

УДК 1:16:316.77:808.5

БАУЛІНА Таміла – кандидат філософських наук, доцент кафедри логіки, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 60, вул. Володимирська, м. Київ, Україна, індекс 01033 (baulinatamila@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8358-5582>

DOI: <https://doi.org/10.24919/2522-4700.44.3>

Бібліографічний опис статті: Бауліна, Т., (2022). Цифрова риторика: специфіка та перспективи. *Людинознавчі студії: збірник наукових праць Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Серія «Філософія», № 44, 43–59, doi: <https://doi.org/10.24919/2522-4700.44.3>*

ЦИФРОВА РИТОРИКА: СПЕЦИФІКА ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Анотація. Діджиталізація всіх сфер життєдіяльності людини веде до значних змін і в науковій сфері, зокрема й в риторичній. Виникнення цифрової риторики як нового етапу в риторичній зумовлено змінами, які спричинені особливостями комунікативних процесів сьогодення. У статті розглядається низка питань пов'язаних із визначенням специфічних рис притаманних новому етапу риторики, а саме цифровій риторичній. Крім того, досліджується взаємодія цифрової риторики з теоретичними надбаннями інших етапів у розвитку риторичної науки. Для цього канони класичної риторики (інвенція, диспозиція, елокуція, меморія, акція) зіставляються з цифровою риторикою і додатково розглядається ще один розділ риторики (релаксація) відповідно до вимог цифрової риторичної. **Метою статті** є дослідити основні риси та перспективи цифрової риторичної. **Методологічні засади.** Результати дослідження отримані завдяки застосуванню таких методів: порівняльно-історичного методу для розгляду поняття «цифровий текст», а також при порівнянні понять «жива» промова та «цифровий текст»; компаративного аналізу при розгляді зіставлення теорій класичної і цифрової риторичної; а також застосовуються методи аналізу й синтезу. **Наукова новизна.**

© Бауліна Таміла, 2022

Авторкою обґрунтовується наслідування цифровою риторикою здобутків попередніх етапів у розвитку риторики (класичної риторики та неориторики) з їх удосконаленням відповідно до вимог сучасності. **Висновки.** Поняття «цифровий текст» слід розуміти як нефіксований та інтерактивний, де читач може змінити його, стати й одночасно письменником. Крім того, цифровий текст доречно розглядати в контексті поняття «*sprite*» (своєрідні джерела передачі інформації). Канони класичної риторики можливо застосовувати й для цифрової риторики з пристосуванням їх до реалій сьогодення.

Ключові слова: риторика, цифровариторика, діджиталізація, цифровий текст, релаксація, онлайн-спілкування.

BAULINA Tamila – Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor at the Department of Logic, Taras Shevchenko National University of Kyiv, 60, Volodymyrska str., Kyiv, Ukraine, postal code 01033 (baulinatamila@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8358-5582>

DOI: <https://doi.org/10.24919/2522-4700.44.3>

To cite this article: Baulina, T., (2022). Tsyfrova rytoryka: spetsyfika ta perspektyvy. [Digital rhetoric: specifics and perspectives]. *Liudynoznavchi studii: zbirnyk naukovykh prats Drohobyt'skoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Ivana Franka. Seriiia "Filosofiiia"* – Human Studies. Series of "Philosophy": a collection of scientific articles of the Drohobych Ivan Franko State Pedagogical University, № 44, 43–59, doi: <https://doi.org/10.24919/2522-4700.44.3>

DIGITAL RHETORIC: SPECIFICS AND PERSPECTIVES

Summary. Digitalization of all spheres of human life leads to significant changes in the scientific field, including rhetoric. The emergence of digital rhetoric as a new stage in rhetoric is due to changes caused by the peculiarities of today's communicative processes. The paper considers a number of issues related to the definition of specific features inherent in digital rhetoric and its interaction with the theoretical achievements of other stages in the development of rhetorical science. In addition, the interaction of digital rhetoric with the theoretical achievements of other stages

*in the development of rhetorical science is studied. To do this, the canons of classical rhetoric (invention, arrangement, style, memory, delivery) are compared with digital rhetoric and additionally considered another section of rhetoric (relaxation) in accordance with the requirements of digital rhetoric. **The purpose** of the paper is to explore the main features and perspectives of digital rhetoric. **Methodological principles.** The results of the study were obtained through the use of the following methods: comparative-historical method for considering the concept of «digital text», as well as when comparing the concepts of «live» speech and «digital text»; comparative analysis when considering the comparison of theories of classical and digital rhetoric; as well as methods of analysis and synthesis. **Scientific novelty.** The author substantiates the imitation of digital rhetoric of the achievements of previous stages in the development of rhetoric (classical rhetoric and neorhetoric) with their improvement in accordance with modern requirements. **Conclusions.** The concept of «digital text» should be understood as non-fixed and interactive, where the reader can change it and become a writer at the same time. In addition, digital text should be considered in the context of the concept of «spime» (a kind of source of information). The canons of classical rhetoric can also be applied to digital rhetoric by adapting them to the realities of today.*

Key words: rhetoric, digital rhetoric, digitalization, digital text, online communication.

