
 <https://doi.org/10.31651/2524-2660-2023-3-57-63>

 <https://orcid.org/0000-0002-0417-3318>

КРАСНИЦЬКА Ольга Володимирівна

кандидатка педагогічних наук, доцентка, доцентка катедри суспільних наук,
Національний університет оборони України
e-mail: Olya271272@ukr.net

УДК 37.016:808.5-051(045)

ОРАТОРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ У ФОКУСІ СТРУКТУРНОГО ВІДОБРАЖЕННЯ: ВІД КОМУНІКАЦІЇ ДО ВПЛИВУ

Стаття присвячена ораторській діяльності, через яку викладач здійснює освітній процес, навчає слухачів (курсантів, студентів), формує в них компетентності й досягає результатів навчання. Постаючи перед аудиторією в ролі оратора (лектора, спікера), він презентує широкій спільноті результати власної освітньо-наукової діяльності, долучає її до творення інтелектуального багатства людства. Водночас оратор комунікує та взаємодіє зі слухачами в інформаційно-емоційному просторі; через публічний виступ здійснює вплив на аудиторію; змінює думки, погляди, судження, формує переконання, спонукає до дій; робить доступними свої знання, забезпечує сприйняття слухачами інформації та перетворення її в систему їхніх знань і вмінь. Через ораторську діяльність викладач створює креативне, привабливе, цікаве й пізнавальне освітнє середовище.

Ораторську діяльність представлено як: 1) свідому активність оратора, що виражається в системі його дій на основі риторичних знань та ораторських умінь, спрямовану на досягнення мети публічного виступу шляхом інформаційного, когнітивного, емоційного, психологічного й поведінкового впливу на цільову аудиторію; 2) динамічну систему цілей, мотивів, засобів і дій оратора, що забезпечують інформаційний, когнітивний, емоційний, психологічний та поведінковий вплив на цільову аудиторію. Вплив оратора на аудиторію є ядром ораторської діяльності.

Презентовано структуру ораторської діяльності, складовими якої визначено мету як джерело активності оратора, мотиви як внутрішній рушій, що спонукає до ораторської діяльності, комунікаційну стратегію, публічний виступ як засіб та основну одиницю ораторської діяльності, риторичні знання, ораторські вміння, дії оратора.

Ключові слова: ораторська діяльність; публічний виступ; оратор; викладач; комунікація; комунікаційна стратегія; вплив; сприйняття інформації; декодування.

Обґрунтування актуальності теми.

Силою, що може змінити думки, погляди, ставлення, розширити світогляд, відкрити нові шляхи, допомогти пізнати себе й розкрити потенціал, розширити горизонти, мотивувати вийти із зони комфорту та досягнути значних успіхів, є слово викладача, а конкретніше й глибше – його публічний виступ. Постаючи перед слухачами (курсантами, студентами) передусім у ролі оратора (лектора, спікера), науково-педагогічний працівник (НПП) через ораторську діяльність здійснює на них значний вплив. Як мотивувати слухача постійно навчатися, опановувати додатковий матеріал? Як зацікавити його навчальним контентом? Як зробити навчання ефективним і тим, що приносить задоволення? Які методи, прийоми, техніки, засоби використати? Як через комунікацію з аудиторією досягнути впливу на неї?

Загальновідомо, що навчання найефективніше тоді, коли приносить радість, коли слухач із задоволенням іде на лекцію до викладача, коли він відчуває насолоду від отриманої інформації, адже бачить у цьому свій розвиток. Кожен НПП мріє про зацікавлені очі аудиторії, беззаперечне сприйняття інформації, активний пізнавальний інтерес і післядовільну увагу, ґрунтовний зворотний зв'язок у вигляді знань та вмінь, досягнутих результатів навчання та сформованих компетентностей. Тож розуміння викладачем сутності ораторської діяльності, її цілей і мотивів, вагомості публічного виступу як основної одиниці, своєї ролі оратора в налагодженні комунікації та взаємодії зі слухачами, здійсненні інформаційного, когнітивного, емоційного, психологічного й поведінкового впливу на них дає йому змогу досягати визначених цілей і результатів навчання, відігравати важливу роль у їх професійному й особистісному зростанні та становленні й насамкінець розвитку інтелектуального потенціалу держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій спонукав нас з'ясувати сутність ораторської діяльності, адже ми звертаємо

