

Житомирський державний університет імені Івана Франка
Навчально-науковий інститут іноземної філології
Кафедра германської філології та зарубіжної літератури

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ ТА ІНДИВІДУАЛЬНОЇ РОБОТИ

вибіркової освітньої компоненти

МИСТЕЦТВО ВИСТУПІВ ТА ВЕДЕННЯ ДИСКУСІЙ НІМЕЦЬКОЮ МОВОЮ

для підготовки здобувачів
другого (магістерського) рівня вищої освіти

галузь знань	відповідно до переліку (https://zu.edu.ua/offic/licence.pdf)
спеціальність	відповідно до переліку (https://zu.edu.ua/offic/licence.pdf)
спеціалізація /	відповідно до переліку https://zu.edu.ua/offic/pr-pred-spec.pdf
предметна спеціальність	
освітньо-професійна програма	відповідно до переліку https://eportfolio.zu.edu.ua/op/department/0
факультет/ННІ	https://eportfolio.zu.edu.ua/op/

Укладачі: доцент кафедри германської філології та
зарубіжної літератури Світлана СОКОЛОВСЬКА,
старший викладач кафедри германської філології та
зарубіжної літератури Олексій АНХИМ

Розглянуто та схвалено
на засіданні кафедри германської філології
та зарубіжної літератури

Протокол № 2023 року
Завідувач кафедри _____ Наталя АСТРАХАН

Житомир 2023

УДК 808.51+174(72)
М 54

*Рекомендовано до друку вченою радою Житомирського державного
університету імені Івана Франка
(протокол № 6 від 31.03.2023 року)*

Рецензенти:

Кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри теоретичної та прикладної лінгвістики Державного університету «Житомирська політехніка» Людмила МОГЕЛЬНИЦЬКА.

Кандидат філологічних наук, доцент, заступник завідувача кафедри іноземних мов Житомирського військового інституту імені С. П. Корольова Едуард МАЛІНОВСЬКИЙ.

Кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської мови та прикладної лінгвістики Житомирського державного університету імені Івана Франка Людмила ЧУМАК.

Соколовська С. Ф., Анхим О. І.

Методичні рекомендації до організації самостійної та індивідуальної роботи вибіркової освітньої компоненти «Мистецтво виступів та ведення дискусій німецькою мовою» для здобувачів другого рівня вищої освіти / Уклад. : С. Ф. Соколовська, О. І. Анхим – Житомир : Вид-во ЖДУ імені Івана Франка, 2023. – 33 с.

© Соколовська С. Ф., Анхим О. І. 2023
© Житомирський державний
університет імені Івана Франка, 2023

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Критерії оцінювання навчальних досягнень	5
Завдання для самостійної та індивідуальної роботи № 1.....	6
Завдання для самостійної та індивідуальної роботи № 2.....	9
Завдання для самостійної та індивідуальної роботи № 3.....	13
Завдання для самостійної та індивідуальної роботи № 4.....	18
Завдання для самостійної та індивідуальної роботи № 5.....	23
Завдання для самостійної та індивідуальної роботи № 6.....	28
Бібліографія.....	33

Вступ

Вибіркова освітня компонента «Мистецтво виступів та ведення дискусій німецькою мовою» викладається на 2 курсі, в 3 семестрі для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти, спеціалізація 035.043 германські мови та літератури (переклад включно), перша – німецька. На вивчення освітньої компоненти відводиться 90 годин, 3 кредити ECTS. Вид семестрового контролю – залік.

Інформаційний обсяг освітньої компоненти

Модуль 1. Риторичний аспект публічного мовлення.

Тема 1. Сучасне публічне мовлення.

Тема 2. Комунікативні ознаки культури мовлення.

Тема 3. Оратор і аудиторія: мистецтво публічної взаємодії.

Тема 4. Етика ділового спілкування.

Зміст діяльності здобувачів вищої освіти з освітньої компоненти «Мистецтво виступів та ведення дискусій німецькою мовою» визначається навчальною і робочою програмою, силабусом, інструктивно-методичними матеріалами до практичних занять, методичними рекомендаціями до організації самостійної та індивідуальної роботи.

Основними завданнями вивчення освітньої компоненти «Мистецтво виступів та ведення дискусій німецькою мовою» є:

- вивчення риторичних аспектів публічного мовлення;
- формування навичок ділової комунікації;
- високий ступінь самостійності та творчості здобувачів вищої освіти, інтенсифікація навчального процесу на основі активізації мовленнєвої діяльності, застосовуючи технічні засоби навчання;
- формування культури мовлення, що передбачає дотримання мовних норм вимови, наголосу, слововживання і побудови висловів, точність, ясність, чистоту, логічну стрункність, багатство і доречність мовлення, а також дотримання правил мовленнєвого етикету.

Критерії оцінювання навчальних досягнень

Оцінювання здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до «Положення про критерії та порядок оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти Житомирського державного університету імені Івана Франка згідно з Європейською кредитною трансферно-накопичувальною системою» https://zu.edu.ua/offic/ocinjuvannya_zvo.pdf.

Оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти за всіма видами навчальних робіт проводиться за поточним, модульним та підсумковим контролем.

Кожен здобувач вищої освіти виконує завдання, передбачені інструктивно-методичними матеріалами до практичних занять, методичними рекомендаціями до організації самостійної та індивідуальної роботи, силабусом, навчальною і робочою програмою освітньої компоненти.

Навчальний матеріал освітньої компоненти, передбачений робочим навчальним планом для засвоєння здобувачем в процесі самостійної роботи, вноситься на підсумковий контроль поряд з навчальним матеріалом, який опрацьовувався при проведенні аудиторних навчальних занять.

Підсумкова оцінка з вивчених модулів (ПОМ) розраховується:

№ модуля	$M_{\%n}$ (відсоткове значення модуля освітньої компоненти)
Модуль 1	$M_{\%1} = 100\%$
Сума	100

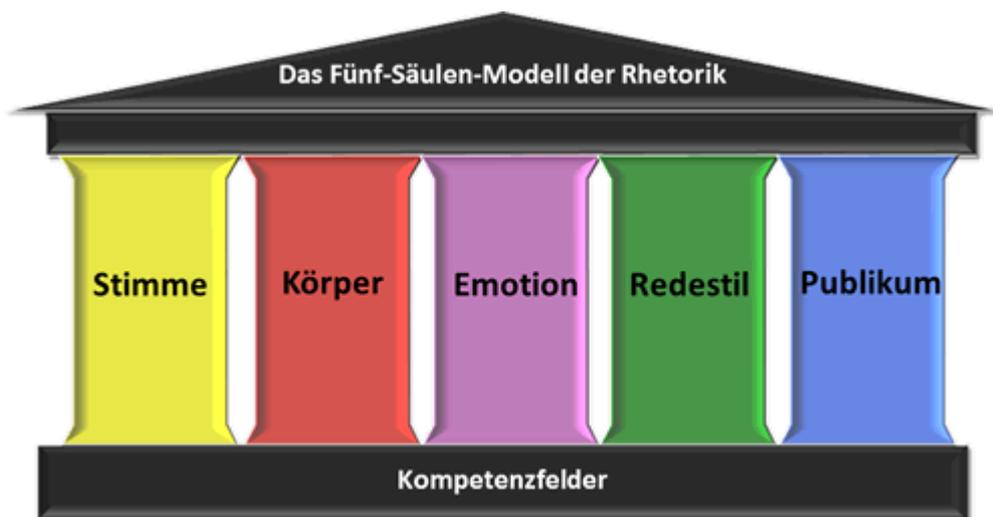
Оскільки формою підсумкового контролю освітньої компоненти є залік, то залікова оцінка (ЗО) з освітньої компоненти дорівнює підсумковій оцінці з вивчених модулів (ПОМ).

