

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**  
**КАФЕДРА УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ТА КУЛЬТУРИ**

**КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ**

з дисципліни «Наукові комунікації у фаховій діяльності»

для всіх галузей знань і напрямів підготовки

Укладач(і):

доц., канд. філол. н. Литвинська С.В.

доц., канд. філол. н. Сібрук А.В.

Конспект лекцій розглянутий і схвалений  
на засіданні кафедри української мови та  
культури

Протокол № від «    »    2022 р.

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ С.В. литвинська

## Тема 8. Комунікативна компетенція у кваліфікаційній професіограмі фахівця

### План

1. Критерії комунікативної компетентності та професіограма.
2. Публічний виступ: жанрова специфіка та етапи підготовки.
3. Професійний етикет і комунікації.
4. Культура мовлення.

### Література

1. Наукова комунікація як складник фахової діяльності : практикум / уклад. Л. І. Прокопенко. Одеса : Видавець Букаєв Вадим Вікторович, 2021. 99 с.
2. Науковий стиль української мови : практикум / уклад. Ж. В. Колоїз. Кривий Ріг : КДПУ, 2017. 114 с.
3. Селігей П. О. Світло і тіні наукового стилю. Київ : Києво-Могилянська академія, 2016. 628 с.

#### 1. Критерії комунікативної компетентності та професіограма

Формуючи критерії комунікативної компетентності, важливо розглянути поняття іміджу в наукових комунікаціях.

Останніми роками поняття «імідж» міцно ввійшло в науковий обіг. Термін *імідж* як наукова категорія вчені пов'язують з такими поняттями: «образ», «авторитет», «думка», «престиж», «репутація» і тлумачать його як цілеспрямований образ кого-небудь та чого-небудь.

**Імідж** – певний образ, створений для привернення уваги споживчої аудиторії. Так, рамках такої предметної галузі як наукова комунікація, основним у формуванні іміджу є комунікативна компетентність науковця.

Важливою складовою діяльності будь-якого фахівця є **комунікативна компетенція**, яка належить до ключових професійних характеристик.

Поняття *комунікативна компетентність* (з лат. communico – роблю загальним, зв'язую, спілкуюся і competens (competentis) – здатний) означає сукупність знань про норми і правила ведення природної комунікації –

діалогу, суперечки, переговорів та ін. Під комунікативною компетентністю розуміють здатність встановлювати і підтримувати необхідні контакти з іншими людьми, певну сукупність знань, умінь і навичок, що забезпечують ефективне спілкування, передбачаючи уміння змінювати глибину і коло спілкування, розуміти і бути зрозумілим для партнера по спілкування.

**До критеріїв комунікативної компетентності належать:**

1. Робота з документами
2. Робота з загальнонауковою та спеціальною літературою
3. Вміння вести міжособистісний і соціальний діалог, виступати публічно.

На базі цього можна сформувати професіограму фахівця.

**Професіограма** – це опис сукупності систематизованих, науково-обґрунтованих, структурованих теоретичних знань і практичних умінь, які об'єктивно потрібні особистості для виконання спеціалізованої діяльності.

Враховуючи основні компоненти комунікативної компетенції, можна виокремити **характеристики**, які репрезентують професіограму фахівця:

1. Уміння формувати мету і завдання професійного спілкування;
2. Аналізувати предмет спілкування, організувати обговорення;
3. Послугуватися етикетними засобами для досягнення комунікативної мети;
4. Уміти користуватися різними тактиками для реалізації вибраної стратегії;
5. Уміти доводити, обґрунтовувати, вмотивовувати, аргументувати, спростовувати, відхиляти, оцінювати;
6. Уміти трансформувати усну інформацію в письмову і навпаки;
7. Володіти основними жанрами ділового спілкування (службові листи, телефонна розмова, ділова бесіда, перемови тощо).

