

діяльності, сомоорганізації, самоконтролю, постановки мети, управління часом. Сформувавши лідера у власному житті у нас є шанс виростити гарного командира-лідера.

Окремо треба наголосити на існуванні токсичних лідерських традицій у багатьох підрозділах. Величезна проблема. Її розв'язання має бути засноване на вірцевій моральності командирів та науково-педагогічного складу військових навчальних закладів, впровадження політики доброчесності, лідерства-служіння усіх командирів.

На нашу думку, ми зупинилися тільки на найбільш актуальних перешкодах і труднощах у формуванні військових лідерів. Безумовно це не повний перелік. Але сподіваємося, що разом ми зможемо їх всі подолати.

УВАГА АУДИТОРІЇ ЯК ЧИННИК УСПІШНОСТІ ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ

О. Красницька, кандидат педагогічних наук

Національний університет оборони України імені Івана Черняхівського

Хто б із нас не хотів відчувати себе успішною людиною? Успішним викладачем, науковцем, офіцером, військовим керівником? Кожен дасть позитивну відповідь. Як досягнути успіху? По-перше, постійно працювати над собою, розвиватися як особистість і професіонал. По-друге, правильно ставити цілі в житті та професійній діяльності, вибудовувати чіткий план їх досягнення, з ентузіазмом долати всі перешкоди й невдачі, святкувати перемоги. По-третє, навчитися виступати публічно. Адже педагогічна й військова професії пронизані публічними виступами, взаємодією з чисельною аудиторією – слухачами, курсантами, студентами, офіцерами, особовим складом. Лекція, доповідь на конференції, привітання, оголошення наказу, інструктаж, доповідь командира є публічними виступами.

Кожен викладач, науковець, офіцер, військовий керівник щодня взаємодіє з цільовою аудиторією. І кожен хотів би зрозуміло доносити свою думку, щоб його чули, розуміли, дослухалися до нього, приймали погляди, чітко виконували завдання. Кожен викладач мріє про тишину в аудиторії під час заняття та активність слухачів водночас, про зацікавлені погляди, «відкриті вуха», жагу їх до знань.

Відомо, що в одного викладача аудиторія зацікавлено слухає навчальний матеріал, «ловить» кожен жест і крок науково-педагогічного працівника, активно слухає й намагається дізнатися якнайбільше нового, поспілкуватися з викладачем навіть після занять. Він постійно чує слова вдячності від слухачів. В іншого ж педагога слухачі (курсанти, студенти) переписують інформацію зі слайдів, чекають якнайшвидшого закінчення заняття, мріють лише здати залік чи іспит і забути про дисципліну. Можна навести й інший приклад. Коли

науковця, який доповідає на науково-практичній конференції, аудиторія зацікавлено слухає, ставить йому додаткові запитання, цікавиться поданим матеріалом, прагне глибше зануритися в тему виступу. Або ж навпаки, тема доповіді інтригує, але оратор робить її нудною, що вимагає терпіння, а не уваги, і слухачі нагороджують його аплодисментами за те, що він нарешті закінчив доповідати.

Що сприяє зацікавленості аудиторії? Як зробити публічний виступ таким, щоб оратору аплодували стоячи? Як провести навчальне заняття, щоб слухачі з нетерпінням чекали наступного? Необхідно завоювати увагу аудиторії й навчитися нею управляти. Увага – один з основних чинників успішності публічного виступу.

Увага – це вибіркова спрямованість на певний об'єкт, зосередженість на ньому, заглиблення у спрямовану на об'єкт пізнавальну діяльність [2, с. 417]. Знання оратором її властивостей, зокрема концентрації, об'єму, розподілення, переключення, стійкості, їх особливостей дасть йому змогу правильно добирати матеріал, структурувати, подавати цікаво, захопливо, переконливо, а також побудувати ефективну взаємодію з аудиторією.

Стійкість уваги, як зазначає С. Рубінштейн, залежить від багатьох умов, зокрема особливостей матеріалу, ступеня його складності, доступності, зрозумілості, новизни, ставлення до нього суб'єкта, обізнаності слухача в тематиці, індивідуальних особливостей особистості [2, с. 429]. Водночас відомо, що людина може її концентрувати протягом 23–30 хв., а то й менше. Хоча навіть протягом цього часу матеріал у публічному виступі потрібно подавати так, щоб його хотілося слухати, а не переключати увагу на сторонні речі.

У цьому контексті варто звернутися до видів уваги, а саме довільної та мимовільної. Перша являє собою свідомо спрямовану увагу, яку суб'єкт регулює самостійно, свідомо обираючи її об'єкт [2, с. 423], тобто слухач на занятті самостійно обирає, на що йому спрямувати свою увагу – на викладача, демонстрацію цікавого відео, розповідь педагога, сусіда, який намагається щось йому розповісти, власні справи тощо. Коли слухачу нецікаво, він свідомо переключає увагу на будь-яке інше заняття, не сприймаючи й не засвоюючи таким чином матеріал. Мимовільна увага спрямовується на об'єкт, що сам по собі не привертає увагу слухача [2, с. 423], її викликають різноманітні фактори, незалежні від нас, наприклад, двері, що відчинилися в аудиторію, яскраве забарвлення чогось, книжка, що з гуркотом впала на підлогу, стук у двері, раптово лунаючий грім за вікном тощо. Проте вони здатні зацікавити слухача більше, ніж промова оратора.