$$ЗО = ПОМ$$

Завдання для самостійної та індивідуальної роботи № 1

Тема заняття: Сучасне публічне мовлення

Основні поняття: Rhetorik, mündliche Ausdrucksfähigkeit, Sprachetikette, Kommunikationskultur, Sprach- und Verhaltensstile, Kommunikation als Interaktion, Steigerung des Selbstbewusstseins, das „Rhetorische Dreieck“, Redekunst als Mittel der Profilierung, Persönlichkeitsentfaltung und Profitmehrung, Kompatibilität zwischen Aussage, Mimik und Gestik.



План

I. Опрацювати тему за вказаними питаннями:

- 1) Gute rhetorische Fähigkeiten sind für die meisten Menschen unverzichtbare Voraussetzungen für den beruflichen oder privaten Erfolg. Hervorragende Fachkenntnisse allein reichen oft nicht aus, um neue Ideen und Präsentationen vor einem fremden Publikum oder im bekannten Kollegenkreis selbstsicher und überzeugend vorzutragen. Wie lässt sich das Fünf-Säulen-Modell der Rhetorik von *Christian Rangenau* interpretieren?
- 2) Eine gute Kommunikation verfolgt immer ein klares Ziel, das es zu klären gilt. Welche Inhalte will ich vermitteln? Welche Zustimmung will ich erhalten? Je klarer wir das Ziel selbst definieren können, umso gezielter und effektiv kann die Kommunikation stattfinden. Teilen Sie die Meinung, dass Kommunikation eine Schlüsselqualifikation in der Arbeitswelt ist? Was gehört dazu?

- 3) Man unterscheidet synchrone und asynchrone Kommunikation. Was meint die synchrone Kommunikation? Worum geht es bei der asynchronen Kommunikation?
- 4) Rhetorik betrachtet folgende Komponenten: Struktur, Wortwahl, Körpersprache und Stimmführung. Was entscheidet über den Erfolg?

Rhetorik ist ...

Das Wort stammt vom griechischen: rhe-in = fließen



- 5) Die moderne Interpretation von Rhetorik ist ein Nutzenangebot, deren Basis eine gleichberechtigte, menschliche Kommunikation ist. Hierfür ist eine gesunde Balance nötig von dem „WAS“ gesagt wird hin zu dem, „WIE“ etwas gesagt wird. Als was dient das „Rhetorische Dreieck“?

II. Дати відповіді на контрольні запитання:

- 1) Was ist das Ziel der rhetorischen Auseinandersetzung?
- 2) Nennen Sie wichtige Aspekte guter Rhetorik bei der Kommunikation.

III. Методичні рекомендації до виконання завдань:

- 1) Im Mittelpunkt der Kommunikation stehen nicht wir als Sprecher, sondern der Empfänger. Alle Aktivitäten und Inhalte werden auf ihn ausgerichtet. In einem 4-Augen-Gespräch oder einer größeren Gruppe mit gleichen Interessen, also einer homogenen Gruppe, ist dies einfach. Schwierig wird es bei heterogenen Zielgruppen. Dann ist die genaue Empfängerorientierung fast nicht mehr möglich. Was lohnt es sich, um Erfolge zu ernten?



- 2) Vielfach klären wir die Inhalte für eine Rede mit der Ausgangsfrage „Was habe ich zu dem Thema mitzuteilen?“ Oftmals gelingt es uns dann bei der Fülle unseres Wissens als Experten nicht mehr, die wichtigen Inhalte herauszustellen. Häufig richten wir uns daher nach der verfügbaren Redezeit und fragen uns, wie viele Inhalte wir in den vorgegebenen 45 Minuten vermitteln können. Wie sieht dann die Rede aus?
- 3) Die Zuhörer durch die geeignete Wahl der Instrumente und der rhetorischen Stilelemente in seinen Bann zu ziehen, ist die Kunst der Rede. Das gelingt zum einen, wenn man Inhalte zu bieten hat, die von Interesse sind und zum anderen, wenn man diese spannend vorträgt. Was ist hierbei von großer Bedeutung?
- 4) In der Antike unterscheidet man zwischen der beratenden Rede, der Rede vor Gericht und der Lobrede. Die ersten beiden Arten der Rede könnte man Überzeugungsreden nennen, Reden, mit denen man andere von seiner Meinung, seiner Sicht der Dinge, seinen Zielen überzeugen will. Die dritte Art der Rede kommt heute bei ganz unterschiedlichen Anlässen vor. Man könnte sie die „festliche Rede“ nennen, so wie sie auf Taufen, Hochzeiten, auch Trauerfeiern, bei Dienstjubiläen u. Ä. gehalten wird. Informationsreden – also Vortrag und Referat – gab es in der Antike nicht. Was unterscheidet die zuerst genannten Redearten von den Informationsreden?

Рекомендована література

Основна:

1. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики. Підручник. К. : Академія, 2009.
2. Плотницька І., Левченко О., Кудрявцева З. Ораторське мистецтво. Навчально-методичний посібник. К. : Видавництво НАДУ, 2011.
3. Beck K. Das Mediensystem Deutschlands. Strukturen, Märkte, Regulierung. Studienbuch. Wiesbaden : Springer Fachmedien, 2018.

Додаткова:

1. Allhoff D., Allhoff W. Rhetorik und Kommunikation. Ein Lehr- und Übungsbuch. München : Reinhardt, 2016.
2. Häusemann J. Konstruktive Rhetorik. Der Dialog als Schlüssel zum erfolgreichen Vortrag. München, Tübingen : UVK Verlag, Narr Franke Verlag, 2019.

Інтернет ресурси:

1. Rhetorik und Überzeugungskraft: Stilmittel guter Kommunikation. URL: https://www.haufe.de/controlling/controllerpraxis/rhetorik-und-ueberzeugungskraft-als-basis-guter-kommunikation_112_524382.html
2. Allgemeine Rhetorik. URL: <http://www.rhetorik.uni-tuebingen.de/was-ist-rhetorik/>
3. Computer-vermittelte Kommunikation. URL: https://www.unikonstanz.de/iscience/reips/pubs/papers/chapters/CvK_Reips_2.pdf

Завдання для самостійної та індивідуальної роботи № 2

Тема заняття: Сучасне публічне мовлення

Основні поняття: Informationsaustausch, kommunikative Kompetenz, Redeangst, Arten der Kommunikation (Selbstgespräch, Face-to-Face-Kommunikation, interpersonelle Kommunikation in Gruppen, Massenkommunikation), Redeformen, Moderation, Stoff- und Materialsammlung, Gliederung und Gestaltung, Brainstorming, eigene Stellungnahmen, Zeitvorgaben, Sympathiefeld, die Einleitung, der Hauptteil, der Schlussteil.