До складових **комунікативної компетентності** належать:

- орієнтованість у різноманітних ситуаціях спілкування, заснована на знаннях і життєвому досвіді індивіда;
- спроможність ефективно взаємодіяти з оточенням завдяки розумінню себе й інших при постійній видозміні психічних станів, міжособистісних відносин, умов соціального середовища;
- адекватна орієнтація людини в самій собі – власному психологічному потенціалі, потенціалі партнера, ситуації;
- готовність й уміння будувати контакти з людьми;
- внутрішні засоби регуляції комунікативних дій;
- знання, уміння і навички конструктивного спілкування;
- внутрішні ресурси, необхідні для побудови ефективної комунікативної дії у визначеному колі ситуацій міжособистісної взаємодії.

Отже, комунікативна компетентність є структурним феноменом, що містить як складові цінності, мотиви, установки, так і соціально-психологічні стереотипи, знання, уміння й навички.

Цікаву класифікацію складових комунікативної компетентності запропонував М. Аргайл. Автор виокремив наступні компоненти досліджуваного феномену:

- соціальну сенситивність (точність міжособистісного сприйняття);
- основні навички взаємодії;
- навички схвалення і винагороди, які характерні для усіх соціальних ситуацій (тобто уміння надавати позитивний зворотний зв'язок партнерам у спілкуванні);
- рівновагу, спокій, гармонію як антитезу соціальної тривожності.

У контексті проблеми ефективності спілкування доцільно згадати про таке явище в людській взаємодії, як роль, що є фіксацією визначеного становища, яке займає той або інший учасник у системі міжособистісних відносин. Виокремлюють формальні, внутрішньо групові, міжособистісні й

індивідуальні ролі. Зокрема, формальна роль – це поведінка, сформована відповідно до засвоєних очікувань з боку оточення, пов'язаних з виконанням тієї чи іншої соціальної функції (продавець, покупець, учень, педагог, підлеглий, керівник тощо). Внутрішньо групова роль – це поведінка, яка очікується від особистості учасниками групи на основі сформованих взаємовідносин. Міжособистісні ролі передбачають урахування очікувань, запропонованих іншою людиною на основі сформованих відносин. Існують й інші класифікації ролей: активні – виконуються в даний момент; латентні – не виявляються у конкретній ситуації; інституціалізовані – пов'язані з офіційними вимогами організації; стихійні – зумовлені стихійно виникаючими відносинами.

Людина завжди, перебуває в контакті з іншими людьми – реальним партнером, уявним, обраним, нав'язаним тощо. Інваріантними складовими спілкування є такі компоненти, як партнери-учасники, ситуація, завдання. Варіативність же пов'язана з характеристиками самих складових – партнерів у спілкуванні, ситуацій, цілей спілкування. Тому компетентність у спілкуванні передбачає розвиток умінь адекватної самооцінки, орієнтації людини як у самій собі – власному психологічному потенціалі, так і партнерові, ситуації, завданнях.

До складових комунікативної компетентності належать і вміння усвідомлювати та долати комунікативні бар'єри, які можуть виникати, наприклад, при відсутності розуміння ситуації спілкування внаслідок різних поглядів, бачень (соціальних, політичних, релігійних, фахових). Бар'єри у комунікації можуть мати і психологічний характер, відображаючи індивідуальні психологічні особливості, тих, хто спілкується, їхні сформовані відносини: від дружби до ворожості у стосунках один до одного.

Передача будь-якої інформації можлива лише за допомогою знаків, точніше, знакових систем. Розрізняють **вербальну і невербальну** комунікації, які використовують різноманітні знакові системи. Відповідно до цього можна виокремити вербальний і невербальний рівень комунікативної

складової компетентності у спілкуванні. Вербальна комунікація використовує як знакову систему людське мовлення, природну звукову мову, тобто систему фонетичних звуків, що включає два принципи: лексичний і синтаксичний. Сукупність визначених заходів, спрямованих на підвищення ефективності мовного впливу, отримала назву "переконуючої комунікації", на основі якої розроблена так звана експериментальна риторика – мистецтво переконання за допомогою промови.