увагу наукової спільноти на основну роль викладача як оратора (спікера, лектора), завдяки якій він постає перед аудиторією, передає знання, досвід, формує компетентності у слухачів (курсантів, студентів), здійснює освітній процес, навчає їх, завдяки якій він представляє заклад вищої освіти (вищий військовий навчальний заклад, наукову установу) на різного роду освітніх і наукових заходах, всеукраїнській та міжнародній арені, завдяки якій він презентує широкій спільноті результати своєї освітньо-наукової діяльності. Про вагомість ролі оратора для НПП відзначають у своїх наукових розвідках В. Акімова, О. Бойчук, Г. Євсеєва, Н. Колотилова, Г. Сагач та ін.

Нами з'ясовано, що вчені здебільшого досліджують риторичну (Я. Білоусова, А. Воробйова, С. Горобець, О. Залюбівська, В. Нищета, А. Усатий), мовленнєво-риторичну (Г. Бондаренко, Н. Голуб, С. Мартиненко), риторично-педагогічну (О. Кучерук, Л. Шевцова), мовленнєву (О. Заболотська, О. Ковтун, О. Лянна, І. Татаріна), комунікативну (А. Кочубей, І. Омельченко, О. Проскурняк, О. Тур, В. Федчик) діяльність, дають їм ґрунтовну характеристику. Поняття ораторської діяльності ми зустрічаємо в публікаціях С. Абрамовича, І. Гузенко, В. Докаша, Н. Колотилової, В. Крикуна, Л. Савенкової, М. Чикарькової, проте не знаходимо вичерпного її трактування й опису. Здебільшого в наукових і методичних працях натрапляємо на поняття академічного красномовства, яке тлумачать як ораторську діяльність викладача, науковця, який доповідає про результати дослідження або популяризує досягнення науки [1, с. 55].

Проте ми не погоджуємося, по-перше, з поняттям академічне красномовство, оскільки розуміємо красномовство як володіння бездоганною культурою (грамотність, правильність, точність, логічність, ясність, чистота, багатство, виразність, доречність, відсутність мовних помилок) і технікою (дихання, голос, дикція, орфоепія) мовлення, вміле (доцільне) використання невербальних засобів мовлення. По-друге, зауважимо, що не варто обмежувати ораторську діяльність викладача лише науковими доповідями й лекціями. Як ми знаємо, НПП виступає на різних освітніх і наукових заходах з інформаційними, переконливими, протокольно-етикетними промовами.

Мета дослідження – з'ясувати сутність ораторської діяльності, визначити її структуру, показати справжність ролі оратора (спікера, лектора) в освітньо-науковій діяльності викладача.

Виклад основного матеріалу. Сучасна людина за один день може виконувати стільки видів робіт, що навіть не усвідомлює наскільки різноманітною та всеохоплюючою є її діяльність. Викладач пише наукову статтю, готує виступ на конференцію, проводить лекцію, після неї консультацію зі слухачем, осмислює план нового дослідження, оновлює робочу програму навчальної дисципліни, читає книжку, опрацьовує отриману інформацію й поповнює свою скарбничку знань. І все це може вміститися навіть в один-два дні. Влучним є зауваження О. Леонтєва, що «... у реальності ми завжди маємо справу з особливими діяльностями, кожна з яких відповідає певній потребі суб'єкта, прагне до подолання цієї потреби, згасає внаслідок її задоволення й відтворюється знову, можливо, уже в зовсім інших умовах» [2, с. 48]. Тобто викладач одночасно займається освітньою, науковою, методичною, ораторською діяльністю. Водночас він комунікує зі слухачами, колегами, друзями для вирішення важливих професійних і життєвих питань.