Завданням викладача науковця, офіцера, військового керівника є активізувати, утримати й управляти увагою аудиторії, домогтися максимального її зосередження на предметі розмови. Звичайно, сторонні речі можуть відволікати, але водночас не заважати повноцінному сприйманню та розумінню матеріалу. Оратору необхідно виступати перед аудиторією так, щоб вона із

зацікавленням його слухала, а він, зі свого боку, впливав і на довільну увагу, і мимовільну. Вимагати від слухачів постійної довільної уваги й зосередженості на предметі розмови він не зможе, оскільки це викличе протилежний ефект. Здобутком оратора стане вміння побудувати спілкування з аудиторією на основі довільної та мимовільної уваги разом, тобто сприяти розвитку довільної уваги, уміло використовуючи мимовільну. Як це зробити?

Слухачі мають бути зацікавлені у предметі виступу, що спонукає доповідача добирати актуальний і потрібний матеріал – це довільна увага. Під час виступу, у процесі заняття необхідно активізувати мимовільну увагу за допомогою різноманітних технік управління увагою аудиторії, які водночас прикрашають і забарвлюють подану інформацію, впливають на емоції. Варто зауважити, що вони мають бути в контексті предмета обговорення, емоційний фактор пронизує лише основні ланки, ключові моменти, серцевину інформації, сприяє психічному розвантаженню, пробуджує активний інтерес.

Аналіз численних праць, присвячених питанням риторики, ораторського мистецтва, публічного мовлення, дав змогу виділити чотири групи технік управління увагою аудиторії, зокрема:

- *вербальні* (звертання до слухача на ім'я, комплімент, використання слів «цікаво», «уперше», «новий», «увага», «уявіть собі», «не повірите», «між нами кажучи», «знаєте», «розумієте», «пам'ятаєте», фрази «ми з вами», слова з інтимним (сексуальним) відтінком, жарт, анекдот, розповідь про те, що об'єднує, історія, байка, притча, уривок із книги, статистичні дані, цифри, приклади з життя чи професійної діяльності, риторичні запитання, запитання, поставлені в аудиторію, цитати, приказки, прислів'я, порівняння, гіпербола, метафора, аналогія, зіставлення всіх «за» і «проти», короткий відступ від теми, звертання до думки аудиторії, повторення, підлаштування під аудиторію, побажання слухачам);

- *аудіальні* (зміна гучності голосу, висоти голосу, швидкості мовлення, тону мовлення, використання пауз, зміна інтонації);

- *невербальні* (зоровий контакт, широкі жести, жест «вказівний палець», різкі рухи, зміна дистанції, хода, гра мімікою, дотики, передача предметів, завмирання, зміна пози);

- *техніки, пов'язані з дією* (провокація, епатаж, вправи, прохання про допомогу аудиторії, ілюстрації, демонстрація відеоматеріалів, відображення інформації на дошці (фліпчарті)) [1, с. 305–314].

Вербальні техніки та техніки, пов'язані з дією, спрямовані на встановлення активної взаємодії з аудиторією, створення позитивного емоційного фону, виклик позитивних емоцій у слухачів, переключення їх уваги, отримання зворотного зв'язку, об'єднання оратора з аудиторією, вплив на візуальну, кінестетичну й дигітальну репрезентативні системи.

Аудіальні техніки пов'язані з роботою з голосом. Від нього, як відомо, залежить 35 % інформаційності виступу. До того ж гарно поставлений голос,

правильна техніка мовлення дають змогу зробити промову чіткою, зрозумілою, точно передати думку, висловити почуття. Якщо виступ триває 10–15 хв., то лише за допомогою різнобарв'я голосу можна тримати увагу аудиторії. Слухачі звертають увагу не на виголошені слова, а на те, як вони вимовлені, які емоції передають. Милозвучність, чіткість, гнучкість мовлення завжди має бути на високому рівні. Через мовлення передається думка. Як зазначає О. Хміляр, думка залишається неясною, дифузною, поки не набуде чітких окреслень у мовленні. Мовлення є засобом і формою вираження думки особистості [3, с. 213]. Застосування аудіальних технік дає змогу оратору привертати увагу аудиторії, створювати контрасти в мовленні, передавати емоції й почуття, виділяти головне, наголошувати на важливих моментах, давати слухачам можливість осмислити інформацію, підводити їх до певних висновків.