Постановка проблеми. Реалії XXI століття свідчать про надзвичайно тісне переплетіння реального та цифрового світів. Такий стан речей наявний в переважній більшості сфер життєдіяльності людини, зокрема в науковій та освітній. Одним із яскравих проявів поєднання реального і цифрового можна вважати перехід до дистанційної форми навчання у зв'язку з пандемією COVID-19. Це питання стало стратегічним для освітніх систем багатьох країн.

Українське суспільство зіштовхнулося з вимушеним переходом до дистанційної форми навчання. Усі учасники освітнього процесу були змушені прилаштовуватися до нових реалій. Окрім технічних труднощів виявились ще й комунікативні, а саме організація процесу спілкування між студентами та викладачами.

За даних обставин варто зауважити, що стара форма «живого» спілкування потребує модернізації та прилаштування до нових реалій. На цій підставі можна говорити й про нові вимоги до риторичної теорії, а саме до ефективних засобів комунікативного впливу в умовах цифрового формату спілкування (цифрової риторики).

Мета статті полягає в дослідженні основних рис та перспектив цифрової риторики як нового етапу в риторичі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сьогодні дослідження в сфері з цифрової риторики видаються досить актуальними й водночас мало дослідженими. Це новий напрямок у науковому дискурсі, який здобуває свою популярність через швидкі темпи поширення цифрового в усі сфери нашого життя. Ми знаходимо спроби розібратися з цифровою риторикою завдяки роботам Річарда Ленхема (Richard Lanham), Лаури Гурак (Laura J. Gurak), Джеймса Зеппена (James P. Zappen), Барбари Уорнік (Barbara Warnick), Елізабет Лош (Elizabeth Losh), Дугласа Еймана (Douglas Euman), Кетлін Уелч (Kathleen Welch), Кристал ВенКутен (Crystal VanKooten), Анжелі Агвайо (Angela J. Aguayo) та інших.

Основний матеріал. Сьогодні ми можемо говорити про такий новий етап в риторичі як цифрова риторика. Вперше термін «цифрова риторика» був запропонований у 1989 році науковцем Р. Ленхемом у своїй лекції. Пізніше, а саме в 1993 році, він вживає цей термін у своїй книзі «Електронне слово: демократія, технології та мистецтво». Веліся різні дискусії стосовно того, як краще означити цей термін для риторичної науки. Пропонувалися різні визначення: цифрова риторика, технориторика, мережева риторика, процедурна риторика та інші (Losh, 2012; Euman, 2015). Проте вважаємо, що саме термін «цифрова риторика» якнайкраще характеризує новий етап в риторичі як науці. Так, здобутки класичної риторики та неориторики переходять в новий формат, де зникають межі між реальним світом і цифровим.

Слід зазначити, що Д. Зеппен, говорячи про цифрову риторичу, пропонує зробити її єдиною узгодженою теорією, за допомогою синтезуючих підходів. Наприклад, застосовуючи традиційні класичні риторичні схеми переконання в цифровому світі.

Проте переконання в цифровому контексті має інший характер, ніж у класичні часи: «<...> не лише переконання з метою спонукання аудиторії до дії чи довіри, але й самовираження з метою вивчення індивідуальних та групових ідентичностей та участі й творчої співпраці з метою створення спільних інтересів» (Zarren, 2005, p. 322).

Сам автор визначає цифрову риторичу як таку, що «<...> є сумішшю більш-менш дискретних компонентів, а не повною й інтегрованою теорією як такою» (Zarren, 2005, p. 323). Таким чином, для Д. Зеппена цифрова риторика має бути цілісною єдиною теорією. На противагу Д. Зеппену Д. Еймен (2015) вважає, що «<...> існує настільки широкий спектр цифрових доменів і контекстів, які може задіяти цифрова риторика, що <...> цифрову риторичу слід розглядати як поле, яке залучає кілька теорій і методів, а не як єдину теорію» (p. 61).

Наприклад, Е. Лош (2009), досліджуючи поняття цифрової риторичи, вказує на досить широкі межі застосування цього терміну: нові жанри для повсякденного дискурсу, публічна риторика, нова наукова дисципліна, математичні теорії спілкування в галузі інформатики.

Водночас корисно звернути увагу на доповнення Д. Еймена (2015) щодо основних видів діяльності у сфері цифрової риторичи слідом за Д. Зеппеном:

<...> дослідження та розвиток риторичи технологій; використання риторичних методів для розкриття та дослідження ідеологій та формування культури в цифровій роботі; вивчення риторичної функції мереж; теорія передачі інформації, в якій співрозмовники виступають як, імовірно, агентами програмного забезпечення (або «spimes»), так і людьми. (p. 44)

Таким чином, можна визначити цифрову риторичу як новий етап в риторичі як науці, який характеризується міждисциплінарним характером, розширенням аудиторії, застосуванням різноманітних засобів для комунікації, поєднанням здобутків класичної риторичи, а також неориторичи.