План

I. Опрацювати тему за вказаними питаннями:

- 1) Die menschliche Kommunikation ist der Prozess des Informationsaustausches. Was brauchen die Kommunikationspartner für eine erfolgreiche Kommunikation?
- 2) Im bekannten Kommunikationsmodell von *Shannon Weaver* steht am Anfang die Infoquelle und die Botschaft, die vom Sender als ein Signal über einen Kanal gesendet wird und als ankommendes Signal beim Empfänger ankommt. Warum erwies sich das Modell als unzureichend?
- 3) Jedes Individuum verfügt über ein Repertoire von Verhaltenselementen verschiedener Bereiche sowie über ein Repertoire von Regeln zu ihrer Auswahl, Verknüpfung und Anwendung. Welche Verhaltenselemente und Regeln werden eingesetzt?
- 4) Jede Rede setzt sich zusammen aus einer Einleitung, einem Hauptteil und einem Schluss. Die Einleitung hat zwei wesentliche Aufgaben: Sie schlägt gleichsam die Brücke zwischen dem Redner und den Zuhörern und beantwortet – zumindest indirekt – die Frage, in welcher Beziehung der Redner zur Sache steht. Schon mit den ersten Worten hat der Redner die Chance, seine Zuhörerschaft für sich einzunehmen. Was soll die Einleitung erzeugen?
- 5) Der Geschäftsmann *Dale Carnegie* erkannte Storytelling früh als Erfolgsgeheimnis. Ein Großteil seiner Ergebnisse basiert auf seiner Kunst, meisterhafte Geschichten zu erzählen, mit ihnen Visionen zu vermitteln, Mitarbeiter zu inspirieren und Kunden zu begeistern. Noch heute profitieren

Unternehmen, Marken und Referenten von der Wirkung einer guten Story. Aber wie baut sich ein kraftvolles Szenario auf? Welche Elemente transportieren Botschaften nachhaltig?

- 6) Redner, die ihre Inhalte in mitreißende Geschichten verpacken, erreichen ihr Publikum auf mehreren Ebenen. Sie berühren Menschen emotional und rational. Was wecken Storys? Wird dadurch die Aufmerksamkeit erhöht?



II. Дати відповіді на контрольні запитання:

- 1) Wie lautet die entscheidende Frage bei der Planung einer Rede?
- 2) Was sollte man sich klarmachen, wenn man sich auf eine Rede, einen Vortrag, eine Präsentation vorbereitet?

III. Методичні рекомендації до виконання завдань:

- 1) Niemand ist verpflichtet zuzuhören. Das ist ärgerlich. Aber das ist so. Nur weil jemand auf der Bühne steht, hat er deswegen in der Regel noch keine besondere Autorität. Zuhörer wollen gewonnen werden. Und dafür ist der Vortragsredner verantwortlich. Was ist der erste Schritt, um das Publikum zu gewinnen?
- 2) Wer redet, der muss noch vor den Inhalten erst einmal über seine Zuhörer nachdenken. Welches Vorwissen bringen diese mit? Wie sehr sind sie auch Experten? Oder sind das eher Laien, denen ich Fachausdrücke und Insiderwissen gar nicht zumuten kann? Nur ein Redner, der sich all dessen bewusst ist, hat eine ernsthafte Chance, Menschen für sich zu gewinnen, für ein Thema zu begeistern. Was halten Sie davon?



REZEPTE FÜR EINE GUTE REDE

- Sprechen Sie langsam und deutlich.
- Verwenden Sie kurze Sätze.
- Modulieren Sie die Stimme für mehr Spannung.
- Achten Sie auf Mimik und Körpersprache.
- Nutzen Sie (rhetorische) Sprechpausen.
- Würzen Sie die Rede mit Humor.
- Bewegen Sie sich auf der Bühne.
- Interagieren Sie mit dem Publikum - mit Fragen.

- 3) Es ist völlig egal, welche Länge für einen Vortrag, für eine Rede, für eine Präsentation vereinbart worden ist. Es ist ein Grundfehler vieler Vortragender, zu meinen, sie hätten die gesamte Zeit, um das Publikum für sich zu gewinnen. Tatsächlich entscheidet sich der Erfolg eines Vortrags (fast) immer in den ersten 10 oder 20 Sekunden. Denn zu Beginn ist die Aufmerksamkeit am größten. Da rächen sich Fehler besonders und strahlen auf den ganzen folgenden Vortrag aus. Andererseits kann man sein Publikum so gewogen stimmen, dass es später sogar den einen oder anderen Fehler verzeiht. Welche Wünsche hat das Publikum an einen Vortragsredner?
- 4) Für eine gelungene Geschichte können Erzähler sich an die einfache und erprobte „Magic Formula“ von Dale Carnegie halten. Sie gibt sowohl im Großen, zum Beispiel als Brand Story, aber auch im Kleinen wie etwa für einen Social-Media-Post, praktische Orientierung für einen gelungenen Aufbau: Vorfall + Handlung + Nutzen. Wie funktioniert diese Formel?

Рекомендована література

Основна:

1. Плотницька І., Левченко О., Кудрявцева З. Ораторське мистецтво. Навчально-методичний посібник. К. : Видавництво НАДУ, 2011.
2. Beck K. Das Mediensystem Deutschlands. Strukturen, Märkte, Regulierung. Studienbuch. Wiesbaden : Springer Fachmedien, 2018.
3. Schinko B. Stimme und Persönlichkeit. Offenbach am Main : GABAL Verlag GmbH, 2021.

Додаткова:

1. Allhoff D., Allhoff W. Rhetorik und Kommunikation. Ein Lehr- und Übungsbuch. München : Reinhardt, 2016.
2. Beck K. Kommunikationswissenschaft. München, Tübingen : UVK Verlag, Narr Franke Verlag, 2020.

Интернет ресурси:

1. Redeangst überwinden. URL:
<https://karrierebibel.de/redeangst-ueberwinden/>
2. Sicher und gelassen vor Publikum reden. URL:
<https://www.rhetorikmagazin.de/?p=2224>
3. Die Kunst des Storytellings nach Dale Carnegie. URL:
<https://www.rhetorikmagazin.de/?p=5136>
4. Erfolgreich vor Publikum reden. URL:
<https://www.zielbar.de/magazin/erfolgreiche-reden-vortraege-tipps-13355/>

Завдання для самостійної та індивідуальної роботи № 3

Тема заняття: Комунікативні ознаки культури мовлення

Основні поняття: Kommunikative Kompetenz, Fragestellung, Meinungsbildung, erfolgreiche Gesprächsführung, eigenständige Gedankenarbeit, Kunst des öffentlichen Sprechens, Konzentration, Leistungsfähigkeit, kommunikative Fitness, äußeres Erscheinungsbild, gekonnte Mimik und Gestik, Wissensmanagement, Kommunikationsmodelle, Wechselwirkung der Aussagen.



