoms. In addition, we have immunizations against the flu virus, which we do not yet have for the COVID-19 virus.

Kairos

"Kairos" is an important, but sometimes illusive, rhetorical term. The word itself means "time," and time is central to the concept, which means the "right time" or the "ideal moment" for communicating. Kairos is basically about the *context* of the moment: what's relevant to the audience at any particular time? Some rhetoricians describe *kairos* as a fourth "appeal" because rhetors frequently *appeal to* the urgency of a particular time or moment to engage an audience.

Timing, as they sometimes say, is everything. Rhetoric is about finding the best "available means" of persuasion "at any given moment" or "in any given case." Past, present, and future ("forensic," "epideictic," and "demonstrative" as the video, below, on labels them) are definitely part of the picture here, as well.

GENRE OF AN ACADEMIC LECTURE

Оригінал статті надруковано: Malavska Valerija (2016). Genre of an Academic Lecture. [International Journal on Language Literature and Culture in Education](#), 3(2). P. 56 – 84, C. 57. DOI: [10.1515/IJlce-2016-0010](#)

***Abstract.** The lecture is one of the most common forms of instruction in universities throughout the world being used as a form of studies, with the aim of conveying knowledge to a large number of students. The article looks at the nature of the academic lecture genre, its specific characteristics in comparison to other types of written or spoken modes of different genres. It introduces key theories of Genre Schools, such as New Rhetoric Studies, Systemic Functional Linguistics and English for Specific Purposes, explores the peculiarities of the university lecture as a separate genre, looks at its structure and studies the characteristic features.*

Introduction

The author of the present article aimed at investigating the characteristic features of an academic lecture by looking at the findings of the schools of Genre studies and studying the probable macro-structure of a lecture. The idea underpinning the study was to find out the common features and peculiarities that are characteristic to contemporary lectures delivered in English as lingua franca to international students regardless of the field of their study with the further practical application of lecture structural models in the improvement of the efficiency of non-native speaking lecturers' discourse or preparing prospective and novice lecturers.

1. Theoretical Framework

During the last several decades, linguists have directed their attention to the study of written text and spoken discourse, including the lecture as a central spoken genre in higher education in Europe and many countries world-wide (e.g. Refs. [1-2]). Three schools of Genre Studies were formed - New Rhetoric Studies, Systemic Functional Linguistics and English for Specific Purposes, though all three have been preoccupied with some specific study of genres, the distinction between the approaches is often vague, so they can be seen as complementary, rather than competing approaches.

1.1. New Rhetoric Studies

New Rhetoric Studies [3-4] is also called Rhetorical Genre Studies (RGS) with the term RGS coined by Freedman [5- 6] and developed by Bawarshi and Reiff [7]. The approach to discourse implicit in RGS was first introduced in Carolyn Miller's article "Genre as Social Action" [8]. Miller (in Ref [9]) explained the significance of the genre studies for the pedagogical needs: "for the student, genres serve as keys to understanding how to participate in the actions of a community", for example, academic genres (a seminar, a workshop or a lecture) are usually tailored in such a way (linguistically) that help learners associate the specialized knowledge (linguistic forms, terminology, functional language) they acquire in the academic setting with

their profession, get prepared for the active participation in the discourse community they will be representing, for example, work in the tourism industry for the students of the faculty of Tourism. Miller [8] proposed to consider genre as a social action, Berkenkotter and Huckin [10] claimed that genres "can be modified according to rhetorical circumstances", "genres evolve, develop and decay", and in other words, although genres have a certain form, they should not be viewed as static texts as they can be modified depending on the communicative situation.

1.2. Systemic Functional Genre Studies

Systemic Functional Genre Studies, often known as 'the Sydney School' of genre studies, Hyon [11] lay out their theoretical foundation on the works of Halliday [12], Halliday and Matthiessen [13], Halliday and Hasan [14-15] and Martin [16-17] who considered language primarily as a resource for making meaning, rather than as a set of rules. The importance of meanings in context is vividly shown in the quotation of one of the forefathers of the SFL approach Halliday [18] who claimed that "for a linguist, to describe language without accounting for text is sterile; to describe text without relating it to language is vacuous." SFL involves the notion that language consists of a set of systems which offers the writer/speaker choices in expressing meanings. Systemic functional linguistics views meaning as social, where social meaning impacts on linguistic forms and the role of form is to serve a social function. Genre by SFL researchers is considered according to Ref. [19]:

- i) social because people participate in genres with other people;
- ii) goal-oriented because they use genres to get things done;
- iii) staged because it usually takes a few steps to reach people's goals.

Martin [20] (in Ref.[21]) differentiated between spoken and written genres, where the first may include "casual conversations, academic lectures, political speeches, talk show interviews", and so on, whereas the second group includes: "recounts, narratives, procedures, reports, explanations, expositions and discussions." Representatives of Australian movement of genre studies the Functional School of Genre theory looked at the functions of different texts. Users of separate genres may always keep in mind the functions and aims of the texts that they create, whether the aim is achieved and whether the choice of linguistic features is appropriate to the aim of that specific genre. For example, a love letter will look ridiculous if the formal cliché style of commercial correspondence is used or a lecturer may sound unprofessional if he uses only private informal examples from his personal experience to illustrate some concepts or ideas in the course of a lecture.

Having investigated findings by Halliday [22], Halliday and Hasan [15] and Martin [17], Trappes-Lomax in Ref. [23] the following models and approaches pertinent to SFL were set out:

a) language is seen not only as an autonomous system, but as a part of the wider socio-cultural context;

b) language has a meaning potential - speakers and writers simultaneously represent experience (the ideational function), manage their relationship with the coparticipants (the interpersonal function) and produce dialogue or monologue (the textual function);

c) the realization of the meta-functions can be discerned at the micro-level of clause-structure and at the macro-level of context (register features: field, tenor and mode);

d) systemic functional linguistics provides a comprehensive theory of text analysis and genre.

1.3. English for Specific Purposes (ESP)

Bhatia [24], Swales [25], Flowerdew [26], Hopkins and Dudley-Evans [27], St John [28] have investigated genres in order to incorporate a better understanding of how language is structured to achieve goals in specific contexts of use. The theory has been especially welcomed by language teachers because of the expanding number of culturally and linguistically diverse students. The term 'genre' was first introduced in ESP in 1981 in an article by Tarone and her colleagues [29]. The area of interest included spoken and written language of non-native speakers in academic and professional settings. Swales [25, 30-32], who has become a crucial figure in ESP, has identified two key characteristics of ESP genre analysis:

a) focus on academic and research English and

b) use of genre analysis for applied ends. [25]

Swales discussed quantitative studies of the linguistic properties of registers of a language with the purpose of identifying frequency of occurrence of certain linguistic features in a particular register. The linguist referred to genres as 'communicative events' with special 'communicative purposes' that possess their own "structure, style, content and intended audience" [25:58]. The specific 'communicative purposes' are determined by the members of a 'discourse community' who provide the rationale and constrain the discourse structure, content, and purposes of a certain genre, and define its rhetorical functions. By the term 'discourse community' Swales [25:466] means a group of people who share common purposes, and the setting of communication, for example, university lecturers and students of the same faculty who attend lectures. Later Flowerdew [33] reviewed Swales's approach to pedagogy in Genre Analysis, acknowledged and elaborated on his concept of discourse community and suggested six characteristics relevant to discourse communities, which will be looked through below from the perspective of an academic lecture.

1. "Common public goals" - the common goal of the lecture participants - lecturer and students is the exchange and acquisition of new knowledge.

2. "Mechanisms of intercommunication among its members" (for example, lecture room, seminar room).

3. "Membership within a discourse community depends on individuals using these mechanisms to participate in the life of the discourse community" (students' and lecturers' background/ experience and the language competence).

