

Чабан Н.І.,

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри
культурології Херсонського державного
університету, м. Херсон

ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ СТУДЕНТІВ ЗАСОБАМИ РИТОРИКИ

У зв'язку із розширенням сфери комунікації у сучасному постіндустріальному суспільстві підвищуються вимоги не лише до комунікативних, але й до культурних компетентностей професіоналів, що забезпечують успішність професійної праці. Тому важливим є формування культурних компетентностей студентів під час здобуття вищої освіти за спеціальностями та кваліфікаціями.

У Херсонському державному університеті поставлені завдання реалізуються під час викладання дисципліни вільного вибору «Риторика», загальний обсяг якої складає 60 годин, з яких лекційних – 16 год., практичних – 14 год. Частково навчальний матеріал курсу (підготовка рефератів, повідомлень з тем практичних занять, доповідей, промов на конференціях тощо) пропонується для засвоєння студентами в процесі самостійної роботи, обсяг якої складає 30 год. Ця дисципліна призначена для варіативної підготовки студентів 2-3-го років навчання у бакалавріаті за всіма кваліфікаційно-галузевими напрямками. Відповідно до робочої програми з риторики увага приділяється формуванню професійних компетентностей, які покликані сприяти успішному культурному співіснуванню фахівців у виробничій спільноті. Передовсім, це компетентності в сучасному етикеті публічного мовлення; володіння методами риторичного аргументування; дотримання принципів безконфліктного спілкування; засвоєння прийомів активізації уваги слухачів і безконфліктної полеміки; відповідність вимогам до мовленнєвої культури ратора; здатність уживати мовні моделі звертання, ввічливості, вибачення, погодження, непогодження; уміння коректно вступати в комунікацію за різних ситуацій спілкування, поставити запитання для встановлення контакту й одержання інформації, надавати коректні відповіді; користуватися прийомами «відходу» від запитання; доносити до слухачів думки з аргументами чи контраргументами; спілкуватися літературною мовою; доречно, влучно й тактовно вживати афоризми, крилаті вирази, прислів'я [1].

Означені компетентності студенти набувають під час опанування програмного змісту курсу «Риторика», а саме: теми 2 «Логіка як засіб виховання культури мислення» і теми 4 «Красномовство у вітчизняній духовній культурі» першого змістового розділу «Історія риторики», теми 1 «Інвенція і диспозиція. Основні етапи підготовки ораторської промови», теми 2 «Елокуція. Техніка промови й культура оратора», теми 3 «Зовнішній вигляд і особистість оратора», теми 4 «Оратор і аудиторія. Фахова риторика» другого змістового розділу «Теоретична й прикладна риторика» [1].

Наприклад, розглядаючи базові закони логічного побудування промови ратора за другою темою курсу, студенти навчаються поважного ставлення до майбутньої аудиторії, враховуючи її соціально-демографічні, соціально-психологічні та індивідуально-особистісні ознаки; оволодівають прийомами аргументації і активізації мислення й почуттєво-емоційної діяльності аудиторії; прагнуть до створення атмосфери інтелектуальної та емоційної співтворчості [2, с. 7-12].

З питань четвертої теми щодо ролі красномовства у розвитку вітчизняної духовної культури увагу студентів звертали на особливості жанрів повчальної проповіді, спрямованої переважно на розумове сприйняття за умов нехтування прийомами художності й викінченості промови, а також піднесення ролі жестів та інтонації у звертанні до слухачів. Натомість в урочистій проповіді на перший план висувались літературні художні засоби викладення та їх вплив на душу й серця слухачів [2, с. 30].