План

I. Опрацювати тему за вказаними питаннями:

- 1) Jeder hat einmal die Erfahrung gemacht, dass Menschen miteinander reden und die Gesprächspartner die Worte des anderen zwar hören, seine Gestik und Mimik auch sinnlich wahrnehmen, aber aus alledem trotzdem keinen Sinn erschließen können. Wie erlebt der einzelne Betroffene diese nicht erfolgreiche Kommunikation?
- 2) Gescheiterte Gespräche können niemandem gleichgültig sein, denn die kommunikative Kompetenz von Personen wird für ihre Lebenschancen immer bedeutsamer. In den Abläufen und Entscheidungen der verschiedenen Organisationen gewinnt die Fähigkeit zur Kommunikation einen immer höher eingeschätzten Wert. Womit steht die erfolgreiche Kommunikation im Zusammenhang? Was versteht man unter kommunikativer Fitness?
- 3) Sozial erfolgreich ist derjenige, der eine zentrale Rolle in der Gruppe und eine optimale Verfügbarkeit über begehrte Ressourcen besitzt wie z.B. Objekte, Räume, Beziehungen, Wissen, Fertigkeiten, Sozialanspruch oder Teilnahme an Handlungszusammenhängen. Wo liegt der Schlüssel zu erfolgreicher Gesprächsführung? Wie gelingt die Verständigung zwischen Gesprächsteilnehmern?
- 4) *Marcus Tullius Cicero*, einer der wichtigsten Rhetoriker der Antike, gibt uns den lapidaren Rat: „Reden lernt man nur durch reden!“ Dann müssen wir also mit unseren Vorträgen und Präsentationen weiter vor Publikum ins kalte Wasser springen, bis wir genug praktische Erfahrungen gesammelt haben, um wirklich überzeugend und souverän zu reden?
- 5) Ein alter Grundsatz der Kommunikationswissenschaften lautet: „Man kann nicht nicht kommunizieren“. Wo immer Menschen aufeinandertreffen, senden sie einander Signale. Welches diese Signale sind und wie Kommunikation im Einzelnen abläuft, haben unterschiedliche Kommunikationsmodelle zu ergründen versucht. Ist richtig kommunizieren lernbar?



II. Дати відповіді на контрольні запитання:

- 1) Zu einer sauberen Kommunikationskultur im Unternehmen gehören in der Regel eine Unternehmensphilosophie, Führungsgrundsätze und ein Leitbild für die Zusammenarbeit der Mitarbeiter untereinander. Wissensmanagement und E-Mail-Kultur sind auch mit einer guten Unternehmenskultur eng verknüpft, aber was genau stellt man sich darunter vor?
- 2) Welchen Einfluss hat die Art der Kommunikation auf die Unternehmenskultur?
- 3) Wie kann die Kommunikationskultur erfolgreich verbessert werden?



III. Methodische Empfehlungen zum Ausführen der Aufgaben:

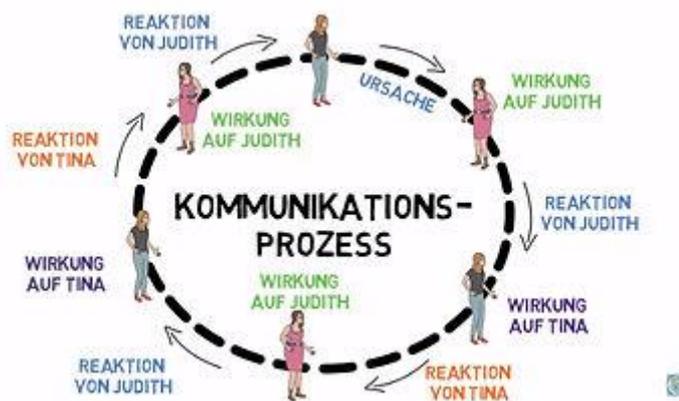
- 1) „Wa-wi-wu“? Was hat das mit guter Kommunikation zu tun? Die Buchstabenkombination steht für die drei Schritte, mit denen Beschäftigte im Job bewusst Ich-Botschaften senden. Wie kann man zu einer guten Kommunikationskultur und zur Sicherheit im Betrieb beitragen?
- 2) Der Österreicher **Paul Watzlawick** (1921-2007) ist der breiten Öffentlichkeit vor allem wegen seiner humoristischen Sachbücher bekannt. Der Kommunikationswissenschaftler entwickelte aber außerdem verschiedene gesprächsanalytische Theorien. Die bekanntesten sind „Paradoxien“ und „5 Axiome der Kommunikation“.



- 3) **Axiom 1: Man kann nicht nicht kommunizieren.** Diesem Grundsatz liegt die Annahme zugrunde, dass Kommunikation immer Verhalten ist – man kann sich auch nicht nicht verhalten – und man sogar mit einer nonverbalen Handlung kommuniziert. Man kann beispielsweise den Kopf senken, Blickkontakt meiden und auf eine Ansprache einfach nicht (zumindest nicht sprachlich) reagieren. Kommuniziert man in diesem Moment etwas?



- 4) **Axiom 2: Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt.** Genauso wenig wie man nicht nicht kommunizieren kann, so kann man auch nicht verhindern, dass die eigene Einstellung gegenüber dem Gesprächspartner beeinflusst, wie wir Aussagen verstehen. Was bestimmt die Beziehungsebene?



- 5) **Axiom 3: Kommunikation ist immer Ursache und Wirkung.** Tragen wir verbal einen Konflikt aus, dann beziehen wir uns häufig ein zurückliegendes Ereignis, das – aus unserer Sicht – den Auslöser des Streits darstellt. Dieses Ereignis, so Watzlawick, ist in Wahrheit jedoch nur ein von uns subjektiv erlebter Startpunkt. Welche Rolle spielt die Wechselwirkung der Aussagen der Kommunizierenden?

Рекомендована література

Основна:

1. Плотницька І., Левченко О., Кудрявцева З. Ораторське мистецтво. Навчально-методичний посібник. К. : Видавництво НАДУ, 2011.
2. Schinko B. Stimme und Persönlichkeit. Offenbach am Main : GABAL Verlag GmbH, 2021.
3. Ueckermann A.- B. Kommunikationskultur: Orientierung für eine erfolgreiche Kommunikation. Berlin : Frank & Timme Verlag, 2020.

Додаткова:

1. Allhoff D., Allhoff W. Rhetorik und Kommunikation. Ein Lehr- und Übungsbuch. München : Reinhardt, 2016.
2. Beck K. Kommunikationswissenschaft. München, Tübingen : UVK Verlag, Narr Franke Verlag, 2020.