4. "Discourse community utilizes and possesses one or more genres in the communicative furtherance of the aims"; these genres must be recognized by members of a discourse community (for example, lectures on Sustainable Finance may be better understood and discussed by the students studying finance rather than medicine, whereas medical discourse will most probably be problematic for the discourse community of business or finance studies).

5. "Discourse community has acquired some specific lexis, which can take the form of shared and specialized terminology, such as abbreviations and acronyms" This way, for example, a student who studies medicine might experience initial difficulties in understanding professional financial terminology, especially, acronyms and abbreviations. In other words, representatives of each discourse community possess specialized lexical stocks and schemata knowledge of the profession which can be ambiguous for the representatives of other discourse communities. This may mean that the content and the lexical units of the specialized subjects of other fields delivered to students for whom this subject is out of their professional circle have to be simplified to some extent and adapted to the needs of the target audience.

6. "A discourse community has a threshold level of members with a suitable degree of relevant content and discursual expertise" who can pass on knowledge of shared goals and communicative purposes to new members. So, shared goals and discursual expertise of lecturers in the specific field are sent to the target audience (students) who in the course of time start belonging to the same discourse community as their lecturers.

Three genre schools considered that "a typical ESP approach to genre analysis will begin by identifying a genre within a discourse community and defining the communicative purpose the genre is designed to achieve. From there, the analysis turns to an examination of the genre's organization - its schematic structure - often characterized by the rhetorical "moves", and then to an examination of the textual and linguistic features (style, tone, voice, grammar, syntax) that realize the rhetorical moves." In other words, a linguist who wants to do the analysis of some text or discourse will proceed from a genre's schematic structure to the lexicogrammatical features, and as Flowerdew noted in Ref. [34], the process tends "to move from text to context."

Although the three Schools of Genre studies developed separately in different geographical areas and were focused on different objects of study, they have much in common. Both Sydney School and the ESP Genre School stressed the need to recognize the social dimension of genre ("genres are social actions"); emphasized the addressee, the context and the occasion [35]. The difference between systemicists and ESP specialists lies in the target audience, where the former focuses on students who acquire English as a second language or whose English skills need improvement and the primary audience of the latter are students in EFL situations or those who study English for academic purposes. The present research will use findings of all three Schools described above, for example Bakhtin's (New Rhetoric School) views on speech genres, Halliday's (SFL) dimensions of tenor, field and mode, Swales's views on genre studies and other findings.

2. Genre, Register, Discourse, Style

Genre studies go back to the Ancient Greek times when Greek rhetoricians pointed out the systemic differences in purpose and structure between lyrics, epics and other literary forms. Aristotle in his Poetics [36] used the word genre in the meaning of 'kind' or 'form' to refer to major types of literature: poetry, drama and the epic. The present research requires the explanation and exemplification of the concepts genre, register, discourse and style since they are often encountered in

diverse interpretations in the theories of genre, discourse, corpus linguistics and other studies and can sometimes be confusing and misleading for the readership. As we have previously seen 'genre' was presented by the scholars of all three schools of genre studies as a multidimensional and a complex concept. The present part of the article will provide definitions by all three schools and will find those most suitable for the present research. Bakhtin [37] defined genres as "relatively stable types of ... utterances" within which words and sentences attain typical expressions, relations, meanings, and boundaries, and within which exist "typical conception[s] of the addressee" and typical forms of addressivity. Other scholars of the New Rhetoric School, for example, Berkenkotter and Huckin [38] considered that "genres are dynamic rhetorical forms that develop from responses to recurrent situations and serve to stabilize experience and give it coherence and meaning", Freedman [9], Devitt [39], and Orlikowski and Yates [40] claimed that genres do not exist in isolation but rather in dynamic interaction with other genres.

Nunan [41], representing ESP School of genre studies defined genre as "a purposeful, socially constructed oral or written text such as narrative, a casual conversation, a poem, a recipe or a description. Each genre has its own characteristic structure and grammatical form that reflects its social purpose." Nunan's definition of genre explains in a simple way that in order to belong to a specific genre, the text needs to have some social purpose, it should have different characteristics in structure and grammar, however the definition does not seem to be complete because it does not explain what exact characteristics the text may possess. One may find a more detailed definition of genre in the Encyclopedic Dictionary of Applied Linguistics [42] compiled on the basis of the works of the representatives of ESP school of genre theory Bhatia [24], Cook [43] and Swales [25]:

"Genres are types of spoken and written discourse recognized by a discourse community. Examples are lectures, conversations, speeches, notices, advertisements, novels, diaries, shopping lists. Each genre has typical features. Some may be linguistic (particular grammatical or lexical choices), some paralinguistic (e.g. print size, gesture) and some contextual and pragmatic (e.g. setting, purpose). Some genres overlap (a joke may also be a story) and one can contain another (a joke can be a part of a story)..."

This perception of genres as if clarifies Nunan's definition by specifying what characteristics/features genres may vary in: linguistics, paralinguistic, contextual and pragmatic. It also states the intertextual or interdiscursive aspect of genres, for instance, the speech of a lecturer may include quotations and stories from other texts by other authors, the so-called process of recontextualisation can be noticed in the discourse.

Some SFL scholars (Halliday [22], Frow [44]) viewed the concepts of genre and register as synonyms whereas others, for example, Martin [45] strongly differentiated between these two concepts. Martin considered genre being realized through registers, and registers being realized through languages. That is why the text from one genre may contain elements of tenor, mode and field from another text of another genre. The contextual variables of 'field', 'tenor' and 'mode', first introduced by Halliday [18] have been elaborated on by Martin and Nunan, who claimed that 'field'

refers to what and where something is going on, for example, tennis, opera, linguistics, cooking, building, construction, farming, education and so on. Martin [20] considered that 'tenor' is connected with personal relationships between the individuals involved in an activity, "e.g. the degree of power between two interactants will determine how a particular event is carried out", whereas 'mode' refers to the channel of communication, whether the text is written or spoken, if it is a face-to-face conversation or a telephone conversation. Nunan [46] also suggested that two texts that are delivered to the receiver via different modes can belong to the same genre. The example provided by Nunan [46] shows that one and the same task discussed by the same interlocutors but using different channels (modes: face-to-face and a telephone conversation) brings to different text types within the same genre. Field and tenor remain the same, but the modes change. The difference between the definitions of genre and register proposed by Nunan [46] is that genre relates to the context of culture, but register relates to the context of situation.

In the context of the present study, the concept genre will be used to refer to the social processes existing in institutional contexts and fulfilling communicative purposes; register will allow relating text and context through the features of 'field', 'tenor' and 'mode'. In the context of the present study the 'field' refers to topic, theme of the lecture, a so called 'social activity', 'tenor' answers the question 'Who' and applies to the status of participants - in our case - lecturer and students, ascribes the relationship and the interpersonal skills of the actors, whereas 'mode' is concerned with the channel of communication, the format in which communication takes place, for example, a lecture as well as the format in which the lecture occurs, this is spoken mode. We agree that the constituencies of register may differ, but not necessarily the genre will immediately change, consequently, the lecturer's speech may change from monologue to the interactive mode of information delivery, however it will still belong to the genre of an academic lecture

The 'mode' continuum suggested by Nunan [46] can be adapted to the purposes of acquiring the content within academic genres and can be depicted as presented in Table 1. Depending on the possibility of contact between the interlocutors (in our case a lecturer and students) the 'quality' of feedback may differ from immediate to delayed: the interactive style presupposes a two-way communication, the closer there is the verbal contact between interlocutors, the more chance there exists for the immediate feedback, the easier way speakers may interfere into the conversation, ask, interrupt and fulfil other communicative functions. A monological style involves active role of a speaker - speech of one participant and more passive roles of listeners (students) - the listening process of other 'stakeholders' who may have a "responsive attitude" [37] toward the speech, the feedback is less noticeable because participants (students) do not share their thoughts aloud although they may have inner mental processes taking place, that can be accompanied with the non-verbal behaviour demonstrating their feedback, the feedback can also be delayed until the moment when listeners (students) have to demonstrate the acquired knowledge in any form of test. Communication in a distant form, for example a lecture by Skype or a webinar may evoke immediate feedback when students ask or write questions and provide comments, however due to some technical discrepancies that can sometimes occur,

students' feedback can be more delayed than during face-to-face communication. Written genres, such as, for example, reports, handouts and textbooks that may also serve as a study form do not presuppose the immediate feedback since they require more time for the cognitive processing of information - reading, considering and only then coming back with the reaction in the form of test, oral communication with a lecturer or any other form of test of knowledge.

