**Питання для самостійного опрацювання**

1. Мистецтво аргументації. Техніка й тактика аргументування.

2. Moвнi засоби переконування.

3. Комунікативні вимоги до мовної поведінки під час публічного виступу.

4. Мовленнєві, стилістичні й комунікативні принципи презентації.

**1. Мистецтво аргументації.**

Техніка й тактика аргументування. Moвнi засоби переконування Аргументація (лат. argumentum – основа) – це процес обґрунтування людиною певної тези для переконання в її правдивості, слушності. Аргумент − підстава, логічний доказ, який наводиться для обґрунтування, підтвердження чогось. У публічному виступі це найважча фаза переконання. Аргументація потребує знань, концентрації уваги, чіткого визначення мети, володіння фактичним матеріалом, коректності висловів.

В аргументації застосовуються такі прийоми:

• професійна компетентність (лат. competens – відповідний, належний) − об’єктивність, достовірність та глибина викладу; • ясність − уникнення двозначності, сумбуру, умовчання; • наочність − мінімум абстрактності, використання наочності та загальновідомих асоціацій; • ритм (гр. ῥυθμός, від ῥέω − текти, струмувати) − інтенсифікація ділової бесіди незадовго перед її закінченням; • повторення − акцентування на головних тезах та ідеях; • "насиченість" міркування − емоційні акценти для передиху та фіксації ідей та асоціацій; • межі обговорюваного питання; • доречне вкраплення іронії і гумору. Техніка (гр. τεχνικός − мистецтво, майстерність) аргументації − це вміння застосовувати певні методи переконання і впливу, а тактика (гр. τακτική – мистецтво шикування) аргументації − вміння вибирати з них психологічно дієві. Знання техніки й тактики аргументації допоможуть у проведенні ділових переговорів, а також в управлінні персоналом та під час організації колективної діяльності.

Основні принципи тактики аргументації: • використовувати аргументи потрібно впевнено, без особливих вагань; • критичні (загострені) питання варто розглядати на початку чи на завершення етапу аргументації; • особливо делікатні питання краще обговорювати з опонентом наодинці, оскільки розмова "віч-на-віч" може бути значно результативнішою; • у складних ситуаціях слід зробити паузу, щоб "схололи голови", а через певний час повернутися до обговорення; • у процесі аргументації варто акцентувати і на плюсах, і на недоліках пропонованого рішення; • з метою досягнення переконливості слід підбити підсумки, бо факти не завжди говорять самі за себе.

**2. Moвнi засоби переконування.**

Переконання – це вплив на людину для формування в неї певні якості та спонукати до дії. Основні прийоми переконання: розповідь, доказ, роз’яснення, спростування та бесіда. Переконання повинно бути логічним, максимально доказовим, послідовним, відповідати рівню інтелектуального розвитку людини. Мoвнi засоби переконування: − оратор має висловлюватись чітко, зрозуміло, у середньому темпі; − текст виступу має відповідати нормам сучасної літературної мови; − слід зважати на специфіку конкретної аудиторії; − промова має супроводжуватися доречними жестами, мімікою, пантомімікою.

**3. Мовленнєві, стилістичні й комунікативні принципи презентації.**

Ефективність презентації залежить від практичної реалізації мовленнєвих, стилістичних та комунікативних принципів.

Оскільки презентація зорієнтована переважно на професійну сферу, то промовець має дотримуватися офіційно-ділового стилю.

У своєму мовленні оратор може використовувати спеціальні, проте зрозумілі слухачам терміни.

Не варто захоплюватися ускладненими та складними речення, тому що це утруднює сприймання інформації.

Також за потреби бажано давати необхідні пояснення.

Говорити слід у помірному темпі, з дотриманням орфоепічних норм.

Доречне використання крилатих слів, прислів’їв і приказок зробить презентацію яскравішою.

Важливе значення має імідж промовця: зовнішній вигляд, міміка, пантоміміка, жестикуляція, бездоганне володіння голосом – усі ці чинники можуть суттєво вплинути на результат. Таким чином, дотримання мовно-комунікативних принципів презентації може сприяти налагодженню публічних ділових стосунків.