Розглядаючи діяльність як свідому активність людини, що виявляється системою дій, спрямованих на досягнення мети, і змістом якої є доцільні зміни та перетворення речей і явищ залежно від людських потреб [3, с. 307–308], наголошуємо на вагомому значенні ораторської діяльності викладача як для досягнення результатів навчання в освітньому процесі, так і для професійного становлення слухача (курсанта, студента), його особистісного зростання, розвитку світогляду, формування професійної свідомості, так і навзаєм для професійної трансформації НПП.

Оратор – людина, яка виступає публічно, доносить свої погляди, презентує ідеї, відстоює бачення. Оратор – людина, яка комунікує та взаємодіє зі слухачами (глядачами) в інформаційно-емоційному просторі. Оратор – людина, яка через публічний виступ здійснює вплив на аудиторію, з якою працює. Оратор – людина, яка змінює думки, впливає на судження, формує переконання, спонукає до дій. Саме через ораторську діяльність викладач навчає слухачів (курсантів, студентів), робить доступними для них свої знання, передає важливу інформацію, забезпечує її сприйняття й перетворення в систему знань та вмінь. Через ораторську діяльність він долучає їх до спільної мисленнєво-мовленнєвої діяльності, навзаєм навчає думати, долати скутість думки та слова, грамотно, логічно й переконливо висловлювати свої думки, виражати себе. Через ораторську діяльність НПП створює креативне, привабливе, цікаве й пізнавальне освітнє середовище,

яке, за влучним висловлюванням Р. Вайноли, відображає педагогічно організовану, індивідуально орієнтовану форму професійного й особистісного розвитку здобувачів освіти [4, с. 27].

Через ораторську діяльність освітянин-науковець поширює результати власних досліджень і залучає до комунікації широку наукову спільноту для обговорення й вирішення важливих освітньо-наукових проблем та завдань. І насамкінець через ораторську діяльність викладач виражає себе, самостверджується, представляє аудиторії власні погляди й переконання, створює особистий бренд, у якому В. Берещак бачить ділову репутацію, цілісний образ, що формує стійке уявлення про людину як професіонала та експерта у своїй справі [5, с. 141]. На нашу думку, особистий бренд НПП впливатиме на його впізнаваність, зокрема в освітньо-науковому колі, залучення до різноманітних заходів на регіональному, всеукраїнському й міжнародному рівнях, популяризації його досліджень, обранні слухачами (курсантами, студентами) його курсів, їхнє бажання бачити такого викладача в аудиторії.

Слушно зауважує Н. Колотилова, що для успішної освітньо-наукової діяльності НПП недостатньо самому засвоїти певну суму знань, потрібно ще вміти переконливо презентувати власну експертну позицію, вчасно не погодитися з опонентом чи вдало відповісти на запитання [6, с. 5]. Вельми важливим залишається підбір актуальної для певної ситуації та аудиторії інформації, її правильне кодування й структурування в повноцінний публічний виступ, за потреби візуалізація контенту промови, продумування доречної стратегії і тактики виступу, а також побудова ефективної взаємодії з аудиторією, що передбачає її характеристику, встановлення контакту з нею, налагодження комунікації, завоювання довіри, управління увагою, отримання зворотної реакції та зворотного зв'язку й насамкінець вплив на свідомість, розум, почуття, емоції, волю, мотиви, установки, переконання слухачів.

Як ми бачимо, ораторська діяльність виявляється через публічні виступи викладача освітнього, методичного, наукового характеру. Головна її мета – створення та передача (поширення) нових знань; формування необмеженого інноваційного мислення слухачів, що допоможе їм створювати нові можливості для себе й інших, ефективно функціонувати в сучасному швидкоплинному світі технологій та інформації, бути готовими до змін і власноруч ставати їх причиною; формування системи знань та цінностей, професійної свідомості, бага-

того світогляду, незгасаючого пізнавального інтересу слухачів (курсантів, студентів), поширення результатів наукових досліджень серед широкої спільноти, долучення слухачів до творення високоосвіченого та висококультурного суспільства, здатного рухати світ уперед. Водночас кожен публічний виступ має свої цілі, що в сукупності ведуть до досягнення викладачем визначених ним цілей ораторської діяльності.