Biber and Conrad [47] differentiated among the terms 'register' and 'style' referring them to different perspectives on text varieties. They considered that the difference of style and register lies in the fact that style "reflects aesthetic preferences" of a particular author in some particular historical period. Style is connected with the individual use of language; it can also reflect the preferences of the user, for example, laconic style of writing or speech versus open and generous use of language or, the use of a monologue-type lecture versus an interactive style with a lot of student engagement. Leech and Short (in Ref [48]) define style as "the way in which language is used in a given context, by a given person, for a given purpose and so on." Style is restricted to the style of an author / speaker and can be characteristic of a situation, a character, a text, linguistic expressions used over time. 'Discourse' is a more general concept that includes 'genre' and the 'register' of some particular genre. It is "language above the sentence" or "language produced and interpreted in a real-world context" [49]. Discourse implies the use of both spoken and written modes of language.

ESP scholars, such as Paltridge [50], Richards and Schmidt [51] defined genre as a type of discourse that takes place in a particular setting, has "distinctive and recognizable patterns and norms of organization and structure" and has distinctive communicative functions. Genre is considered as if a kind of structure for discourse where genre shapes the content and purpose of discourse and consequently any type of genre-based discourse has a particular content that people expect within this genre. So, if we want to organize all the abovementioned concepts in the framework of their meanings, then genre would be placed between discourse and register in the hierarchy, whereas style would follow register - see Table 2.

Any discourse will belong to some specific genre, dependent on the communicative purposes of the speaker, whereas the genre will use some specific register, for instance a written mode or an oral mode, with the individual stylistic features of the author. So, for example, academic discourse may have different genres within it (lecture, seminar, workshop, conference, class, webinar, text book), whereas all these genres may belong to different modes (spoken, written, face-to-face, monologue, dialogue, conversation, etc.) with one speaker choosing the individual style (e.g. preferring reading aloud, whereas another speaker choosing to interact with students and to engage them in communication). Table 3 was worked out by the author of the present article on the basis of the definitions of 'genre' by SFL and ESP scholars and demonstrates the example of the above hierarchy and the possible variations. Table 3 also demonstrates that texts of different registers and genres can belong to the category of similar discourse (academic discourse) regardless of whether they are of spoken or written mode.

3. Genre of the Academic Lecture

The lecture is one of the most common forms of instruction in universities throughout the world. All educational institutions use the lecture as a form of studies, with the aim of conveying knowledge to a large number of students [52-54]. Lectures are an example of genre, they may be attended by the students of mathematics, but also by the students in other fields, therefore lectures represent a genre, but not a register. Lectures are supposed to be delivered by experts who possess practical and theoretical knowledge in the field of their subject, have excellent presentation-making and socializing skills; lecturers are able to give examples of practical application and to relate personal experience with the content of the lecture. A successful lecture would be presenting relevant content to the motivated audience in the appropriate setting, delivering "value-laden discourses in which lecturers not only present information to the audience, but also express their attitudes and evaluation of the materials" [55-56].

Social science lectures delivered through the spoken channel are also characterized by social relations of the participants and their mutual interaction (lecturer - student, student - student, and student - lecturer). However, sometimes lecturers prefer to choose the monological type of lecture that is deprived of any interaction with the target audience, is speaker-focused and does not expect students' feedback.

Lecture is an example of an 'oral academic genre' which has been studied by such researchers as Gime'nez [57], Belle's and Fortanet [58] or 'pedagogical process genre' as Thompson [55] and Lee [56]. Representatives of ESP school of genre studies (Carter and McCarthy) consider lecture a pedagogical genre [59], Camiciottoli [60] who represents school of Systemic Functional Linguistics considers that a lecture is a genre realized through the pedagogic register, "featuring the informational content of the lecture as field, the lectureraudience relationship as tenor and face-to-face spoken language as mode". The lecturer is supposed to fulfill different functions during a lecture: to describe objects, notions, concepts or events in their static and dynamic form, to narrate, creating a sequence of events, where there are the stages of problem crisis, and solution or resolution, to inform, explain discuss, develop cause and effect arguments, to provide definitions, to compare and draw conclusions. This process is ensured by the fact that lecturers usually are aware of the genre specifics of the academic lecture. As Flowerdew [1] pointed out, lecture research: "knowledge of the linguistic/discoursal structure of lectures will be of value to content lecturers in potentially enabling them to structure their own lectures in an optimally effective way."

Academic lecture as a separate genre may be attributed to the secondary genre [37], since a modern lecture is a combination of written and spoken genres - the text in the Power Point presentation often includes quotations from other texts (written or oral); the lecturer uses theoreticians' quotations while delivering the lecture; thus, he bases his discourse on the texts of other authors.

Dual style of a lecturer, each new lecture is unique and cannot be reproduced word for word by any other lecturer, even by the same author, because the cognitive and communicative processes are dynamic, ever-changing, and situative (occurring in

relation to a specific situation) that may be dependent on such circumstances as target audience (e.g. students), setting (lecture room), time of the lecture, et cetera.

The idea of Bakhtin [37] about "responsive attitude" of speech communication may be applied to the situation of an academic (university) lecture - students' perception of the lecturer's discourse does not always result in an immediate response but can lead to delayed action - a student uses thoughts and words of a lecturer in his further work in the subject - a test, a seminar, creating a written text and later, hopefully in the course of his professional life. As Bakhtin [37] stated: "any speaker is himself a respondent to a greater or lesser degree" as a result, any utterance produced by a speaker is a "complexly organized chain of other utterances." In other words, both a lecturer and students become speakers and respondents who reproduce other speakers' utterances. Moreover, the lecturer may also use students' ideas and words; the so called cyclic process takes place.

An important characteristic of spoken genre is the fact that there is no direct distinction between a sentence and an utterance in the speech [37]. It is important to note that not always the boundaries of sentences are determined by the change of the speaking subject. This peculiarity of speech that can be noticed while listening to an academic lecture can cause a problem with the lecture perception; this may occur in the situation when a lecturer is not a good orator and does not use pauses for the demonstration of the change of the topic or end of the theme, or uses pauses in places that mislead the listeners from the right perception of the lecture. The idea of 'speech plan' generated by Bakhtin [37] or 'educational exigence' sounds applicable in the context of a university lecture - the lecturer has a plan of his speech that he follows, does not matter, how spontaneous or improvising the discourse may sometimes sound; the lecture is a separate genre, that expects a lecturer choosing the most applicable forms of address to the audience, using specific terminology, characteristic to the subject being taught.

The lecture is characterized by such concepts as 'involvement' and 'detachment' [61] - different concerns and relations that speakers and writers have with their audience. Unlike writers who are removed from their audience, lecturers need to communicate and to reflect their own emotional participation - 'experiential involvement' [61]. The importance of the lecturer, his presence / authority in the discourse he creates - expression of personal feelings, attitudes and emotions [62], 'stance' have been studied by Biber [63].