Интернет ресурси:

1. Grundlagen der Kommunikation. URL:
https://www.gewaltfrei-online.de/kommunikation-lernen/?gclid=CjwKCAiAzp6eBhByEiwA_gGq5JMTM0SHHA36SCAxR53XXPXQAIQqI07IdaT8lbgQT2KH5u-v44nWERoCOr0QAvD_BwE
2. Kommunikationskultur. Was gehört dazu? URL:
https://www.experto.de/businesstipps/kommunikationskultur-was-gehoert-dazu.html?gclid=Cj0KCQjwqc6aBhC4ARIsAN06NmOuVdzMhpwfoBbIQQhX-RdxsaD44eHn8Axq_AW6q1J7ZTE3XM3omXkaAjBPEALw_wcB
3. In drei Schritten zur gelungenen Kommunikation. URL:
<https://www.sueddeutsche.de/karriere/arbeit-in-drei-schritten-zur-gelungenen-kommunikation-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-190711-99-18871>
4. Paul Watzlawick – Kommunikationstheorie: 5 Axiome der Kommunikation. URL:
<https://www.ikud.de/glossar/watzlawick-paul-kommunikationstheorie-5-axiome-der-kommunikation.html>

Завдання для самостійної та індивідуальної роботи № 4

Тема заняття: Комунікативні ознаки культури мовлення

Основні поняття: Axiome der Kommunikation, analoge und digitale Modalitäten, rhetorische Techniken, der wechselseitige Austausch von Sprache, Schrift oder Bild, kommunikativen Missverständnisse, direkte und indirekte Kommunikation, symmetrische und komplementäre Kommunikation, das Modell von Schulz von Thun.



План

I. Опрацювати тему за вказаними питаннями:



- 1) **Axiom 4: Menschliche Kommunikation bedingt sich analoger und digitaler Modalitäten.** Man kann Dinge laut Watzlawick entweder durch Analogien ausdrücken oder dem Objekt einen Namen geben. Digitale Kommunikation beinhaltet hierbei ein festes Regelwerk, entbehrt jedoch einer emotional-semanticen Ebene. Analoge Kommunikation wiederum besitzt diese semantische Ebene. Worüber verfügt analoge Kommunikation nicht?



- 2) **Axiom 5: Kommunikation ist symmetrisch oder komplementär.** Beziehungen, so Watzlawick, basieren entweder auf Gleichheit oder auf Unterschiedlichkeit, wobei das eine dem anderen gegenüber nicht etwa vorzuziehen sei. Symmetrie herrsche vor, wenn beide Kommunikationspartner nach Gleichheit streben und versuchen, Ungleichheiten untereinander zu minimieren. Wodurch zeichnen sich komplementäre Beziehungen aus?
- 3) Kommunikation beschreibt in erster Linie den wechselseitigen Austausch von Sprache, Schrift oder Bild. Kommunikation kann als ein Vorgang bezeichnet

werden, bei dem Informationen (Signale oder Zeichen) von einem Sender zu einem Empfänger übermittelt werden. Was beinhaltet dieser Vorgang?

- 4) Die Informationen, die vermittelt und übermittelt werden können, umfassen ein breites Spektrum. Sprache kann in mündlicher oder schriftlicher Form (direkte und indirekte Kommunikation) vermittelt werden. Was kann nonverbale und paraverbale Kommunikation aussagen?
- 5) Wenn Informationen des Senders nicht richtig dekodiert und interpretiert werden, können diese falsch verstanden werden und es kommt zu kommunikativen Missverständnissen. Ursachen dafür sind in den meisten Fällen unterschiedliche Sprachen der Kommunikationspartner, Mehrdeutigkeit der Informationen bzw. kulturelle Unterschiede. Was kann noch zu Missverständnissen führen?



Die 5 Axiome von Paul Watzlawick



1

2

3

4

5

Man kann nicht
nicht
kommunizieren

Jede
Kommunikation
hat einen Inhalts-
und einen
Beziehungsaspekt

Kommunikation
ist immer
Ursache und
Wirkung

Menschliche
Kommunikation
bedient sich
analoger und
digitaler
Modalitäten

Kommunikation
ist symmetrisch
oder
komplementär

II. Дати відповіді на контрольні запитання:

- 1) Wie lässt sich die direkte Kommunikation definieren? Was ist das Hauptziel direkter Kommunikation?
- 2) Wie werden Informationen und Botschaften bei der indirekten Kommunikation übermittelt?
- 3) Gespräche, Meetings, Interviews, Telefonate sind Settings direkter oder indirekter Kommunikation?

III. Methodische Empfehlungen zum Vorkommen der Aufgaben:

- 1) Sie beschreiben zunächst die vorherrschende Situation, schildern anschließend das Problem und zeigen Chancen auf. Ist es ausreichend, um zu begründen, warum das Thema von aktuellem Interesse ist?
- 2) Auf welchen Ebenen findet die Kommunikation statt? Was geschieht beim Austausch von Mitteilungen zwischen Menschen?
- 3) Eines der bekanntesten Kommunikationsmodelle ist das Vier-Ohren-Modell oder Vier-Seiten-Modell von *Schulz von Thun*. Bei diesem Modell wird eine Nachricht hinsichtlich vier Aspekten (Ebenen) untersucht: Sachinhalt, Selbstoffenbarung, Beziehung, Appell. Was steht im Mittelpunkt dieses Modells?



- 4) Unternehmen begegnen Kunden, Marken treffen auf Konsumenten. Immer sind es Menschen, die sich begegnen und austauschen. Damit diese Begegnungen nicht einfach verfliegen, sondern nachhaltig wirken, müssen sie authentisch sein. Wie schafft man authentische Erlebnisse?
- 5) Die Fähigkeit, frei zu reden und wirkungsvoll aufzutreten, sieht der weltweit berühmte Kommunikations- und Motivationstrainer Dale Carnegie als Fertigkeit, die gelernt werden kann. Welche Voraussetzungen braucht eine Person, die selbstbewusst auftreten und wirkungsvoll sprechen will?



Рекомендована література

Основна:

1. Плотницька І., Левченко О., Кудрявцева З. Ораторське мистецтво. Навчально-методичний посібник. К. : Видавництво НАДУ, 2011.
2. Schinko B. Stimme und Persönlichkeit. Offenbach am Main : GABAL Verlag GmbH, 2021.
3. Ueckermann A.- B. Kommunikationskultur: Orientierung für eine erfolgreiche Kommunikation. Berlin : Frank & Timme Verlag, 2020.

Додаткова:

1. Allhoff D., Allhoff W. Rhetorik und Kommunikation. Ein Lehr- und Übungsbuch. München : Reinhardt, 2016.
2. Beck K. Kommunikationswissenschaft. München, Tübingen : UVK Verlag, Narr Franke Verlag, 2020.