Невербальні техніки управління увагою ґрунтуються на невербальній поведінці оратора. Відомо, що невербальне мовлення людини сприймає на рівні підсвідомості й довіряє йому більше, ніж вербальному. Водночас оратор, який стоїть за кафедрою протягом тривалого часу або перед аудиторією з кам'яним обличчям, не використовує жодних жестів чи інших рухів, сприймається неприродно й не викликає довіри. Жест, відмічає О. Хміляр, як символічний регулятор поведінки особистості дає змогу зробити висновок про ставлення людини до певної події чи особи, сигналізує про її бажання, психічний стан [3, с. 203]. А також робить мовлення наочною і виразною формою існування сенсомоторного й наочно-дієвого мислення [3, с. 213]. Думка формується у слові та жесті [3, с. 214]. Думка «одягається в жест», жестикуляція є не лише засобом передачі повідомлення, а й знаряддям мислення [3, с. 220]. Через невербальні засоби ми виражаємо почуття, передаємо емоції, наше ставлення до співрозмовника чи аудиторії, інформації. Їх використання доповнює вербальне мовлення, робить його насиченим, емоційно забарвленим, змістовним, наочним.

Застосування невербальних технік дає змогу оратору проілюструвати сказане (жестами намалювати картинку, через ходу розділити аудиторію на частини тощо), передати емоції, підсилити емоційне забарвлення матеріалу, привернути увагу, вказати на щось, підкреслити важливі моменти, передати ставлення до співрозмовника, аудиторії, промови, озвученої інформації, роботи, управляти реакцією аудиторії.

Таким чином, від здатності оратора управляти увагою аудиторії залежить успішність його публічного виступу. Слухачі завжди з нетерпінням чекають цікавої й захопливої промови, водночас чіткої, лаконічної, зрозумілої й тієї, що залишить помітний слід у їхніх думках та серцях. Знання й використання технік управління увагою аудиторії в публічному виступі дасть змогу викладачу, науковцю, офіцеру, військовому керівнику підтримувати позитивний емоційний фон, викликати необхідні реакції у слухачів, складний матеріал подавати цікаво та доступно, зачаровувати своїм мовленням, бути цікавою й неординарною особистістю, володіти аудиторією і випромінювати мистецтво володіння словом.

Список використаних джерел

1. Красницька Ольга. Педагогічна майстерність викладача вищої військової школи : підручник. Київ : Видавничий дім «Кондор», 2020. 528 с.
2. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. 2002. 720 с. URL: <http://flibusta.is/b/378629>.
3. Хміляр О.Ф. Психологія символічної регуляції дій і вчинків особистості : монографія. Київ : ТОВ «Контекст Україна», 2016. 380 с.

АКТУАЛЬНІСТЬ КОНЦЕПЦІЇ «КРИТИЧНОЇ ПРИКЛАДНОЇ ІСТОРІЇ» В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ ВИЩОГО ВІЙСЬКОВОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

А. Скиданова, кандидат історичних наук

Харківський національний університет Повітряних Сил імені Івана Кожедуба

Запропоновані міркування є результатом усвідомлення динамічних перетворень у змістах, ролях/функціях історичних дисциплін в університетах світу й України зокрема. Почасти ці зміни пов'язані з логікою університетських освітніх процесів, що мають як спільні, так і локальні відмінні риси. Більш співмірні вони, проте, з тенденціями розвитку гуманітаристики [1, с. 116-131] та суспільними запитами до історії. Історичні дисципліни у військових вишах України виконують дидактичну й виховну функції (перш за все історія України). Отже, можемо констатувати, що у цьому разі історичні дисципліни поміщено зокрема на перехрестя державної історичної політики та наукових знань про минуле. Проблема при цьому становить те, що перша есенційно інструменталізує всі форми уявлень про минуле, зокрема, наукове знання [2, с.135]. Важливо, що аудиторія слухачів (та викладачі) є носіями мінливої та складної соціальної (колективної / історичної / культурної) пам'яті. Таким чином, в історичні дисципліни проєктуються історія як наука, колективна пам'ять, історична політика. Хоча подекуди вони й живлять одна одну, химерно переплітаючись, усе ж є сутнісно різними, а часто й протилежними [3, с. 129; 4, с. 244-250; 5, с. 45-50]. Відчуття дисонансу та непевності «альянсу» посилює також те, що можливі спільні точки є плінними через процесуальний (змінний) характер як колективної пам'яті, так і державної історичної політики. Розбіжності й виклики за таких обставин в освітньому процесі зростають.

Чи варто шукати концептуальний принцип, який, звісно, не гармонізує, але у певних моментах узгодить цю несиметричну ситуацію, до якої поміщено історичні дисципліни? Спробуємо припустити, що варто. Моя теза полягає у тому, що уявлення про минуле, які формуються під час занять, засадничо повинні будуватися за принципами історичного пізнання. При цьому навчально-методичний контент мусить бути чутливим до суспільних запитів у такий спосіб, який виключає інструменталізацію історії. Задача не є простою, але