Lecture is an interactive and an involving activity. The characteristic features are the use of special lexicalgrammatical elements that serve different functions, for example, inviting students to speak, asking, confirming, disagreeing, and etcetera. The interactional dimension of speech has been elaborated by Goffman [64] who sees speech as "participation framework", he distinguished different speaker production formats that include:

- a) 'animator' (the person who physically produces the text/speech);
- b) 'author' (the person who is the author of the speech) and
- c) 'principle' (the person or organization who endorse the content of the speech).

Goffman recognized the triple role of lecturers as principal, author and animator all in the same person and whose 'status' can change when, for example, a lecturer shifts to a more personal self, e.g. digressing from the topic of a lecture. Another characteristic feature of the academic lecture as a genre is the aspect of 'contextuality', 'situationality' or 'improvisation'. The lecture, does not matter how many times the lecturer has spoken about the same topic, is always delivered at the moment of speaking; it is a flow of speech that is dynamic, never static, never the same. The main characteristics of the academic discourse could be:

- 1) the speech of a lecturer should be logical and consistent;
- 2) the speech should be systematic and clear;
- 3) the speech elements can be of standard type, lecturers may use cliché - type phrases in the metadiscourse of a lecture;
- 4) the speech should be objective;
- 5) the speech should be unambiguous;
- 6) the speaker should be laconic;
- 7) the speech should have intellectual expressivity.

1) the speech of a lecturer should be logical and consistent; 2) the speech should be systematic and clear; 3) the speech elements can be of standard type, lecturers may use cliché - type phrases in the metadiscourse of a lecture; 4) the speech should be objective; 5) the speech should be unambiguous; 6) the speaker should be laconic; 7) the speech should have intellectual expressivity.

It is important to note that the lecture as a genre is changing and has changed a lot from the times when it was first used as a pedagogical form from old-fashioned "chalk and talk" (as information transmission) and "sage on the stage" (an educator, who imparts knowledge by lecturing to an audience; the method of imparting knowledge used by such an educator) to a more interactive and more constructive "guide on the side" - as pointed out in Ref. [65].

Genre mixing [66] has become a contemporary trend of a modern lecture - a combination of spoken and written / formal and informal registers, supplementing of speech with the use of visual materials demonstrated with the help of various modern means. Decades ago it was an overhead projector, today these are programmes such as PowerPoint, YouTube, Prezi, Elluminate Live, VoiceThread, Adobe Captivate and other technical aids.

Aguilar [67] quoted in Camiciotolli [60] has mentioned the hybrid nature of peer seminars, sharing some features with lectures, conference presentations and written research article. However, the hybrid nature can be attributed to a genre of an academic lecture too, because lectures today often are a mixture of different pedagogical genres: a research article that may be quoted by a lecturer, a seminar, when a lecturer invites students to interact; group work, discussion or a conference, when a lecturer asks students to present some works within the lecture.

A lecture today is "a remarkably adaptable and robust genre that combines textual record and ephemeral event and that is capable of addressing a range of different demands and circumstances, both practical and epistemological" [68]. Böhme (quoted in Ref.[68:101] introduced the term "transmedial culture" to denote the significance and the emphasis of media on the modern culture in pedagogy.

The use of multiple sources of information both in oral and verbal ways makes the process of lecture more complex and the perception of lecture by students more intricate. Students today are forced to multitask - not only listening to the speaker and taking notes, but following the speech and reading the written text from the screen, perceiving video-recorded volumes of information. As a result, information processing is becoming more complex.

The academic lecture can be an example of 'interdiscursivity' [69-70] - one genre interacting with another - for example a genre which represents a combination of spoken discourse (speech of a lecture) and written mode (Power Point presentation) and 'intertextuality' [71-72, 37] having texts created by lectures on the bases of other texts and adding stories or quotations of other authors into the newly-created text (discourse). Bakhtin [72, 37] emphasized the 'dialogic' qualities of texts, that is, how multiple voices are transformed, Kristeva [73] talked about the ways in which texts and ways of talking refer to and build on other texts and discourses. Recent ESP approaches to genre study acknowledge the dynamic and interactive nature of genres [7], they attend to what Swales calls "genre chains", "genre systems" [74], "genre sets" [75] - taking into account other genres with which the target genre interacts and "intertextuality" - borrowings from other texts, one genre interacting with another, one genre is necessary antecedent for another" [32] or as Counine (in Ref. [76]) called it "separating an interior and an exterior". Fairclough [76] and Hyatt [77] use the term "interdiscursivity". Intertextuality may take various forms; Flowerdew [78] summarized the findings on it ([71-72, 37, 75-76] and worked out the typology of intertextuality. The author of the present article adapted it for the purposes of the analysis of the intertextuality of academic lectures - see Table 4.

All these types of intetextuality are interconnected, although lecture as a separate genre is mostly characterized by "manifest intertextuality" (horizontal) when the lecturer quotes other authors on whose materials his course is based, paraphrases or generalizes the citations of others manifesting their ideas in discourse, projecting their identities in his text. "Constitutive intertextuality" (vertical) in a lecture discourse may be noticed if the speaker exemplifies several authors who contradict one to another or quote something ironically. Since the course usually contains a series of consequent lectures, 'functional intertextuality' may also be observed, when the lecturer continues a new lecture with the use of information from the previous lecture. Finally, it is worth mentioning Camiciottoli [60] who pointed at the interconnected nature of the concepts of interdiscursivity and intertextuality relating to the academic lecture: "When preparing lectures, speakers often draw from texts written by others and refer to these explicitly during the lecture itself. While speaking, they may make reference to various written texts, such as a textbooks, handouts, overhead slides or writing on the chalkboard. Thus, formal written texts are transformed into spoken discourse of a more conversational and interactive nature, thus rendering their concepts more accessible to learners."

Interdisciplinarity may be called as another important feature of academic lecture genre. It applies to social science lectures delivered in English, since a lecturer is not only a subject expert but also a language researcher - one who is obliged to make mental notes on terminology - looking for the translations of concepts, thinking

about the appropriate formulation of sentences in a foreign language. Lectures are always interdisciplinary because there is no science that is purely homogenous. Most social science lectures incorporate topics from other disciplines, for example, the subject Intercultural Communication may include information of such subjects as History, Linguistics, Anthropology, Geography, Economics, Social Psychology, Communication, Information Technologies, Globalization and others. Moreover, a modern lecture today comprises the use of statistics, visual arts (e.g. graphics, diagrams), social sciences and other disciplines.ï

Conclusion

The present article investigated Genre theories and the nature of a university (academic) lecture as a separate spoken pedagogical genre with its specific features. It was concluded that lecture is an example of a secondary spoken genre with social exigence, speech will or social purpose to provide new information by a lecturer to a group of students. Using the findings of Systemic Functional Linguistics, lecture is a social, goal-oriented and staged activity with a logical plan (stages), composed and realized by the lecturer. In the course of a lecture using specific linguistic features lecturers may fulfill different functions and purposes. Swales's concepts of the communicative event, purpose and discourse community are applicable to the context of the university lecture, making academia that is lecturers and students, belong to the same discourse community that shares common goals and uses a common language. Bhatia's and van Dijk's views on the discourse genre are applicable to conducting of analysis in academic and professional settings.

The analysis of concepts of genre, register, discourse and style has helped in clarifying the terminology, placing discourse on top of hierarchy as the most general term. It is followed by the concept of genre related to a particular context of culture, where genre uses specific register, and style.