Інтернет ресурси:

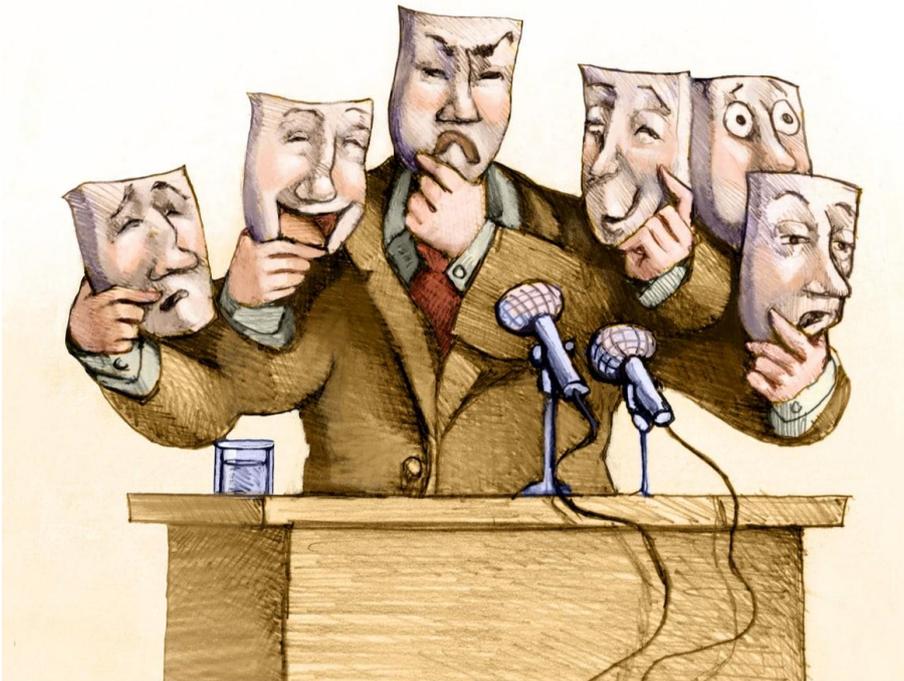
1. Kommunikationskultur. Was gehört dazu? URL:
https://www.experto.de/businessstipps/kommunikationskultur-was-gehoert-dazu.html?gclid=Cj0KCQjwqc6aBhC4ARIsAN06NmOuVdzMhpwfoBbIQQhX-RdxsaD44eHn8Axq_AW6q1J7ZTE3XM3omXkaAjBPEALw_wcB
2. Kommunikation im Wandel. URL:
https://www.teachtoday.de/Angebote/Themen/Digitale_Kommunikation/2574_Kommunikation_im_Wandel.htm
3. Wie können wir unsere Kommunikation verbessern? URL:
<https://rhetorik-online.de/kommunikation-verbessern/>

4. Paul Watzlawick – Kommunikationstheorie: 5 Axiome der Kommunikation. URL:
<https://www.ikud.de/glossar/watzlawick-paul-kommunikationstheorie-5-axiome-der-kommunikation.html>
5. 5 Axiome der Kommunikation. URL:
<https://studyflix.de/biologie/die-5-axiome-von-paul-watzlawick-2698>

Завдання для самостійної та індивідуальної роботи № 5

Тема заняття: Оратор і аудиторія: мистецтво публічної взаємодії

Основні поняття: Selbstdarstellung, Selbstpräsentation, Arbeitsschritte, Invention, dispositio, Recency-Effekt, elocutio, rhetorische Stilmittel, grammatische Richtigkeit, Wortgebrauch, Publikumsorientierung, memoria, Technik step by step, Stichwortzettel, actio, der nonverbale Anteil der Rede, Visual Communication Tools, Zielformulierung (docere, movere, delectare).



План

I. Опрацювати тему за вказаними питаннями:

- 1) Die klassischen fünf Arbeitsschritte zur Vorbereitung einer Rede haben bis heute eine hohe Aktualität. Auch wenn sich unser Bezugsrahmen im Laufe der Jahre geändert hat, bleibt die Basis der Kommunikation in diesen 5 Schritten.

Inventio: am Anfang steht zunächst das reine Thema. Welcher Redegattung kann es zugeordnet werden? Welche Aspekte, Materialien, Sichtweisen, Argumente sind nötig, um das Thema zu bearbeiten? Welche Randthemen gibt es? Es ist die Phase der Stoffsammlung. Was ist im heutigen Kontext wichtig?

2) Im zweiten Arbeitsstadium wird die Gliederung des Stoffes festgelegt.

Dispositio: Was genau kommt in die Einleitung? Was ist nötig, um den Sachverhalt umfassend darzustellen? Was braucht es noch, um die Beweisführung sicher zu lenken?

Heute ist in diesem Schritt ein Blick auf die moderne Kunst des Überzeugens hilfreich. Was besagt der Recency-Effekt? Warum sollte der Redner diesen Effekt beachten?

3) Im nächsten Arbeitsschritt (**elocutio**) werden rhetorische Stilmittel, grammatische Richtigkeit, Wortgebrauch, Publikumsorientierung durch eventuell dialogische Elemente überarbeitet. Unser heutiges Redeverständnis bezieht sich aber weniger auf die klassische öffentliche Rede. Was ist heute darum nötig?



4) Im vierten Stadium (**memoria**) konzentriert sich der Redner auf das Einprägen der Rede ins Gedächtnis. Wie funktioniert das am besten?

5) **Actio:** Nun folgt die Umsetzung, die Rede wird gehalten. Was muss neben der inhaltlichen Ausgestaltung wirken?

II. Дати відповіді на контрольні запитання:

- 1) Der moderne Ansatz der Präsentations-Rhetorik gibt uns viele Tools an die Hand, um unsere Präsentationen noch professioneller werden zu lassen: Think-Cell oder Visual Communication Tools. Wann hilft die klassische Rhetorik?
- 2) Was ist das Hauptziel unserer rhetorischen Bemühungen, wenn wir andere für unsere Ideen begeistern, überzeugen und für neue Dinge motivieren möchten?
- 3) Ein wichtiger Faktor für den Erfolg der Rede ist die Stimme. Worauf sollte man beim Reden achten?



Begnadeter Redner: Barack Obama. Bild: hr

III. Методичні рекомендації до виконання завдань

- 1) Man sollte so laut sprechen, dass alle Zuhörer man gut verstehen können, mit Kraft und Lebendigkeit in der Stimme. Das heißt aber keineswegs, dass man schreien soll. Es macht einen Unterschied, ob man in einem großen oder in einem kleinen Raum spricht. Woran sollte man die Sprechlautstärke anpassen?
- 2) Wenn man zu leise spricht, findet das Publikum nur schwer einen Zugang zur Persönlichkeit des Redners. Man wirkt unsicher, ängstlich oder abweisend. Spricht man dagegen in einem überlauten Kasernenhoftone, erreicht man die Zuhörer. Aber wie wirkt dann der Redner?
- 3) Manche Menschen gelten als begnadete Redner – Barack Obama zum Beispiel oder Gregor Gysi. Auch der Apple-Gründer Steve Jobs konnte mit seinen Präsentationen die Massen begeistern. Aber wer denkt, bei den Reden dieser

Persönlichkeiten käme es vor allem auf den Inhalt an, der irrt sich. Viel wichtiger ist, wie wir etwas sagen. Stimme und Tonfall entscheiden zu mehr als 50 %, ob das Gesagte beim Gegenüber ankommt, behaupten Wissenschaftler. Was macht eine charismatische Stimme aus?