Невербальна комунікація включає три знакові системи: оптико-кінетичну (жести, міміка, пантоміміка), пара- (система вокалізації – якість голосу, діапазон, тональність) й екстралінгвістичну (включення в промову, пауз, інших вкраплень, темп; організація простору і часу комунікативного процесу; візуальний контакт: частота обміну поглядами, тривалість, зміна статички і динаміки погляду, його уникання тощо). Зрозуміло, що комунікативна компетентність передбачає також уміння інтерпретувати невербальні прояви інших людей. Тут виникає серйозна проблема: якщо у вербальній комунікації за кожним словом стоїть більш-менш визначений зміст, то у невербальній системі комунікацій не тільки важко поставити зміст у відповідність до знака, але й взагалі визначити знак, тобто одиницю аналізу в цій системі. Оскільки комунікація розглядається як смисловий та ідеально-змістовий аспект соціальної взаємодії, спілкування, обмін інформацією в різноманітних процесах спілкування, то логічним є припущення, що процес комунікації передбачає й певну маніпуляцію мовними засобами задля ефективної передачі інформації.

Таким чином, комунікативна компетентність – це система внутрішніх (позицій спілкування, ролей, стереотипів, установок, знань, умінь, навичок) і зовнішніх ресурсів ефективної взаємодії (співпраця, переговори, розвиток позитивного ставлення до рідної мови, міжкультурної комунікації, культурна обізнаність та ін.), що забезпечують здатність встановлення та підтримки необхідних контактів з іншими людьми, а також певну сукупність знань, умінь і навичок, які сприяють ефективному спілкуванню та розвитку людини

загалом. Отже, для ефективної тренінгової діяльності необхідна розвинена комунікативна компетентність, що пов'язана з адекватним використанням усієї палітри можливостей особистості.

Комунікація має величезне значення у формуванні людської психіки, її розвитку і становленні розумної, культурної поведінки. Через комунікації з психологічно розвиненими людьми, завдяки широким можливостям до навчання, людина набуває всі свої вищі пізнавальні здібності та якості. Через активне спілкування з розвиненими особистостями він сам перетворюється на особистість.

Комунікативна особистість розуміється як один із проявів особистості, обумовлене сукупністю її індивідуальних властивостей і характеристик, які визначаються ступенем її комунікативних потреб, когнітивним діапазоном, сформованим в процесі пізнавального досвіду, і власне комунікативною компетенцією – умінням вибору комунікативного коду, що забезпечує адекватне сприйняття і цілеспрямовану передачу інформації в конкретній ситуації. Комунікативна особистість – найголовніша складова особистості взагалі, адже комунікація займає 80% всього людського існування (аудіювання – 45%, говоріння – 30%, читання – 16%, лист – 9%).

Оцінка комунікативної особистості як соціального феномену залежить від ступеня ефективності виконання основних соціально значущих функцій. Ефективність комунікацій залежить від ступеня соціальної значущості комунікативної установки. Комунікативні установки розглядаються як система внутрішніх ресурсів, необхідних для побудови ефективної комунікації у певному колі ситуацій міжособистісної взаємодії.

Для становлення іміджу науковця, окрім комунікативної компетенції, потрібно володіти ораторською компетенцією. Ораторську компетентність можна зрозуміти, як цілісну систему психічних і поведінкових характеристик людини, що сприяють успішному спілкуванню, тобто ефективному і емоційно сприятливому.

Від ораторської компетенції науковця напряму залежить успішність публічних виступів а від так і іміджу науковця.

## **2. Публічний виступ: жанрова специфіка та етапи підготовки.**

**Публічний виступ** – це один з видів усного ділового спілкування, метою котрого є проінформувати, переконати чи створити настрій у відповідної аудиторії.

З точки зору діяльності науковця, є цікавими жанр **академічних промов** – виступу на масових зборах. Виступ присвячується одній темі, яка хвилює аудиторію.

Академічні промови поділяються на:

1. Наукові доповіді;
2. Навчальні лекції;
3. Наукові дискусії.

Одна з найпоширеніших форм публічних виступів. **Наукова доповідь** – це доповідь, яка узагальнює наукову інформацію, досягнення, відкриття та результати наукових досліджень. Такі доповіді виголошують на різноманітних наукових зібраннях – конференціях, симпозіумах тощо.