The lecture is characterized by 'involvement' and 'detachment' of lecturers reflecting their emotional participation. It is an 'interactive', 'contextual', 'situational' and to some extent 'improvising' activity of a highly dynamic nature. It is a changing genre which has transformed from a one-way lecture speech imparting knowledge to a more interactive and constructive style. It is an example of 'genre mixing' - a combination of spoken and written registers, use of modern technologies with the hybrid nature of seminars, lectures, conference presentations and written research articles. The lecture has 'intertextual' characteristics - lecturer's text / discourse is usually based on previously created texts and quotations of other authors. A modern lecture has features of 'interdisciplinarity', comprising a combination of diverse sciences and disciplines.

The researcher investigated different ways of the analysis of the macro-structure of the academic lecture and has developed a four - stage model that comprises moves, including: 1) warming up, 2) setting up the lecture framework, 3) putting the topic in context and 4) concluding the lecture. The analysis of seven authentic academic lectures showed that some moves and steps may recur and repeat, although, as a rule, a well-structured university lecture follows the model where all four stages are present and follow one another.

The style of a lecture is dependent on the purpose, subject, theme and knowledge of students and can vary from 'reading', 'talk-and-chalk', 'fresh talk', 'memorization', 'aloud reading' to 'participatory' styles. The current investigation was limited by a small number of lectures visited and analyzed, therefore it is recommended that further research be undertaken.

References

1. Flowerdew J. Research of Relevance to Second Language Lecture Comprehension Academic listening: Research Perspectives. – Cambridge University Press, 1994. – 7-29.
2. Miller L. Towards a Model for Lecturing in a Second Language. – *Journal of English for Academic Purposes* 1 (2002) 145-162.
3. Hyon S. Genre in three traditions: implications for ESL. – *TESOL Quarterly* 30(4) (1996) 693-722.
4. Johns A. M. (ed.) Genre in the classroom: multiple perspectives. – Mahwah, NJ: Erlbaum, 2002.
5. Freedman A. Beyond the text: Towards understanding the teaching and learning of genres. – *TESOL Quarterly* 33 (1999) 764-8.
6. Freedman A. Catching the wave: Rhetorical genre studies in 2001. – In: International, Interdisciplinary Conference "Genre 2001: Genres and Discourses in Education, Work and Cultural Life: Encounters of Academic Disciplines on Theories and Practices". – Oslo University College, Norway, Oslo, 2001.
7. Bawarshi A. S. and Mary Jo Reif M.J. Genre An Introduction to History, Theory, Research, and Pedagogy. – West Lafayette, Indiana: Parlor Press, 2010.
8. Miller C. Genre as social action. – *Quarterly Journal of Speech* 70 (1984) 151-167.
9. Miller C. Genre as social action.. – In: A. Freedman and P. Medway (eds.) *Genre and the new rhetoric*. – London: Taylor and Francis, 1994.
10. Freedman A. and Medway (eds.) *Genre and the New Rhetoric*. – London: Taylor and Francis, 1994.
11. Berkenkotter C. and Huckin T. N. Genre Knowledge in Disciplinary Communication: Cognition/Culture/Power. – Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1995.
12. Hyon S. Genre in three traditions: implications for ESL. – *TESOL Quarterly* 30 (4) (1996) 693-722.
13. Halliday M. A. K. An introduction to functional grammar, 2nd edn. – London: Arnold, 1994.
14. Halliday M. A. K. and Matthiessen C. M. I. M. An Introduction to Functional Grammar. – London: Edward Arnold, 2004.
15. Halliday M. A. K. and Hasan R. Cohesion in English. – London: Longman, 1976.
16. Halliday M. A. K. and Hasan R. Language, Context, and Text: Aspects of language in a social-semiotic perspective. – Oxford: Oxford University Press, 1985/1989.
17. Martin J. R. Language, register and genre. – In: Christie F. (Ed.) *Children Writing*. – Geelong, Australia: Deakin University Press, 1984. – 21-29.
18. Martin J. R. English text: system and structure. – Amsterdam: Benjamins, 1992.
19. Halliday M. A. K. An Introduction to Functional Grammar. – London: Arnold, 1985.
20. Martin J. R. and Rose D. Working with Discourse: Meaning Beyond the Clause. – London: Continuum, 2003.
21. Martin J. Language, register and genre. – In: A. Burns and C. Coffin, eds. *Analysing English in a Global Context*. – London: Routledge, 2001.
22. Nunan D. Exploring Genre and Register in Contemporary English. – *English Today* 24 (2008) 56-61. – doi:10.1017/S0266078408000217.
23. Halliday M. A. K. Language as Social Semiotic. – London: Edward Arnold, 1978.
24. Paltridge B. The exegesis as a genre: An ethnographic examination. – In: Ravelli, L. and Ellis, R., 2004.
25. Bhatia V. K. Analysing genre: language use in professional settings. – London: Longman, 1993.
26. Swales J. M. Genre Analysis: English in Academic and Research Setting. – Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
27. Flowerdew J. A process, or educational, approach to the teaching of professional genres. – *ELT Journal* 47(4) (1993) 305-316.
28. Hopkins A., and Dudley-Evans T. A genre-based investigation of the discussion sections in articles and dissertations. – *English for Specific Purposes* 7 (1988) 113-121.
29. St John M.-J. Business is booming: business English in the 1990s. – *English for Specific Purposes* 15 (1996) 3-18.
30. Paltridge B. Genre and the language learning classroom. – Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 2001.
31. Swales J. M., and Feak C. B. English in today's research world: A writing guide. – Ann Arbor: University of Michigan Press, 2000.
32. Swales J. Genre analysis: English in academic and research setting. – Cambridge: Cambridge University Press, 1990.
33. Swales J. M. Research Genres: Explorations and Application. – Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
34. Flowerdew J. (2015) John Swales's Approach to Pedagogy in Genre Analysis: a Perspective from 25 Years on. – *Journal of English for Academic Purposes* 3 (2015).
35. Flowerdew J. Definitions in Science Lectures. – *Applied Linguistics* 13 (1992) 201-221.
36. Adam C., and Artemeva N. Writing instruction in English for Academic Purposes (EAP) classes: Introducing second language learners to the academic community. – In: A. Johns (Ed.) *Genre in the classroom: Multiple perspectives*. – Mahwah, NJ: Erlbaum, 2002. – 179-196.
37. Aristotle. Poetics. Translated with an introduction and notes by M. Heath. – London: Penguin, 1996.
38. Bakhtin M. M. Speech Genres and Other Late Essays. Trans. Vern W. McGee. – Austin, Tx: University of Texas Press, 1986.
39. Berkenkotter C., and Huckin T.N. Genre knowledge in disciplinary communication: cognition/culture/power. – Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1995.
40. Devitt A. Intertextuality in tax accounting: Generic, referential, and functional. – In: C. Bazerman and J. Paradis (Eds.) *Textual dynamics of the professions: Historical and contemporary studies of writing in professional communities*. – Madison: University of Wisconsin Press, 1991. – 336-357.
41. Orlikowski W., and Yates J. Genre repertoire: The structuring of communicative practices in organizations. – *Administrative Science Quarterly* 39 (1994) 541-574.
42. Nunan D. What Is This Thing Called Language? – London: Palgrave Macmillan, 2007.
43. Johnson K., Johnson H. *Encyclopedic Dictionary of Applied Linguistics : A Handbook for Language Teaching*. – Blackwell Publishing Ltd., 1999.
44. Cook G. The Discourse of Advertising. Chapter 1. – London: Routledge, 1992.
45. Frow J. Genre. – London: Routledge, 2006.
46. Martin J. R. Factual Writing: Exploring and Challenging Social Reality. – Geelong: Deakin University Press, 1985.
47. Nunan D. Exploring genre and register in contemporary English. – *English Today* 24 (2008) 56-61. – doi:10.1017/S0266078408000217.
48. Biber D., Conrad S. Register, Genre, and Style. – Cambridge Textbooks in Linguistics (2009).
49. Nørgaard N., Montoro R. and Busse B. Key Terms in Stylistics. – London: Continuum, 2010.
50. Cameron B. Working with Spoken Discourse. – London: Sage Publications, 2001.
51. Paltridge B. Discourse Analysis. – London: Continuum International Publishing Group Ltd, 2006.
52. Richards J., Schmidt R. Longman Dictionary of Language Teaching and Applied Linguistics. – Pearson Education Ltd, 2002.
53. Buckley F. Team Teaching: What, Why, and How? – London: Sage, 2000.
54. Custers E. and Boshuizen H. The psychology of learning. – In: G. Norman, C. P. M. van der Vleuten, and D. I. Newble. (Eds.) *International Handbook of Medical Education*. – Dordrecht: Academic, 2002. – 163-204.
55. Petty G. Teaching Today. – Cheltenham: Nelson Thornes, 2001.
56. Thompson S. Frameworks and contexts: A genre-based approach to analysing lecture introductions. – *English for Specific Purposes* 13(2) (1994) 171-186.
57. Lee J. J. Size matters: An exploratory comparison of small and large-class university lecture introductions. – *English for Specific Purposes* 28(1) (2009) 42-57.
58. Giménez R. La repetición lingüística en el género de la clase magistral: el inglés académico oral en el ámbito de las ciencias sociales. PhD thesis. – Valencia: Publicacions de la Universitat de Valencia, 2000.
59. Bellés B., and Fortanet I. Handouts in conference presentations. – In: I.