- 4) Mit charismatischen Stimmen beschäftigt sich Prof. Oliver Niebuhr von der Süddänischen Universität (SDU) in Sønderborg. Wie die „perfekte“ oder besser gesagt „charismatische“ Stimme klingt, hat Oliver Niebuhr eingehend untersucht. Dazu hat er hunderte Stimmen in 16 verschiedene Parameter zerlegt, wie Tempo, Rhythmus, Melodie, Lautstärke und Pausen. In einem mehrstufigen Verfahren haben dann insgesamt mehr als 300 Hörer diese Parameter bewertet. Auf Grundlage dieser Daten hat Oliver Niebuhr eine Computersoftware entwickelt, mit der er das akustische Charisma jeder Stimme berechnen kann. Doch wie aussagekräftig ist sein Score?

Lampenfieber in Präsenz umwandeln mit der

BRAVO-Formel



- 5) Unsere Stimme ist ein sehr altes Kommunikationsmittel, viel älter als unsere Wortwahl, Wörter, Syntax und Grammatik. Deswegen habe der Klang der Stimme einen sehr direkten Zugang zu unserer Meinungsbildung, unseren Empfindungen und Entscheidungen, so Niebuhr. Seine Analysesoftware bildet also nur nach, worauf wir Menschen unterbewusst seit Jahrtausenden achten. Die richtigen Worte zu finden, ist gut – aber am Ende macht immer der Ton die Musik. Wie kann eine Stimme überzeugen?



Рекомендована література

Основна:

1. Плотницька І., Левченко О., Кудрявцева З. Ораторське мистецтво. Навчально-методичний посібник. К. : Видавництво НАДУ, 2011.
2. Schinko B. Stimme und Persönlichkeit. Offenbach am Main : GABAL Verlag GmbH, 2021.
3. Ueckermann A.- B. Kommunikationskultur: Orientierung für eine erfolgreiche Kommunikation. Berlin : Frank & Timme Verlag, 2020.

Додаткова:

1. Allhoff D., Allhoff W. Rhetorik und Kommunikation. Ein Lehr- und Übungsbuch. München : Reinhardt, 2016.
2. Beck K. Kommunikationswissenschaft. München, Tübingen : UVK Verlag, Narr Franke Verlag, 2020.

Інтернет ресурси:

1. 4 Rhetorik-Tipps für eine gute Rede: Selbstvorstellung und Selbstpräsentation. URL:
<https://berufebilder.de/rede-rhetorik-selbstvorstellung-lebenslauf/>
2. Rhetorik – Was ist das eigentlich?
<https://rhetorik-online.de/rhetorik/>
3. Die charismatische Stimme: Der Ton macht die Musik. URL:
<https://www.daserste.de/information/wissen-kultur/w-wie-wissen/charismatische-Stimme-100.html>
4. Berühmte Redner: Die Geheimnisse ihrer erfolgreichen Reden. URL:
<https://www.redenwelt.de/rede-tipps/beruehmte-redner/>

Завдання для самостійної та індивідуальної роботи № 6

Тема заняття: Етика ділового спілкування

Основні поняття: Geschäftskommunikation, Kommunikationswege, Schnelligkeit, die E-Mail-Etikette, auf Nummer Sicher gehen, Online-Kommunikationsplattformen, die Übermittlung von personenbezogenen Daten im Internet, digitale Kanäle, Verhandlungsstrategien, Business-Etikette, ungeschriebene Gesetze, Berufsalltag,



План

I. Опрацювати тему за вказаними питаннями:

- 1) Psychologische Studien haben herausgefunden, dass eine große Auswahl und viele Entscheidungen schneller müde machen. Den Angestellten helfen klare Regeln und eine Struktur durch den Arbeitsalltag. Sie entlasten damit das Gehirn eines Mitarbeiters und nehmen ihm wichtige Entscheidungen ab. Was ist der Königsweg bei der Geschäftskommunikation?
- 2) Allgemeingültige Regeln in der Business-Etikette verweisen vor allen Dingen auf eine authentische Persönlichkeit, die selbstbewusst und natürlich im Unternehmen auftritt. Was ist eine Erfolgsmessung für die Geschäftskommunikation?
- 3) Wenn die innerbetrieblichen Kommunikationsstrukturen gestört sind, kann das weitreichende Auswirkungen haben. Folgen von mangelndem Austausch sind:
 - Mitarbeiter arbeiten aneinander vorbei oder sogar gegeneinander.

- Sie investieren mehr Zeit und Mühe in eine Aufgabe als nötig.
- Langfristig führt mangelnde Verständigung zu Vertrauensverlust, einem schlechten Arbeitsklima und schlechten Arbeitsbedingungen.

Was sollte man tun, um solche negativen Konsequenzen zu vermeiden?

- 4) Damit der Informationsfluss auch in stressigen Zeiten nicht versiegt, sollten im Unternehmen klare Kommunikationsstrukturen etabliert sein. Es muss geregelt sein, wer welche Informationen wann, wie, warum und von wem erhält. Was kann dabei einen wichtigen Beitrag leisten?



- 5) Die strukturellen Voraussetzungen für Informationsaustausch im Unternehmen zu schaffen, ist Aufgabe der Geschäftsleitung. Ebenso wichtig ist es aber, dass Mitarbeiter diese Strukturen mit Leben füllen und aktiv miteinander im Gespräch bleiben. Wie könnte man die Verständigung fördern?



II. Дати відповіді на контрольні запитання:

- 1) Kommunikationsfähigkeit bedeutet auch, dass Mitarbeiter in der Lage sind, Gespräche in ihrem Sinne zu führen und zu steuern. Dabei geht es nicht darum, das Gegenüber zu manipulieren, sondern darum, ihre Meinung und ihre eigenen, legitimen Interessen zur Sprache zu bringen und durchzusetzen. Immer verfolgt man ein bestimmtes Ziel. Was ist die wichtigste Voraussetzung dafür, dass das Ziel erreicht wird?
- 2) Professionelle Gesprächstechniken und überzeugende Argumente sind längst nicht die einzigen Faktoren, die die Wirkung einer Person im Gespräch beeinflussen. Tatsächlich findet der weit größere Teil unserer Kommunikation auf einer ganz andere, nämlich der nonverbalen Ebene statt. Viele Informationen übermitteln wir unserem Gegenüber buchstäblich mit Händen und Füßen – aber auch mit den Augen und der gesamten Körperhaltung. Nennen Sie Gründe, warum man lernen sollte, wie die Zeichen der nonverbalen Kommunikation zu entschlüsseln sind.
- 3) Wie wichtig die nonverbale Kommunikation für das gegenseitige Verstehen ist, merkt man am deutlichsten, wenn sie nicht zum Einsatz kommen kann. Was ist am Telefon gefragt?