Мета ораторської діяльності більш глобальна, мета кожного публічного виступу більш конкретна. Як зазначає К. Сігал, ціль має бути високою, але реалістичною [7, с. 67]. Мету ораторської діяльності викладача можна порівняти зі шляхетною метою, про яку розповідає С. Сінек у праці «Нескінченна гра». Згідно з його позицією, це контекст для всіх інших цілей, великих і малих, усі кінцеві досягнення мають сприяти руху до шляхетної мети. Це про майбутнє, вона визначає, куди ми йдемо, описуючи світ, у якому прагнемо жити та який допомагаємо створювати. Шляхетна мета надає сенсу нашій роботі. Це конкретне бачення майбутнього, яке ще тільки належить створити [8].

Мета ораторської діяльності, на наше переконання, розкриває бачення викладачем майбутнього, яке він прагне й може створити для своїх слухачів, розкриває розуміння ним свого призначення та обов'язків, є високою, реалізується через низку публічних виступів різних форматів, систематичну комунікацію з аудиторією. Мета ораторської діяльності – як «золотий стандарт», за яким можна оцінити бачення, цінності, ідеали НПП, його готовність «служити іншим». Вона пронизує освітньо-наукову діяльність викладача, усе, що він робить і говорить. Висока й реалістична мета спонукає оратора до систематичної роботи, пошуку, нових планів, шалених ідей, інколи неймовірних зусиль, відданості творчій педагогічній праці та аудиторії.

Отже, цілепокладання займає важливе місце в досягненні результативності та забезпеченні ефективності роботи НПП. Викладач має чітко розуміти, до чого він прагне, що хоче створити й отримати, і як він зрозуміє, що досягнув того, чого прагнув. «Якщо ви представляєте лише ту роботу, у яку вірите на 100 %, і приймаєте лише ту роботу, у яку вірите на 100 %, то володієте скарбом, який ніхто не зможе у вас відібрати, – вірністю своїм ідеалам», – пише К. Сігал [7, с. 14]. Ці ідеали реалізуються викладачем через ораторську діяльність і відображаються в її меті.

Виходячи з мети ораторської діяльності, НПП буде комунікаційну стратегію, яку реалізує через систему публічних виступів

освітнього, методичного й наукового характеру. Здебільшого науковці представляють комунікаційну стратегію як довгостроковий план, що містить опис довгострокових принципів комунікації з аудиторією [9, с. 14], передбачає формування системи комунікаційних повідомлень шляхом застосування різних комунікаційних засобів [там само, с. 16]; систему координат, мета якої – побудувати ефективний обмін інформацією з цільовими сегментами аудиторії для вирішення бізнесових і маркетингових завдань, зокрема збільшення лояльності, просування бренду та отримання зворотного зв'язку [5, с. 15].

Комунікаційну стратегію в ораторській діяльності ми визначаємо як: 1) систему координат публічних виступів викладача, що забезпечують створення, передачу та правильне декодування інформаційного контенту, перетворення його в систему знань і вмінь, регулятор дій аудиторії для вирішення освітньо-наукових та професійних завдань; 2) пролонгування стратегічних далекоглядних ідей і поглядів, що закладають підвалини й сприяють побудові засадничих цінностей, необхідних оратору для ефективної комунікації та взаємодії з аудиторією, «служіння іншим», безперервного руху до шляхетної мети.

Публічний виступ постає як основна одиниця (засіб) ораторської діяльності, через який оратор не лише передає слухачам інформаційний контент, а й вибудовує комунікацію та взаємодію з ними, забезпечує повноту сприйняття інформації, правильне декодування його повідомлень, емоційний відгук, спонукає до дій. І зрештою викладач здійснює інформаційний, когнітивний, емоційний, психологічний та поведінковий вплив на аудиторію.