Fortanet, J. Palmer, and S. Posteguillo (Eds.) *Linguistic studies in academic and professional English*. – Castellón: Publicacions de la Universitat Jaume I, 2004. – 211-235). 59. Carter R. A. and McCarthy M. J. *Exploring Spoken English*. – Cambridge: Cambridge University Press, 1997. 60. Crawford Camiciottoli B. *The language of business studies lectures: A corpus assisted analysis*. – Amsterdam: John Benjamins, 2007. 61. Chafe W. *Integration and involvement in speaking, writing, and oral literature*. – In: D. Tannen (ed.) *Spoken and Written Language: Exploring Orality and Literacy*. – Ablex, 1982. 62. Biber D. and E. Finegan. *Styles of Stance in English: Lexical and Grammatical Marking of Evidentiality and Affect*. – Text 9/1 (1989) 93-124. 63. Biber D. *An analytical framework for register studies*. – In: D. Biber and E. Finegan (Eds.) *Sociolinguistic perspectives on register*. – New York: Oxford University Press, 1994. – 31-56). 64. Goffman E. *Forms of Talk*. – Oxford: Basil Blackwell, 1981. 65. King A. *From Sage on the Stage to Guide on the Side*. – College Teaching Journal 41 (1993). 66. Helal F. *Discourse and Intercultural Academic Rhetoric*. – Open Journal of Modern Linguistics 3(2) (2013) 149-156. 67. Aguilar M. *The peer seminar, a spoken research process*. – Journal of English for Academic Purposes 3 (2004) 55-72. 68. Friesen N. *The Lecture as Transmedial Pedagogical Form: A Historical Analysis*. – Educational Researcher 40(3) (2001) 95-102. 69. Foucault M. *The Archaeology of Knowledge*. – New York: Routledge, 1969. 70. Fairclough N. *Analyzing Discourse*. – London: Routledge, 2003. 71. Kristeva J. *Word, dialogue and the novel*. – In: Roudiez L. (Ed.) (transl. Gora T., Jardine A. and Roudiez L.) *Desire in Language: A semiotic approach to literature and art*. – New York: Columbia University Press, 1980. – 64-91. 72. Bakhtin M. M. *The Dialogic Imagination: Four essays*. – Austin, TX: University of Texas Press, 1981. 73. Kristeva J. *Word, Dialogue, and the Novel*. – In: T. Moi (Ed.) *The Kristeva Reader*. – New York: Columbia University Press, 1986. – 35-61. 74. Bazerman C. *Systems of genres and the enactment of social intentions*. – In: Freedman A. and Medway P. (Eds) *Genre and the New Rhetoric*. – London: Taylor and Francis, 1994. – 79-101. 75. Devitt A. *Intertextuality in tax accounting: Generic, referential, and functional*. – In: C. Bazerman and J. Paradis (Eds.) *Textual dynamics of the professions: Historical and contemporary studies of writing in professional communities*. – Madison: University of Wisconsin Press, 1991. – 336-357. 76. Fairclough N. *Discourse and Social Change*. – Cambridge: Polity Press, 1992. 77. Hyatt D. *Towards a Critical Literacy Frame: A Textual Analysis of the Adversarial Political Interview*. Unpublished PhD thesis. – University of Sheffield, UK, 2003. 78. Flowerdew J. *Discourse in English Language Education*. – Routledge Taylor and Francis Group, London and New York, 2013. 79. Wijasuriya B. S. *The occurrence of discourse-markers and inter-sentence connectives in university lectures and their place in the testing and teaching of listening comprehension in English as a foreign language*. M.Ed thesis. – University of Manchester, 1971. 80. Lebauer R. S. *Using lecture transcripts in EAP lecture comprehension courses*. – TESOL Quarterly 18(1) (1984) 41-53. 81. Chaudron C. and Richards J.C. *The effect of discourse markers on the comprehension of lectures*. – Applied Linguistics 7(2) (1986) 113-127. 82. Murray R. *Faraday's Advice to the Lecturer*. – Anal. Chem. 64 (1992) 131. 83. Sinclair J. M. and Coulthard R. M. *Towards an Analysis of Discourse: The English Used by Teachers and Pupils*. – Oxford: Oxford University Press, 1975. 84. Sinclair J. and Coulthard M. *Towards an analysis of discourse*. – In: Coulthard M. *Advances in Spoken Discourse Analysis*. – London and New York: Routledge, 1992. – 1-34. 85. Bellack A. A., Kliebard H. M., Hyman R. T. and Smith F. L. *Language of the Classroom*. – New York: Teachers College, 1966. 86. Hyland K. *Metadiscourse*. – London: Continuum, 2005. 87. Hyland K. *Academic discourse*. – London, England: Continuum, 2009. 88. Coulthard M. and Montgomery M. *The structure of monologue*. – In: M. Coulthard and M. Montgomery (eds.) *Studies in Discourse Analysis*. – London: Routledge and Kegan Paul, 1981. – 31-39. Sinclair J. McH., Brazil D. *Teacher Talk*. – London: Oxford University Press, 1982. 90. Recorded in SPBGUE and Downloaded from Free Internet Resources. 91. Crawford Camiciottoli B. *Adjusting a business lecture for an international audience: A case study*. – English for Specific Purposes 24(2) (2005) 183-199. 92. Cheng A. *ESP classroom - based research: Basic considerations and future research questions*. – In: D. Belcher, A. M. Johns, and B. Paltridge (eds.) *New Directions in English for Specific Purposes Research*. – Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 2011. – 44-72. 93. Young L. *University lectures - macro-structure and micro-features*. – In: J. Flowerdew (Ed.) *Academic listening*. – Cambridge: Cambridge University Press, 1994. – 159-176. 94. Halliday M. A. K. *An introduction to functional grammar*. – Beijing: Foreign Language Teaching and Research Press, 1994/2000. 95. Flowerdew J. *Research of Relevance to Second Language Lecture Comprehension Academic listening: Research Perspectives*. – Cambridge University Press, 1994. – 7-29. 96. Candlin C. N. and Murphy D. *Engineering Discourse and Listening Comprehension*. – Lancaster, UK : University of Lancaster, 1976. 97. Karpińska-Musiał. *Revising Academic Discourse - Intercultural Rhetorical Competence of a Lecturer in Postmodern Europe*. – 2009. – , accessed 2016 08 01. 98. Richards *Listening Comprehension: Approach, Design and Procedure*. – TESOL Quarterly (1983) 219 - 240. 99. Dudley-Evans T., and St John M.J. *Developments in English for Specific Purposes*. – Cambridge: Cambridge University Press, 1998. 100. Mason A. *By dint of: Student and lecturer perceptions of lecture comprehension strategies in first-term graduate study*. – In: *Academic Listening. Research Perspectives*, J. Flowerdew (ed). – Cambridge: Cambridge University Press, 1994. – 199-218. 101. Frederick P. J. *The lively lecture - 8 variations*. – College Teaching 34(2) (1986) 43-50. 102. Jordan R. R. *English for Academic Purposes (EAP)*. – Language Teaching 22(3) (1989) 150-64. 103. Swales J. M. *The role of textbooks in EAP writing research*. – English for Specific Purposes 14(1) (1995) 3-18. 104. Merlini L. *Gli Atti del Discorso Economico: La Previsione. Status Illocutorio e Modelli Linguisticinel Testo Inglese*. – Parma: Edizioni Zara, 1983