**Доповіді** можуть включати в себе такі елементи як рекомендації, пропозиції або інші мотиваційні пропозиції. Доповідь часто має структуру наукового дослідження: вступ, методи, результати та обговорення.

**Лекції** надзвичайно різноманітні за змістом і можливо за формою викладення, якщо змінюється аудиторія. Спільне те, що вони несуть певну суму знань, є живим процесом спілкування.

Тема, мета і основна проблема лекції мають бути точно визначені. Основне завдання лектора – чіткий виклад питання, його послідовне розкриття.

**Наукова дискусія** – це обговорення будь-якого спірного наукового питання.



Наукові дискусії мають свою специфіку. Дуже важливо формулювати свої думки однозначними й точними словами; терміни й абстрактні слова, важливі для дискусії, слід витлумачити попередньо.

Висуваючи якусь тезу, обов'язково стежать за тим, щоб у ній не було двох питань, якщо для кожного з них потрібні свої докази.

Найважливіше в науковій дискусії – точно визначити головну проблему й навколо неї зосередити увагу.

Доповідач має подати слухачам ту інформацію, яка потрібна для того, щоб правильно зрозуміти й оцінити запропонований спосіб вирішення проблеми. При цьому треба дібрати такі аргументи, які б свідчили на користь запропонованого рішення. Добре, якщо оратор уміє передбачити можливі контраргументи і вже у своєму виступі спробує спростувати їх.

Важливою складовою виступу є його композиційно-логічна побудова.

**Структурування промови** – це творчий процес, який майже не підлягає стандартизації.

**Етапами підготовки наукового виступу є:**

- 1) інтенція (винайдення);
- 2) диспозиція (розташування);
- 3) елокуція (словесне оформлення думки);
- 4) меморія (запам'ятовування);
- 5) акція (публічне виголошення виступу);
- 6) релаксація (ослаблення напруження).

**Етап інтенції.** На даному етапі формується задум і визначається мотивація вступу, тему, мету, ідею, обсяг інформації, виробляється концепція – система поглядів, розуміння певних явищ, процесів, набір доказів при побудові наукової теорії. Вона містить бачення автора, його оцінку, від чого залежить добір аргументів і мовних засобів. Оратор повинен опрацювати значну кількість матеріалу з різних джерел (монографій, наукових журналів, тощо), перш ніж використати його в доповіді.

Тема наукової доповіді, виступу має бути зрозумілою, водночас не перевантаженою, і відображати зміст промови, зацікавлювати й активізувати увагу слухачів. Доповідачу слід враховувати також характер аудиторії, мету і місце проведення наукового заходу.

**Етап диспозиції.** Передбачає складання плану виступу, в якому чітко визначають порядок і розташування його частин. На цьому етапі визначають проблеми дискусійного характеру, добирають фактичний матеріал, прогнозують можливі запитання слухачів і відповіді.

Недоліками логіко-композиційної структури є нерівномірність складових і відсутність зв'язку між ними, порушення логічної послідовності у викладі, декларативність і бездоказовість тексту.

**Етап елокуції.** На цьому кроці здійснюють стилістичне оформлення наукової доповіді, перевіряють матеріали на відповідність логіці викладу, точності інформації, чинним мовленнєвим нормам.

Залежно від індивідуальних особливостей доповідача, досвіду і рівня ораторської майстерності пише текст або лише план до нього.

Краще виступати, орієнтуючись на текст. Це справляє враження вільного володіння матеріалом і додає впевненості.

**Етап меморії.** Тренування, а саме, читання вголос, допоможе перевірити написаний матеріал, провести хронометраж, внести необхідні уточнення і виправлення, для цього потрібно позначити ключові слова, цифри записати буквами, перебудувати за потреби складні синтаксичні конструкції на прості речення. Проте варто враховувати рівень підготовки аудиторії, обізнаності слухачів із предметом виступу.

**Етап акції.** На даному етапі починається публічне виголошення з представлення доповідача, яке передбачає надання стислої інформації про нього: прізвище, ім'я, посада. Доповідач має подякувати тому, хто його відрекомендував, чітко назвати тему доповіді й проблему, їй присвячену. Виступаючи, потрібно говорити впевнено і зрозуміло, відчуваючи аудиторію.