Ми погоджуємося з В. Берещак, що «аудиторія – не стала аморфна група чи групи осіб, які можна порахувати, розкласти на портрети й діяти за чіткою схемою з методички з навіювання потрібних переконань» [5, с. 55]. Аудиторія – слухачі (глядачі) з власними інтересами, потребами, мотивами, які мають свої очікування від кожного публічного виступу (навчального заняття) викладача. Часто це слухачі з високим рівнем професійної підготовленості, які приходять на публічний виступ НПП із конкретною метою. І перші їх очікування – професіоналізм та експертність оратора, актуальність і якість контенту, активна взаємодія та комунікація викладача з аудиторією.

Готуючи контент публічного виступу, НПП добирає та структурує інформацію, а що важливіше, він кодує повідомлення й закладає у нього певний зміст. Як зазначає

О. Хміляр, унаслідок кодування повідомлення перетворюється в послідовність вимовлених слів [10, с. 217]. Слова мають значення, зауважує С. Сінек. Вони надають багатом речам нового сенсу. Неправильно підібрані слова породжують неточність переданої інформації, викривлення намірів і як наслідок – невинуваті очікування [8]. Отримувач, тобто аудиторія має сприйняти зміст повідомлення саме таким, який був вкладений у нього передавачем – оратором [10, с. 217], правильно його декодувавши.

За О. Хмілярем, те, як людина декодує отримані повідомлення, визначається не лише змістом закодованої інформації, умінням переказати закодоване повідомлення на мову, зрозумілу отримувачу, зниженням суб'єктивності в судженнях, а й індивідуальним її життєвим досвідом, рівнем професійної підготовленості, ерудованості, навіть належністю до певної культури [11, с. 191]. Це підтверджує для оратора необхідність знання аудиторії, перед якою він буде виступати.

Декодування повідомлення залежить від індивідуальних особливостей сприйняття інформації слухачем [10, с. 218]. Кожен із нас має свій професійний та комунікаційний досвід, знання, уміння, судження, бачення. Хтось може «читати між рядків», хтось в одних і тих же словах бачить різний сенс. Кожен сприймає інформацію через різні канали. Тому важлива комунікація та взаємодія оратора з аудиторією під час публічного виступу, вплив на різні типи сприйняття інформації. Ми наголошуємо на тому, що промова – це не виключний монолог перед слухачами, а контакт, обмін інформацією, сприйняття оратора аудиторією та аудиторії оратором, управління її увагою, взаємодія з нею.

Слушно зазначає О. Хміляр, що мовлення викладача ефективніше, коли зміст та інтенсивність вербального повідомлення відповідає змісту та інтенсивності невербального [10, с. 219]. Декодування жестового повідомлення – складний процес виділення найістотніших елементів висловлювання, перетворення розгорнутої системи жестового повідомлення в думку, що за ним стоїть [11, с. 220]. Тому вербальне мовлення оратора має відповідати невербальному, навіть через невербальні засоби викладач повинен підсилювати зміст вербального повідомлення, а також використовувати невербальні та аудіальні техніки управління увагою.

Варто пам'ятати про влучний коментар К. Флемінг, що слова містять інформацію, але голос оратора містить інформацію про нього [12]. Здебільшого невербальне мов-

лення викладача запускає конотативні механізми у сприйнятті слухачем повідомлення (інформації). Конотації – суб'єктивний образ, що виникає під час сприйняття висловлювання; експресивно-емоційне чи оціночне нашарування на тлі денотативного значення (об'єктивного змісту). Вони формують суб'єктивне ставлення до висловлюваного [13, с. 347], тобто надають змісту інформації певного значення. Це відбувається і з боку передавача, і з боку отримувача. Оратору варто звернути увагу на те, що конотації аудиторії мають співпадати з його конотаціями, що забезпечується доцільним підбором і використанням невербальних засобів мовлення.

Отже, вдала комунікація оратора з аудиторією передбачає підбір актуального та якісного контенту, правильне кодування й передачу інформації відповідно до особливостей сприйняття слухачів, забезпечення точного декодування повідомлень і зворотну реакцію та зворотний зв'язок від аудиторії. Взаємодія зі слухачами насамкінець забезпечує вплив оратора на свідомість, почуття, емоції, поведінку аудиторії. Викладач не просто передає інформацію слухачам, а формує систему їхніх знань і поглядів, інтелектуальну обізнаність, змінює, поглиблює чи підтверджує бачення, впливає на переконання й на рівні підсвідомості закріплює установки. Викликаючи емоційний відгук, він спонукає до дій. Вплив оратора на аудиторію вважаємо ядром ораторської діяльності.