Формування культурних компетентностей студентів продовжується під час вивчення другого змістового розділу «Теоретична й прикладна риторика». У межах тем цього розділу «Інвенція і диспозиція. Основні етапи підготовки ораторської промови», «Елокуція. Техніка промови й культура оратора» розглядаються питання етикетних мовних формул, що забезпечують весь комунікативний

контакт від початку і до закінчення: у зав'язуванні контакту між співрозмовниками (формули звертань і вітань); у підтриманні контакту (формули вибачення, прохання, подяки та ін.); у припиненні контакту (формули прощання, побажання тощо). У залежності від особливостей умов майбутньої промови студентам пропонуються п'ять основних ситуацій спілкування: урочисті ситуації (офіційні свята, урочисті збори), що характеризуються суто формальним стилем спілкування й піднесеним тоном; офіційні ситуації (у професійній діяльності, університеті, адміністративних установах) супроводжуються формальним стилем спілкування і звичайним тоном; побутові ситуації (у вузькому колі співробітників і знайомих) передбачають неофіційне спілкування звичайним тоном; так звані дружні (фамільярні) ситуації (у дружньому товаристві) потребують спілкування на неофіційному рівні, тон спілкування набуває дружнього відтінку. Подеколи професіонали потрапляють у неконтрольовані ситуації і стають свідками лайки, бійки, сварки, де мають місце вульгаризми й нецензурна лексика. Студентам акцентується увага на неприпустимості такого стилю й тону спілкування для вихованого професіонала з гарними манерами й високим рівнем культури.

Під час практичних занять з означених тем відпрацьовувались ситуації вживання мовних формул звертання, представлення, вітання, вибачення, подяки, прощання в урочистих, офіційних, побутових і дружніх ситуаціях. Зокрема, умови завдання вимагали підготувати промову до урочистих зборів з нагоди святкування 8 Березня. У промові слід виголосити привітання зі святом зі звертанням до певних категорій присутніх, а саме: жінок-керівниць, колежанок, дівчат-однокурсниць. Або колектив працівників чи студентів-одногогрупників необхідно познайомити з новими співробітниками, представивши їм: працівника, керівницю, студента-практиканта, аспірантку, куратора.

У темі «Зовнішній вигляд і особистість оратора» передбачались практичні завдання на відпрацювання умінь подати себе як оратора у вигідному ракурсі відповідно обраній тематиці виступу й категорії присутніх слухачів. Студенти аналізували іміджеві характеристики промовців з подальшим побудуванням для себе функціонального (залежно від фахових функцій промовця), контекстного (у різних контекстах реалізації промови), порівняльного (за умов співставлення споріднених і контрастних іміджів), дзеркального (як віддзеркалення власного уявлення про себе), поточного (для сприйняття засобами масової інформації), бажаного (якого прагне досягти оратор), корпоративного (у відповідності до іміджу організації, де працює оратор) типів іміджу.

Наприклад, в одному із завдань для аналізу іміджевих характеристик зовнішнього вигляду пропонувалось здійснити аналіз портретів відомих історичних осіб – полководців О. В. Суворова, М. І. Кутузова, Г. К. Жукова. Увага зверталась на поставу, де рівна спина, розгорнуті плечі, виставлена вперед грудна клітина, підняте підборіддя свідчать про впевненість у власних силах; застібнутий на всі гудзики мундир і охайність деталей одягу переконують у зібраності й готовності до практичних дій.

Після такого аналізу студенти пробували моделювати собі одяг для публічного виступу за умов виїзду на місце проведення вуличного мітингу, для майбутніх юристів – на місце скоєння злочину; під час промови з нагоди урочистого свята в актовій залі, для майбутніх юристів – під час захисної промови адвоката; у процесі проведення наукової конференції. Цікавими були завдання з добору ефектного вбрання для публічного виступу з урахуванням кольорового типу зовнішності промовця, адже окремі кольори одягу роблять зовнішність оратора більш привабливою. Так, для білявого й світлого кольору очей і волосся доречними є світлі кольори в одязі, навпаки особливої привабливості людині з рудим волоссям і теплим кольором очей надають рудуваті, зеленкуваті, теракотові, золотаві відтінки одягу.