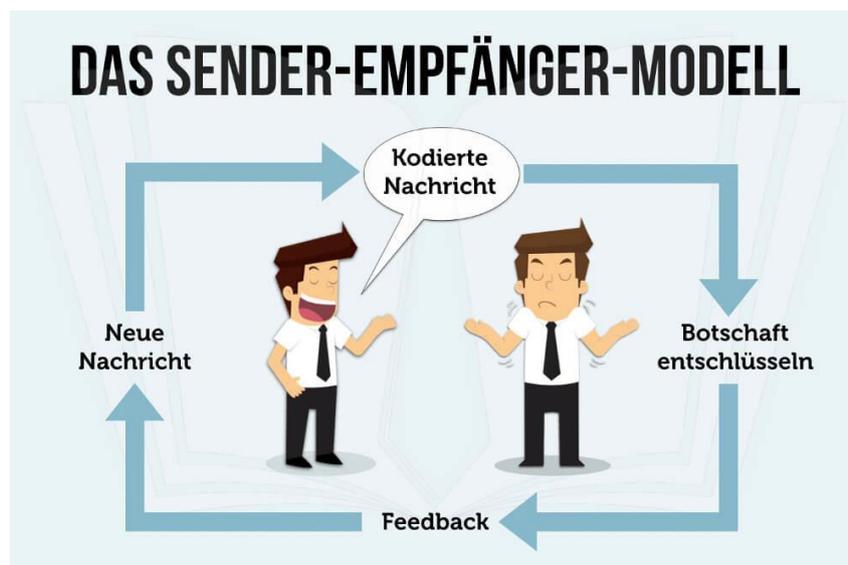


III. Методичні рекомендації до виконання завдань:

- 1) Gute Ideen und echte Verbesserungsvorschläge, die nicht aus der Chefetage kommen, haben es schwer. Oft stößt man auf taube Ohren aus Bequemlichkeit, weil alles auch so gut läuft, weil die Idee scheinbar zu innovativ und zu schwer

umzusetzen ist. Wie könnte man jede Blockade überspringen und den Chef und Kollegen überzeugen?

- 2) Für Entscheidungen, die in einer Gruppe gefällt werden, gelten besondere Regeln. Oft spielen dabei nicht nur rationale Gründe eine Rolle, auch gruppendynamische Prozesse sind zu beachten. Was kann bei gemeinsamen Beschlüssen entscheidend sein?
- 3) Je stabiler eine Gruppe ist, umso stärker neigt sie dazu, ihre eigenen Normen, Denk- und Verhaltensweisen auszubilden und ihre eigene Kommunikation. In jeder Gruppe gibt es Mitglieder, die einen starken Einfluss haben, und solche, auf die niemand hört. Insofern ist der Einfluss, den die Person auf eine Gruppenentscheidung nehmen kann, vorgeprägt durch die Position, die die Person in dieser Gruppe hat. Welche Gründe gibt es für Gruppenentscheidungen?
- 4) Dem Entscheidungsakt geht immer ein Gedankenaustausch voraus. Die Gruppenmitglieder bekommen Informationen, bringen Argumente vor und formulieren Fragen. Auf dieses Vorgeplänkel kommt es an. Hier fällt eigentlich schon die Entscheidung. Der Beschluss selbst, die Abstimmung, ist in vielen Fällen eine reine Formsache. Wer legt die Fragestellung fest?



- 5) Die meisten Diskussionen vor einer Entscheidung verlaufen unstrukturiert. Jeder, der etwas sagen will, meldet sich zu Wort oder bekommt das Wort

erteilt. Irgendwann wird entschieden. Das hat allerdings viele Nachteile, etwa kommen endlose Diskussionen zustande. Dauerredner plappern ungebremst oder wichtige Argumente gehen in der Informationsflut unter. Wie könnte die Effizienz des Entscheidungsprozesses in der Gruppe gesteigert werden?

Рекомендована література

Основна:

1. Плотницька І., Левченко О., Кудрявцева З. Ораторське мистецтво. Навчально-методичний посібник. К. : Видавництво НАДУ, 2011.
2. Schinko B. Stimme und Persönlichkeit. Offenbach am Main : GABAL Verlag GmbH, 2021.
3. Ueckermann A.- B. Kommunikationskultur: Orientierung für eine erfolgreiche Kommunikation. Berlin : Frank & Timme Verlag, 2020.

Додаткова:

1. Allhoff D., Allhoff W. Rhetorik und Kommunikation. Ein Lehr- und Übungsbuch. München : Reinhardt, 2016.
2. Beck K. Kommunikationswissenschaft. München, Tübingen : UVK Verlag, Narr Franke Verlag, 2020.

Інтернет ресурси:

1. Verhandlungsstrategien und Ethik. URL:
<https://www.munich-business-school.de/insights/2017/verhandlung-ethik/>
2. Business Knigge auf einen Blick: Angemessenes Verhalten im Job. URL:
<https://www.personalwissen.de/arbeitsalltag/business-etikette/>
3. Kommunikation: die Basis für gute Zusammenarbeit. URL:
<https://www.sekretaria.de/bueroorganisation/soft-skills/kommunikation/>
4. In der Gruppe Entscheidungen treffen. URL:
<https://www.sekretaria.de/bueroorganisation/soft-skills/kommunikation/gruppe-entscheidungen-treffen/>
5. Empfängerorientiert kommunizieren. So gelingt die Kommunikation am Arbeitsplatz. URL:
<https://www.jobundkarriereblog.ch/empfaengerorientiert-kommunizieren-so-gelingt-die-kommunikation-am-arbeitsplatz/>
6. Die Kommunikationsfähigkeit entscheidet über die Karriere. URL:
<https://www.kalliope-portal.de/kommunikation-verbessern/>

Бібліографія

1. Боднарчук Т. Kommunikative Strategien der Geschäftskommunikation. Навчальний посібник. Кам'янець-Подільський : ТОВ Друкарня «Рута», 2019.
2. Іваницька М., Кучма О., Павличко О., Тимченко Є. Комунікативні стратегії: читання, письмо, усне мовлення. Підручник. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2018.
3. Плотницька І., Левченко О., Кудрявцева З. Ораторське мистецтво. Навчально-методичний посібник. К. : Видавництво НАДУ, 2011.
4. Allhoff D., Allhoff W. Rhetorik und Kommunikation. Ein Lehr- und Übungsbuch. München : Reinhardt, 2016.
5. Beck K. Kommunikationswissenschaft. München, Tübingen : UVK Verlag, Narr Franke Verlag, 2020.
6. Klüver Chr., Klüver J., Schmidt J. Besser und erfolgreicher kommunizieren : Techniken, Selbsteinschätzungen, soziale Situationen und kommunikative Strategien. Wiesbaden : Springer Vieweg Verlag, 2021.
7. Schinko B. Stimme und Persönlichkeit. Offenbach am Main : GABAL Verlag GmbH, 2021.
8. Ueckermann A.- B. Kommunikationskultur: Orientierung für eine erfolgreiche Kommunikation. Berlin : Frank & Timme Verlag, 2020.