Таким чином, *ораторську діяльність* ми визначаємо як *свідому активність оратора, що виражається в системі його дій на основі риторичних знань та ораторських умінь, спрямовану на досягнення мети публічного виступу шляхом інформаційного, когнітивного, емоційного, психологічного й поведінкового впливу на цільову аудиторію*.

Для ефективності ораторської діяльності НПП має не лише визначити та реалізувати через публічні виступи її мету, комунікаційну стратегію, а й мати стійку мотивацію, володіти риторичними знаннями та ораторськими вміннями, що формують доцільні дії оратора. Мотиви – внутрішній рушій, що спонукає викладача до ораторської діяльності й зокрема досягнення її цілей. Вони можуть бути різними і витікати як із його потреб, згідно з твердженням О. Леонтєва [2, с. 48], так і з цінностей: професійний обов'язок, значна цікавість та інтерес до діяльності, самоствердження, служіння іншим, створення й передача унікальних знань, визнання як креативного та затребуваного викладача (лектора), внутрішнє задоволення від користі пере-

даних знань, повага широкої аудиторії, можливість змінювати професійне життя інших, формування необмеженого мислення слухачів, досягнення змін у сфері освіти й науки, значущість ораторської діяльності, робота за покликанням тощо.

Названі мотиви вимагають кропіткої роботи НПП, відповідають справжнім педагогічним цінностям і спрямовані на досягнення шляхетної мети. Наприклад, мотив значущості ораторської діяльності та впливу на аудиторію, як зазначає С. Фовлер, схиляє не просто прямувати до мети, а надавати їй значення й пов'язувати з цінностями. Водночас цінності викладача узгоджуються з його суспільним обов'язком. Працюючи згідно з ними, НПП має високий рівень саморегуляції, що веде до реалізації його психологічних потреб [14].

Мотив створення та передачі унікальних знань, «служіння іншим» завжди спонукатиме викладача до саморозвитку, творчого пошуку, складання авторських розробок, підготовки оригінального контенту. Як Арпе створює продукцію лише преміум класу й не прагне зайняти місце на ринку недорогих продуктів [7, с. 49], так і викладач працює системно, не зупиняючись, долаючи всі перешкоди, креативно й системно мислячи, готуючи завжди оригінальні публічні виступи та якісний контент, досягає шляхетної мети. Описуючи питання мотивації С. Фовлер вказує на особистий мотиваційний орієнтир, зумовлений природною цікавістю й любов'ю до своєї справи. Навіть коли завдання вимагають багато енергії, оратор сприймає це як приємну віддачу, він тішиться тим, що робить [14].

Таким чином, мотивація, породжена вибором викладача, цінностями, високими потребами, прагненнями, рухає його до шляхетної мети, а робота набуває іншого вищого сенсу – створення інтелектуального й духовного багатства нашої країни, розвиток освіти та науки. Володіння риторичними знаннями й ораторськими вміннями забезпечують доцільність та ефективність дій оратора, що ведуть до успіху в ораторській діяльності й приносять значну користь слухачам.

Визначення та детальний аналіз основних структурних елементів **ораторської діяльності** дав нам змогу з'ясувати ще одне її розуміння як *динамічної системи цілей, мотивів, засобів і дій оратора, що забезпечують інформаційний, когнітивний, емоційний, психологічний та поведінковий вплив на цільову аудиторію*. І в такий спосіб ми представляємо до уваги структуру ораторської діяльності, зображено на рис. 1.