MASON KOMAY

THE ART OF PERSUASION: WHAT IT IS AND HOW TO PRACTICE IT

Оригінал статті надруковано:

Mason Komay. The Art Of Persuasion: What It Is And How To Practice It. *BetterHelp*. <https://www.betterhelp.com/advice/persuasion/the-art-of-persuasion-what-it-is-and-how-to-practice-it/> March 29, 2022.

Persuasion is the act of convincing someone to change their beliefs or do something you suggest. Persuasion has often been described as a delicate form of art, but what exactly makes it so powerful? Understanding the art of persuasion can not only help you learn how to influence others; it can also make you more aware of the techniques others might use to try and change your beliefs and behaviors.

Why Persuasion Is An Art



To understand the art of persuasion, you must first understand the broader definition of art. Art is both a process and product that:

- Expresses strong emotion
- Is intellectually challenging
- Is complex and coherent
- Conveys complex messages
- Shows an individual point of view
- Is original
- Produces an object or performance that requires a high degree of skill

Although it is clear how all the features above apply to such art forms as painting and performing music, not all apply to the art of persuasion. Persuasion isn't an art form in the same sense as painting or music, but rather involves the finely tuned creative skills—or art—of language and communication. However, persuasion does include some of the qualities of more traditional art forms. It's intellectually challenging, [complex](#), expressive, and completely authentic to your character.

What Is the Point of Persuasion?

You may wonder why you should bother to learn how to persuade others. You might even consider such an “art” to be diabolical or manipulative. However, the truth is that every successful person has, at one time or another, been in a position where they had to persuade someone of something. For instance, most people have to persuade an employer to hire them before they can even begin to work and earn money.

The art of persuasion runs through many human endeavors. Salespeople persuade people to buy objects or services. Politicians persuade people to support and vote for them. Con artists persuade people to fall for scams and spend money they don't have. You may persuade your teacher to let you take a makeup test, persuade your girlfriend or boyfriend to marry you, or persuade someone to help with your volunteer program. In fact, it's pretty hard to find people getting anything done at all without some form of persuasion.

So, whether you should learn better persuasion techniques really isn't the question. The question is why you haven't done so already!

Factors to Consider in the Art of Persuasion

Anyone can practice the art of persuasion. However, it takes dedication to learn how to do it effectively. Some people seem to have a knack for convincing people to see things their way. If you're finding it difficult to learn, it's not the end of the world. You can, and will, learn how to master this art. Below are some factors to consider before you try to persuade somebody of something:

- **Assess How Easy the Persuasion Will Be.** You can begin by getting a feel for how easy or difficult it will be to win over your audience. Researchers have found [several factors](#) that influence how challenging it can be to convince someone of something. You just need to follow the proper guidelines and techniques.

- **Group Membership.** If you're a member of a group, then you're statistically less likely to be convinced of subjects or ideas that go against the views of your fellow group members. The existence of the group and your loyalty to it tend to strengthen your resolve to stick with their version of the truth, even if it's completely inaccurate.

• **Low Self-Esteem.** People with low self-esteem are statistically far easier to convince than those with higher self-esteem. This is most likely because those with low self-esteem tend to value others' opinions more than their own. The biggest challenge you'll have to face here is determining the self-esteem level of the person you're trying to persuade. You can do this by analyzing factors such as body posture, confidence of tone, and commitment to their point of view.

• **Inhibition of Aggression.** If you don't like to show aggression, then you're more likely to be overtaken by a smooth talker who is fluent in the art of persuasion. Even if they make you feel uncomfortable about whatever they're trying to convince you of, if you lack aggression, it will make it easier for someone to sway your opinions. People who aren't prone to showing aggression usually don't challenge what another person is saying.

• **Depressive Tendencies.** Research shows that people who are depressed are more easily convinced to accept someone else's views over their own. This tendency is largely due to factors like lack of aggression and self-esteem, as mentioned above. However, you may find that some people who experience depression are not actually persuaded by you, but simply agree with you to avoid conflict.

• **Social Inadequacy.** Those who consider themselves socially inadequate tend to be more easily persuaded. Even if they're no more socially inept than others, the fact that they see themselves that way leads them to place the burden of conversation on the person they're interacting with. This makes it easier for that person to persuade them without challenge.

Now that you know some factors to consider before attempting to persuade someone, let's explore the process of persuasion.

How to Practice Persuasion: A Process

Getting the Right Introduction

It is extremely difficult to convince a stranger of something. For instance, salespeople hate cold calling because they never know what type of person they'll be dealing with on the other end of the phone. They don't know that person's values or preferences, or whether they belong to a group that is opposed to what or how they're selling. In fact, the one of the only things they do know is that the person called doesn't know, or trust, the salesperson.

If you can get an introduction from a mutual friend or acquaintance, you have a much better chance of persuading someone to adopt your point of view. If you can't get an introduction, it helps to prepare yourself for anything before you attempt persuasion. This is where excellent listening and communication skills enter the picture.

The Value of Listening



When you listen first, you gather the information you need to compose a personalized pitch that will make sense to the person you're trying to persuade. Savvy political candidates don't just show up at your door and start lecturing you. Instead, they typically ask some questions about your views to find a starting point for their persuasion. Pretty neat strategy, right?

In addition to gaining information from listening, you create the impression that you value the other person and respect their beliefs. In turn, they're more likely to form a favorable opinion of you and listen to what you have to say.

Being Agreeable When You Don't Agree

It's important to express agreement with the person you're trying to persuade as often as possible. This indicates that you respect them and are open-minded. Everyone wants to be thought of as intelligent, so if you refute everything someone says, they're likely to dismiss you. Of course, you can't agree with anyone on everything, nor should you. If you did, you wouldn't be able to convince your audience to change their position. What you can do, however, is have an agreeable attitude that acknowledges the reasoning behind what they believe and the choices they've made.

Subtlety Is Crucial

If you can say exactly what you want someone to believe and they immediately believe it, there isn't much of a need for persuasion. More commonly, you need to show them in subtle ways why your viewpoint is correct. There are many different persuasion techniques to use, but the most effective are those that aren't blatant or obvious. Instead, they're built on drawing comparisons, storytelling, and recognizing the other person and where they stand.