**Етап релаксації.** Після виголошення наукової доповіді проаналізовується змістовий і композиційний аспекти тексту крізь призму спілкування з аудиторією, сприйняття адресатом, характер концентрації уваги, з'ясування причин зниження уваги слухачів, ефективність прийомів контакту з аудиторією.

Для успішного спілкування з аудиторією, доповідачу важливо вміти користуватися **засобами впливу на слухача**. У комунікації виділяють два засоби впливу:

1. Вербальний;
2. Невербальний.

**Вербальний** вплив здійснюється, послуговуючись усною і писемною мовою. У процесі вербального впливу необхідно враховувати техніку, темп мовлення, тембр, дикцію.

**Невербальний** вплив характеризується використанням невербальної поведінки і невербальних комунікацій як головного засобу передавання інформації, організації взаємодії, формування образу, думки про партнера, здійснення впливу на іншу людину.

Окрім вербальних і невербальних впливів на аудиторію, ефективним є використання **інтерактивності** в веденні наукових дискусій та виступів.

**Найрозповсюдженими інтерактивними методами є:**

**Мозковий штурм** – учасники спонтанно висувають ідеї на задану тему. На першому етапі записують усі ідеї. Потім їх можна класифікувати або використовувати для подальшого аналізу.

**Дебати** – захист протилежних поглядів. Розвиток уміння відстоювати свою позицію з повагою до опонента. Потребує високої кваліфікації тренера.

**Тріади** – учасники об'єднуються у трійки. Двоє обговорюють проблему, третій – виконує роль спостерігача при чому забезпечується зворотній зв'язок.

### **3. Професійний етикет і комунікації**

**Професійний етикет** – найважливіша сторона професійної поведінки ділової людини, підприємця, науковця, а знання етикету виявляється необхідною атрибутивною якістю спеціаліста, яка потребує постійного засвоєння, повторення і вдосконалення. Діловий етикет регламентує поведінку людей, пов'язане з виконанням ними службових обов'язків, і є найважливішою стороною моральної поведінки ділової людини.

Особливістю етикету є поєднання формальних правил поведінки в заздалегідь певних ситуаціях з розумінням їх значення для розвитку і духовного збагачення відносин між людьми.

Професійний етикет пов'язаний із культурою мови, що є джерелом спілкування. Чітка вимова, правильна дикція, не швидкий темп вимови дають дозвіл підкреслити, що людина освічена та професійно-обізнана.

Начитаність та також чистота вимови не може допускати в професійній етиці використання слів-паразитів та лайливих слів. Вимова працівника має постійно відповідати даній ситуації та професійному рівню його слухачів. Її потрібно постійно збагачувати професійними висловами, прислів'ями.

Професійна вимова передбачає стислість, грамотність, точність та ясність думки. Науковці запевняють, що у професійному етикеті вирази обличчя, поза людини та її жести, артикуляції мають більш важливу роль, ніж сама мова. Мова тіла повинна бути в гармонії із спілкуванням за допомогою мовних знакових одиниць, доповнюючи та робити сильнішим його.

**Професійний етикет невербального та вербального спілкування включає в себе:**

1. **Відстань** – близька (особистісна) і не близька (соціальна та офіційна).
2. **Пунктуальність** – найперша вимога в кожній сфері професійної активності, отже потрібно чітко розпланувати свій час.

3. **Манера** – спосіб тримати себе, зовнішня форма поведінки, поводження з людьми, а також тон, інтонація і вирази, що вживаються в мові. Також до них належать: міміка, жести, поза, хода, тембр голосу.

**Модель поведінки** – це комплекс знаків (поведінкових, мовних, тощо), спрямованих на відтворення варіантів поведінки, які допомагають особистості стати привабливою в комунікативній взаємодії з іншими людьми.

Дотримання правил і вимог етикету є обов'язковим для всіх, адже це сприяє створенню сприятливого клімату для людей, зайнятих загальним видом діяльності. Ділове спілкування стає ефективнішим, чим краще в ньому пов'язуються всі засоби, як вербальні, так і невербальні із дотриманням етичних норм.