Рис. 1. Структура ораторської діяльності (за О. Красницькою)

Висновки і перспективи подальших досліджень. У процесі освітньо-наукової діяльності викладач як з'ясовує потреби та інтереси аудиторії, так і формує їх. Він виконує суспільно значущу функцію, розвиваючи освіту й науку, створюючи та поширюючи нові знання, формуючи інтелектуальний потенціал держави. Роль оратора (спікера, лектора) дає йому змогу приносити значну користь слухачам (курсантам, студентам), задовольняючи їхні освітні, пізнавальні, емоційні, соціальні потреби та інтереси, формуючи переконання й погляди, впливаючи на свідомість, емоції, мотиви, установки, змінюючи думки та студження, викликаючи активний інтерес і спонукаючи до власного професійного й особистісного розвитку. Ораторська діяльність є ключем до змін, які викладач може створити та реалізувати у сфері освіти й науки. Маючи шляхетну мету, що реалізується через комунікаційну стратегію в публічних виступах на основі стійкої мотивації, риторичних знань та ораторських умінь, НПП детально й точно вибудовує свої дії, що в сукупності спрямовані на інформаційний, когнітивний, емоційний, психологічний і поведінковий вплив на цільову аудиторію.

Перспективами подальших досліджень є розробка моделі ораторської діяльності, що відобразить весь цикл дій оратора для досягнення цілей публічного виступу та реалізацію комунікаційної стратегії.

Список бібліографічних посилань

1. Риторика: навч. посіб. / упор. Т.К. Ісаєнко, А.В. Лисенко. Полтава: ПолтНТУ, 2019. 247 с.
2. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М.: Политиздат, 1975. 130 с. URL: <http://surl.li/eowmz>.
3. Максименко С. Д., Зайчук В.О., Клименко В.В., Соловйенко В.О. Загальна психологія: підручник. Київ: Форум, 2000. 543 с.
4. Вайнола Р.Х. Професійний та особистісний розвиток майбутніх фахівців засобами соціального виховання в умовах університетської освіти. *Єдність навчання і наукових досліджень – головний принцип університету*: матеріали наук. конф. Київ: НВП «Інтерсервіс», 2017. Вип. 3. С. 26–30.
5. Берещак В. Комунікаційна стратегія в бізнесі. Як досягнути максимуму в спілкуванні з аудиторією. Київ: Yakaboo Publishing, 2023. 200 с.
6. Колотилова Н.А. Логіка і риторика: ретроспектива взаємозв'язку: монографія. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 272 с.
7. Сігал К. Шалено просто. Ідея, що привела Apple до успіху. Київ: ArtHuss, 2023. 224 с.
8. Sinek S. *The Infinite Game*. New York: Portfolio. Penguin, 2019. 272 p.
9. Завербний А.С. Комунікаційні стратегії: проблеми та перспективи формування і реалізування за умов євроінтегрування. *Innovation and Sustainability*, 2022. № 1. С. 13–19. URL: <http://surl.li/iybie>.
10. Хміляр О.Ф. Психологічна структура кодування, передачі і декодування повідомлень у системі «людина-людина». *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Психологічні науки*, 2014. №13(109). Вип. 2. С. 216–222.
11. Хміляр О.Ф. Психологія символічної регуляції дій і вчинків особистості: монографія. Київ: Контекст Україна, 2016. 380 с.
12. Fleming C.A. *The Serious Business of Small Talk. Becoming Fluent, Comfortable and Charming*. Oakland: Berrett-Koehler Publishers, 2018. 196 p.
13. Хміляр О.Ф. Денотативні та конотативні механізми символічної регуляції поведінки особистості. *Вісник Національного університету оборони України*, 2014. №3(40). С. 346–352.
14. Fowler S. *Why Motivating People Doesn't Work ... and What Does: The New Science of Leading Energizing, and Engaging*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, 2017. 232 p.