Комплекс практичних завдань було спрямовано на відпрацювання рухових вмінь і навичок оратора. Практичні заняття з виконання цих завдань проводились у різних типах приміщень – лекційній аудиторії, актовій залі, навчального кабінету. У завданнях акцентувався обмін інформацією мовою жестів, міміки, поз. Аналізувались види рухів для тулуба та голови (нахили, повороти, переміщення), для рук та ніг (згинання, випрямлення, піднімання, опускання, колові рухи); напрямок рухів (горизонтальний, вертикальний); розмах та амплітуда; сила, темп, точність, вправність, координація рухів. Студенти моделювали позу й рухи залежно від росту оратора (високий, низький,

середнього росту), особливостей його тілобудови (худорлява, схильна до повноти, гладка), характеристики постави й ходи (оратор має гарну чи сугулу поставу, легку ходу чи шкутильгає). Добирались найбільш ефективні з позиції психологічного й етичного впливу на публіку рухи – енергійні, різкі чи повільні.

Окремо тренувались певний вираз обличчя і міміка залежно від тематики й змісту промови. Наприклад, виголошуючи вітальні промови акцент робився на привітному й усміхненому виразі обличчя, навпаки у жалобних промовах перевага надавалась серйозній і стриманій міміці. Відповідно добирався темп промови – жвавий, енергійний чи повільний, приглушений.

У практичних завданнях знайшли відображення поведінка й мова промовців у незручних ситуаціях публічних виступів. З кожним трапляється, що під час промови падають на підлогу аркуші паперів із нотатками, окуляри, олівець тощо. Тому студенти вчилися не розгублюватись і поводитись тактовно у таких змодельованих незручних ситуаціях. Особливих труднощів завдавало студентам публічне спілкування з категорією слухачів, які мають особливі потреби. Зокрема, тактовним вважається під час зустрічі з людиною, у якої права рука чи кисть ампутована або деформована, все одно подається їй своя правиця на ознаку ставлення до неї як до повноцінного члена суспільства без принизливих знижок на каліцтво.

Усне опитування і виконання контрольних вправ по закінченню вивчення цих тем з риторики дають підстави стверджувати, що студенти достатньою мірою засвоїли етикетні методи риторичного аргументування, принципи безконфліктного спілкування і безконфліктної полеміки, прийоми мовленнєвої культури оратора з етикетними формулами звертання, ввічливості, вибачення, погодження, непогодження, набули вмінь коректно здійснювати комунікацію за незручних ситуацій спілкування.

Список використаних джерел:

1. Робоча програма з риторики для студентів усіх напрямів підготовки: затв. на засіданні кафедри культурології Херсонського державного університету протокол від 28.08.2019 р. № 1 / розроб. Н. І. Чабан. Херсон: ХДУ, 2019. 20 с.
2. Чабан Н.І. Навчально-методичний посібник з риторики. Херсон: ХЮІ ХНУВС, 2007. 101 с.

Чеботаєва О.М.,

кандидат історичних наук, доцент кафедри культурології ВП «МФ КНУКіМ», м. Миколаїв

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРІВ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ

Універсальний характер прояву культури в людському бутті обумовлює необхідність виокремлення найрізноманітніших видів, форматів й конфігурацій культури в якості самодостатніх предметів культурологічного дослідження. Один з таких форматів позначається поняттям «корпоративна культура» й розглядається в якості ціннісно-нормативної основи соціального управління будь-яким підприємством, установою або організацією. **Культурологічний підхід в управлінні** сформувався як відповідь на потребу **консолідації** всього персоналу установи навколо її основних цілей і завдань при необхідності постійних змін в діяльності установи в умовах сучасного динамічного ринку. На практиці корпоративна культура проявляється в системі цінностей, притаманних конкретній організації, наприклад: в загальних принципах ведення справи; в традиціях організації та особливостях її життєдіяльності; в специфічних нормах міжособистісних стосунків; в офіційній місії установи та неформальних переконаннях її співробітників; в системі комунікацій та навіть в так званому корпоративну «фольклорі», тобто в основних трендах обговорення виробничих ситуацій у неформальній, неофіційній обстановці.