Persuasion and Morals

The art of persuasion requires patience and commitment to the process. If it were a matter of simply saying “Believe me!” there wouldn’t be much persuasion involved. In order to change someone’s mind, you need to take the time to develop your arguments and explain your rationale, subtly and consistently. If it’s a simple message, it might not take long to deliver. But if you want to communicate something more complex, you need to be patient with your audience and keep them engaged.

Whose Conclusion Matters?

When you draw your argument to a close, you may present your conclusion as the obviously correct one. However, people are more easily persuaded if they believe they’re reaching their own conclusion. They want to believe that it’s *their* idea to change their viewpoints, beliefs, or actions. The good news is, if you’ve presented your argument in a way that makes sense to your audience, they’ll likely assume that their change in thinking was their own decision. They’ll therefore be more likely to continue to hold onto that opinion and, more importantly, act on it.

Ethical Concerns

There are a few ethical dilemmas to consider if you decide you’re going to practice the art of persuasion. Many people have used persuasion techniques maliciously to harm or take advantage of others. Before you try to convince someone to agree with you, think about what the impact on them will be if you succeed.

Will that person gain or lose? Is it in their best interest to accept what you bring to the table?

Undue influence is a legal term that means you persuade someone to act contrary to their own free will or without attention to the consequences. This becomes an issue when someone is incapacitated in some way and unable to make their own decisions. For example, a caregiver might convince an older adult to change their will and leave everything to the caregiver. If you’re considering practicing the art of persuasion, it’s a moral imperative to avoid undue influence. It will also keep you out of legal trouble.

Falsifying Evidence

Whether you’re in court or making a post on social media, it’s wrong to present falsified statements, documents, or images to prove your point. If you want to be responsible in your practice of persuasion, you need to make sure that the evidence or supporting information you’re presenting is, to the best of your knowledge, accurate and legitimate.

Perpetuating Scams

People who use their mastery of persuasion to scam others typically don't care whether what they're doing is hurting others. Often, the people they end up convincing then attempt to convince others of the same thing without understanding that they've been conned. To avoid perpetuating others' scams, it's important to get your facts straight and always stay alert to the possibility of deception.

So Is Persuasion Good or Bad?

Like any other form of art, persuasion is neither positive nor negative in and of itself. It is how you use the art of persuasion, and for what purpose, that determines whether you're contributing something worthwhile to the world.

The inability to persuade others can be a great handicap in life. You might have trouble getting a job, buying a home, or taking the next step in your relationship. Or, you may find that you're too easily convinced and fall for every scam presented to you. If so, there are several ways to decrease your susceptibility to falling for every slick come-on. A therapist can help you build your self-esteem, improve your social skills, and even learn to manage your depression. These factors will make you less vulnerable to deception.

Seeking Guidance



Want To Learn How To Win Friends And Influence People?

You can talk to a licensed counselor at [BetterHelp](#) to get the help you need. Online therapy is affordable, convenient, private, and can help you uncover your hidden strengths. Whether you need to learn to be more persuasive or to scrutinize the persuasion tactics of others, therapy can have a major impact. You can learn about both sides of the art of persuasion well enough to both get what you want more easily and protect yourself. You deserve to be happy—let us help.

The Role of Therapy in Increasing Assertiveness

Closely connected to the art of persuasion is assertiveness, or the firm but respectful communication of thoughts, feelings, and needs. Research shows that when we do not assert ourselves, we can experience depression, anxiety, anger, and low self-esteem. But for some people, assertive behavior is extremely difficult.

Assertiveness training is the teaching of open, proactive communication in a therapy setting. The assumption here is that assertiveness is not innate but learned, and practicing skills with a licensed therapist can be a transformative experience.

Moreover, assertiveness training can be [an effective treatment](#) for mental health conditions including depression, social anxiety, and problems resulting from unexpressed anger. Assertiveness training can also be useful for those who wish to improve their interpersonal skills and sense of self-respect.

Online Therapy for Assertiveness

As discussed above, therapy with a licensed therapist can help increase assertiveness, an essential ingredient in the art of persuasion. But when you are struggling with symptoms like low self-esteem, face-to-face therapy can be challenging. This is where online therapy comes in. You can access BetterHelp's platform from the comfort and privacy of your own home. In addition, online therapy offers lower pricing than in-person therapy because online therapists don't have to pay for costs like renting an office. BetterHelp's licensed therapists have helped people learn to assert themselves. Read below for some reviews of BetterHelp therapists from people experiencing similar issues.

ROOCHNIK DAVID

IS RHETORIC AN ART

Оригінал статті надруковано: Roochnik David. Is Rhetoric an Art? *Rhetorica: A Journal of the History of Rhetoric*, Vol. 12, No. 2 (Spring 1994), pp. 127- 154.

<https://doi.org/10.1525/rh.1994.12.2.127>

URL:

<http://www.jstor.org/stable/10.1525/rh.1994.12.2.127>.

<https://people.bu.edu/roochnik/documents/IsRhetoricanArt.pdf>

Abstract. This essay discusses four pivotal moments in the consideration of whether rhetoric is an art. Section I sets the stage by briefly discussing the charge against rhetoric found in the Gorgias. Section II sketches the arguments of Sextus Empiricus and shows how they can be traced back to a single objection implicit in the Socratic charge, namely that the putative subject matter of rhetoric is indeterminate. Section III reviews several arguments presented by Quintilian, most of which can be usefully formulated as responses to Sextus. Section IV shows how Quintilian in fact reflects a line of thought first presented by Isocrates in Against the Sophists. The essay articulates what is common in the "common stock" of arguments about whether rhetoric is an art, and why the argument is one of intrinsic importance.

The question of whether rhetoric is an art has had a long and tenacious life. It was debated continuously throughout antiquity, from Plato's Gorgias and Isocrates' Against the Sophists, through the works of Cicero, Quintilian, Philodemus, and Sextus Empiricus. It was satirized by Lucian and discussed at great length by Aristides.*" Recently it was the subject of a very nice article by Jonathan Barnes and a polemic by Brian Vickers. But this question has more than staying power, for within it lies a fundamental issue: Can human life, can the realm of politics and public speeches, of praxis and logos, be rendered fixed and stable? Is there anything in this world of human affairs that can be counted upon, that can be known with reliability? Is the political world in any way analogous to the alphabet, whose subject matter is the paradigm of determinacy?

When Socrates says rhetoric is not a techne, he does so because of his conception of techne as a determinate body of knowledge, and what he takes to be the indeterminate subject matter of rhetoric. When Sextus Empiricus reports the standard objections levelled against rhetoric, it becomes clear they all derive from this basic Socratic objection. There is something about the effort of talking (and

pleasing) everyone, something about the the real po- Utical world, that cannot, it seems, be rendered rigorously, rigidly technical.

In an important sense, the rhetorician agrees. Isocrates hedges on the techne question, saying both yes and no. Quintilian follows suit by describing the subject matter of rhetoric as *multiplex* but not *infinita*. The achievement of the rhetoricians is their ability to harmonize two potentially discordant themes. On the one hand, they acknowledge the contingent flow of occasions, and the consequent fact that practical knowledge, knowledge of how to speak well, is not an art, not a *techne* (or, at least, not a *tetragmene techne*, i.e., one with a determinate subject matter). On the other hand, yes, indeed, rhetoric is a well-formed and real subject, one that can be packaged, paid for, and delivered.

The fundamental issue lurking behind the question should now be clear. Do we have access to stable values and standards? Is there something to be known that can regulate our political lives? If so, what sort of knowledge would this be? If so, should a hierarchy be drawn in which the person having that knowledge is to be situated at the top and perhaps even granted political rule? If not, then should the question of rule be decided by public debate in a democratic forum? These are among the most basic and enduring questions concerning our moral and political lives. And they are latent in the apparently innocuous query: Is rhetoric an art?