Мовний етикет наукового стилю регулює мовну поведінку, взаємини чітко окресленого кола мовців. Крім того, він обслуговує сферу фахового спілкування, тому засоби його вираження мають певні диференційні ознаки залежно від наукового стилю.

Мовний етикет є формою наукового спілкування, його різновидом, жанром. Він узгоджується зі структурою наукового тексту. Вибір етикетної формули не залежить від віку, характеру взаємин науковців, місця й часу їх спілкування.

**Потрібно запам'ятати і вживати такі мовні формули:** вагомі наукові здобутки..., слухною є думка..., слухно вважати, що..., справедливе твердження..., справедливо стверджувати..., без сумніву, Ви маєте рацію..., безперечно, Ваші міркування..., дякую за увагу! дякую за прихильне ставлення до мене!, дякую за запитання!, дякую за доповнення й запитання!, складаємо щире подяку... за цінні зауваження й поради..., ми ладні погодитися в цьому, адже в ..., краще було б..., на наш погляд..., на нашу думку...

**Науковий етикет тісно пов'язаний з мовним етикетом.** Науковець, спілкуючись з колегами, використовує одні мовні формули (вітань, прощань, звертання тощо), а під час спілкування зі студентами – інші.

Структура мовного етикету в науковому стилі залежить від форми спілкування. Так, перебуваючи на науковому симпозіумі, науковець має використовувати зовсім іншу форму звертання до колег-учених, ніж ту, яку він використовує під час академічної лекції. Звичайно, науковець може змінювати ці мовні формули. Ці зміни залежать від культури, вишуканості мовлення, смаків, традицій науковця, умов і мети спілкування.

Науковий етикет має свою специфіку, зокрема спілкування серед науковців передбачає врахування таких факторів: адресат мовлення (студенти, колеги, науковці, учасники конференції та ін.), завдання висловлювання, мовне оформлення етикетних висловів.

#### **4. Культура мовлення**

**Культура усного мовлення** полягає у свідомому відборі і використанні тих мовних засобів, які допомагають спілкуванню.

Підбираючи слова для вираження думок, ми керуємося наступними міркуваннями: його відповідність за змістом; правильність вживання; доречність в даній ситуації; ступінь виразності.

#### **Мова повинна відповідати наступним вимогам:**

1. **Правильність** мови, тобто її відповідність прийнятим літературно-мовним нормам. Якщо оратор спотворить слово, змінить наголос, неправильно побудує речення, то аудиторія моментально реагує.

2. **Точність** – відповідність думок мовця. Щоб мова була точною, потрібно вживати слова у відповідності з тими значеннями, які за ними закріплені.

3. **Ясність** мови, тобто її доступність розуміння слухача. Квінтіліан, римський вчитель красномовства, наставляв своїх підопічних: «Говори так, щоб тебе не можна було не зрозуміти».

4. **Логічність** мови, тобто її відповідність законам логіки. Недбалість мови обумовлюється нечіткістю мислення.

5. **Простота** мови, тобто її природність, відсутність химерності.

6. **Стислість** мови означає, що мовець не зловживає часом і терпінням слухача. Багатослівність у діловому спілкуванні виглядає, щонайменше, непристойно.

7. **Доступність** мови вимагає від доповідача викладати свої думки як можна простіше і зрозуміліше. А для цього рекомендовано використовувати приклади.

8. **Багатство** мови, тобто різноманітність використовуваних у ній мовних засобів.

9. **Чистота** мовлення, усунення з неї нелітературних слів, жаргонних, вульгарних, іноземних, що вживаються без особливої необхідності.

**Таким чином**, для привернення уваги аудиторії, потрібно формувати правильний образ.

Найкращими інструментами для формування іміджу науковця є:

1. Комунікативна компетентність науковця;
2. Ораторська компетенція науковця;
3. Дотримання професійного та наукового етикету;
4. Культура мовлення;
5. Використання інтерактивних методів під час роботи з аудиторією;
6. Використання засобів впливу на слухача;
7. Правильна побудова структури виступу.