

Марунич Ігор Іванович,
професор кафедри правничої лінгвістики
Національної академії внутрішніх справ,
кандидат філологічних наук, доцент;
Петровська Вікторія Юрійвна,
старший лаборант кафедри правничої
лінгвістики Національної академії
внутрішніх справ

ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО РИТОРИЧНИХ ЗНАНЬ, УМІНЬ І НАВИЧОК ФАХІВЦІВ ЗІ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

Для забезпечення ефективності мови фахівців зі зв'язків з громадськістю у своїй професійній мовленнєво-мисленнєвій діяльності повинні спиратися на реалізацію риторичних законів.

Перший крок – розроблення задуму: формулювання теми, постановка мети, завдань, визначення очікуваних результатів, всебічний аналіз предмета (проблеми, теми) мовлення, тобто створення власної концепції як системи знань про предмет, виражених у стислій формі, щодо будь-якої суспільно важливої проблеми (*концептуальний закон*). Знання і застосування концептуального закону риторики забезпечують мовцю необхідний рівень компетентності й професіоналізму.

Другий – «запуск» задуму в суспільство. Першим законом цього етапу є *закон моделювання аудиторії*, знання й застосування якого дозволяє досить повно вивчати тих, на кого треба орієнтувати загальний задум, тобто тих, на кого розраховується викладення концепції (один суб'єкт, ціла соціальна група чи суспільство в цілому), на основі соціально-демографічних, соціально-психологічних та індивідуально-особистісних ознак цієї аудиторії. Цей закон відкриває можливість подальшої роботи з цим портретом, яка полягає у впливі на аудиторію з метою її розвитку (зняти морально-дисциплінарний мотив і викликати емоційно-естетичний та інтелектуально-пізнавальний мотиви, перевести байдужість, конфліктне ставлення в річище конструктивних стосунків, допомогти аудиторії оволодіти найбільш глибоким рівнем розуміння проблеми, створити умови для актуалізації в людині її позитивних якостей і под.).

Далі – потрібно виробити стратегію реалізації концепції (*стратегічний закон*), розробити системну програму впливу на конкретну аудиторію. Стратегія, хоча й становить собою певну конкретизацію концепції, все-таки є поки що досить загальним явищем, яке потребує подальшої конкретизації: розгортання тези та її обґрунтування, залучення з аудиторії одностумців, нейтралізації противників, схилення на свій бік тих, хто сумнівається.

Для цього необхідний наступний крок «запуску» концепції, роль якого відведена черговому закону риторики – *тактичному*. Основа його – це аргументація, що спрямована головним чином на реалізацію

завдання (переконання, переконання у протилежності), тобто для досягнення теоретичної мети (вплив на свідомість), а тому передбачає активну діяльність суб'єкта, при цьому аудиторія знаходиться у більш-менш пасивному стані (сприйняття нової інформації). Для повного досягнення цільової установки необхідно, щоб аудиторія не тільки вбирала інформацію, але й активно її переробляла, тобто проектувала на себе, свою діяльність, свій досвід. Інакше кажучи, щоб виходила на рівень застосування одержаних знань. Для здійснення цього необхідно звернутися до активізації мисленнєвої та почуттєво-емоційної діяльності аудиторії, яка спрямована на реалізацію над завдання, тобто досягнення практичної мети – збудження до дії.

Далі реалізується *мовленнєвий закон*, що забезпечує вираження думки в дієвій словесній формі як система комунікативних якостей мовлення (правильність, виразність, ясність, точність, ємність, стислість, доцільність). Цей закон завершує стадію організації мисленнєво-мовленнєвої діяльності (підготовчий етап) і відкриває наступний етап – управління мисленнєво-мовленнєвим процесом.

Це закон *ефективної комунікації*, що передбачає ефективну реалізацію продукту мисленнєво-мовленнєвої діяльності (подання мовлення) та *системно-аналітичний*, що дозволяє аналізувати якість та ефективність продукту мисленнєво-мовленнєвої діяльності.

Отже, риторика фахівців зі зв'язків з громадськістю, яка ґрунтується на послідовній реалізації окреслених вище законів, сприяє ефективності їх мовлення.

Список використаних джерел

1. Сагач Г. Риторика: підручник. Київ: Вид. Дім «Ін Юре», 2010. 344 с. (Гуманітарні науки).
2. Сагач Г.М. Золотослів: навч. посіб. Київ: Райдуга, 2003. 378 с.

Посмітна Вікторія Віталіївна,

доцент кафедри правового забезпечення
службово-бойової діяльності Національної
академії Національної гвардії України,
кандидат філологічних наук, доцент

ПРОТИДІЯ МОБІНГУ В СЛУЖБОВОМУ СПІЛКУВАННІ: ПРАВОВИЙ АСПЕКТ

Здатність захищатися від психологічного тиску в колективі значною мірою залежить від рівня правової захищеності особистості. Важливим кроком у цьому є виявлення правових чинників протидії мобінгу у службовому спілкуванні.

Явище мобінгу вивчається з 80-х років ХХ століття. Визначення мобінгу першим запропонував шведський психолог Хайнц Лейманн у працях про переслідування в трудовому колективі. На його думку, це психологічний тиск на робочому місці, що регулярно виявляється у