References

15. Rhetoric: a study guide (2019). In T.K. Isaenko, A.V. Lysenko (compilers). Poltava: PoltNTU. 247 p. [in Ukr.].
16. Leontyev, A.N. (1975). *Activity. Consciousness. Personality*. Moscow: Politizdat. 130 p. Retrieved from <http://surl.li/eowmz> [in Rus.].
17. Maksymenko, S. D., Zaichuk, V.O., Klymenko, V.V., Solovienko, V.O. (2000). *General psychology: a textbook*. Kyiv: Forum. 543 p. [in Ukr.].
18. Vynola, R.H. (2017). Professional and personal development of future specialists by means of social education in the conditions of university education. *The unity of education and scientific research is the main principle of the university: materials of sciences. conf.* Kyiv: Interservice. Vol. 3: 26–30 [in Ukr.].
19. Bereshchak, V. (2023). *Communication strategy in business. How to achieve the maximum in communication with the audience*. Kyiv: Yakaboo Publishing. 200 p. [in Ukr.].
20. Kolotilova, N.A. (2019). *Logic and rhetoric: a retrospective of the relationship: a monograph*. Kyiv: Center for Educational Literature. 272 p. [in Ukr.].
21. Segal, K. (2023). *Insanely simple. The idea that led Apple to success*. Kyiv: ArtHuss. 224 p. [in Ukr.].

22. Sinek S. (2019). *The Infinite Game*. New York: Portfolio. Penguin. 272 p.
23. Zaverbny, A.S. (2022). Communication strategies: problems and prospects of formation and implementation under the conditions of European integration. *Innovation and Sustainability*, 1: 13–19. Retrieved from <http://surl.li/iybie> [in Ukr.].
24. Khmylyar, O.F. (2014). Psychological structure of encoding, transmission and decoding of messages in the "person-person" system. *Scientific Bulletin of Mykolaiv National University named after V.O. Sukhomlynskyi. Psychological sciences*, 13(109). Issue 2: 216–222 [in Ukr.].
25. Khmylyar, O.F. (2016). Psychology of symbolic regulation of actions and actions of the individual: monograph. Kyiv: Context Ukraine. 380 p. [in Ukr.].
26. Fleming, C.A. (2018). *The Serious Business of Small Talk. Becoming Fluent, Comfortable and Charming*. Oakland: Berrett-Koehler Publishers. 196 p.
27. Khmylyar, O.F. (2014). Denotative and connotative mechanisms of symbolic regulation of individual behavior. *Bulletin of the National University of Defense of Ukraine*, 3(40): 346–352 [in Ukr.].
28. Fowler, S. (2017). *Why Motivating People Doesn't Work ... and What Does: The New Science of Leading Energizing, and Engaging*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers. 232 p.

KRASNYTSKA Olha

PhD in Pedagogy, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Social Sciences, National Defense University of Ukraine

**ORATORY ACTIVITY IN THE FOCUS OF STRUCTURAL REFLECTION:
FROM COMMUNICATION TO INFLUENCE**

Summary. *The article is devoted to oratorical activity, through which the teacher carries out the educational process, teaches students, develops competence in them and achieves learning outcomes. Appearing in front of the audience in the role of talker (lecturer, speaker), he/she presents the results of his/her own educational and scientific activities to the wider community, involves them in the creation of the mankind intellectual wealth. At the same time the speaker communicates and interacts with students in the informational and emotional space; influences the audience through public speaking; changes thoughts, views, judgments, forms beliefs, encourages action; makes his/her knowledge available, ensures students' perception of information and its transformation into the system of their knowledge and skills. Through public speaking the teacher creates a creative, attractive, interesting and informative educational environment.*

Oratorical activity is presented as: 1) the speaker's conscious activity, expressed in the system of his/her actions based on rhetorical knowledge and oratorical skills, aimed at achieving the goal of public speaking

through informational, cognitive, emotional, psychological and behavioral influence on the target audience; 2) goals' dynamic system, motives, means and actions of the speaker which provide informational, cognitive, emotional, psychological and behavioral influence on the target audience. The influence of the speaker on the audience is the core of the oratorical activity.

The structure of the oratorical activity is presented the components of which are defined as the goal as a source of the orator's activity, motives as an internal driver that encourages oratorical activity, communication strategy, public speaking as a means and the main point of oratorical activity, rhetorical knowledge, oratorical skills, orator's actions.

Keywords: *oratorical activity; public speaking; speaker; teacher; communication; communication strategy; influence; perception of information; decoding.*

Одержано редакцією 10.08.2023
Прийнято до публікації 26.08.2023