Промова й цифровий текст. Д. Еймен (2015) вважає, що цифрова риторика характеризується продуктивністю та аналітичністю. За цих обставин на останню накладаються важливі завдання: стати методом і теорією (завдяки риторичним

засобам), а також – засобом та способом (завдяки цифровій характеристиці). Таке визначення вказує на взаємозв'язок термінів «риторика», «цифровий» і «текст»: «Хоча риторика надає первинну теорію та методи для напрямку цифрової риторики, об'єктами дослідження мають бути цифрові (електронні) композиції, а не промови чи друковані тексти» (Euman, 2015, p. 18).

Також варто звернути увагу на спроби різних дослідників розглянути таке важливе поняття для цифрової риторики як «цифровий текст». Наприклад, для пояснення необхідності зміни риторичної парадигми в науковому світі Р. Ленхем вживає таке поняття як «цифровий текст», який не може існувати без використання комп'ютера. Останній «<...> одночасно виконує дуже нову візуальну програму та дуже стару словесну програму» (Lanham, 1993, p. 31).

Порівнюючи здобутки цифрової риторики з класичною, цікавим є звернення уваги Р. Ленхема на процес моделювання ситуації (вправління в красномовстві). Класична риторика ключовою формою вираження мала слово (промови), яке повторювала в різних контекстах та різноманітних формах. Так, класична модель комунікації, «оратор – промова – аудиторія», яку свого часу запропонував Арістотель, відображала комунікацію як в усній, так і в письмовій формі. Проте ХХІ століття з глобальною діджиталізацією різних сфер життєдіяльності людини, від побутової до політичної сфери, вимагає інших поглиблених процесів комунікації пристосованих до сьогодення. Так, на сьогодні комп'ютерне моделювання займає досить важливе місце. Так само як і вправління в красномовстві (моделювання виступів) було і залишається центральним для ораторів усіх часів. «Сьогодні ми моделюємо все в цифровому вигляді і, зазвичай, візуально, перш ніж ми його будемо, виготовляємо або сприймаємо в якості політики, або програми продажів» (Lanham, 1993, p. 47).

Важливим постає питання: а що ж станеться при переміщенні текстової інформації із сторінок на екрани комп'ютерів? Р. Ленхем (1993), відповідаючи на це питання, водночас дає характеристику й «цифровому тексту»: «<...> цифровий текст стає нефіксованим та інтерактивним. Читач може змінити його, стати письменником <...> фіксований, авторитетний, канонічний текст, просто вибухає в етер» (p. 31). Розвиваючи свою ідею

в іншій праці, Р. Ленхем (1994) зазначає, що цифровий текст може бути переписаним, до нього можливо вносити зміни, його можна переформатовувати, міняти шрифти. Тобто дослідник веде мову про те, що всі зазначені маніпуляції робляться лише декількома натисканнями клавіш.

Інший дослідник цифрової риторики Д. Еймен (2015) також намагається дати характеристику «цифровому тексту» через розкриття понять «цифровий» і «текст». Під поняттям «цифровий» автор розуміє використання цього терміну в технічному значенні, а саме відображення інформаційного змісту будь-якого повідомлення за допомогою умовних значень 1 і 0 (кодування інформації).

У свою чергу поняття «текст» Д. Еймен (2015) розглядає як «контейнер для аргументів або переконливого дискурсу» (р. 21). Проте науковець вважає, що така традиція асоціюється більше з друкованими текстами. Однак для цифрової риторики текст повинен мати ширше значення через включення до нього цифрової складової. А тому Д. Еймен пропонує використовувати термін «*sprite*». Це поняття було запроваджене Брюсом Стерлінгом для позначення футуристичного об'єкта, характерного для Інтернет речей. Останній є синонімом продуктів, що відносяться до концепції «розумний дім». Такий футуристичний об'єкт можна відстежувати в просторі й часі протягом усього його життя. Слово «*sprite*» утворене від понять «простір» (*space*) і «час» (*time*). *Sprite* – це такі віртуальні майстер-об'єкти, які в різний час можуть мати фізичні втілення самих себе. Іншими словами, це віртуальні образи, за допомогою яких ми можемо створювати свою присутність у цифровому світі. Об'єкт розглядають як *sprite*, якщо вся його важлива інформація зберігається у «хмарі». Д. Еймен у своїй роботі згадує Джондена Джонсон-Ейлолу, який простежує розвиток тексту від артефакту до продукту «*sprite*». Для цифрової риторики це може означати більш широке використання тексту саме як *sprite*. Саме такі риторичні об'єкти можуть стати об'єктами дослідження у цифровій риторичі.

Спираючись на погляди Р. Ленхема й Д. Еймена, можна вести мову про цифровий текст як такий, що є джерелом передачі усної, письмової, візуальної інформації, що виробляється за допомогою цифрових й електронних технологій.

Важливим питанням видається зіставлення «живої» промови й «цифрового тексту». Яким чином можливо це зробити? По-перше, у нашому розумінні це стає можливим завдяки поняттю «авдиторія». У класичному розумінні для «живої» промови характерним є центральне місце оратора, де аудиторії віддається другорядна роль. Іншими словами, оратор є активним учасником процесу, а аудиторія є більш-менш пасивною. У випадку з «цифровим текстом» можна спостерігати таку особливість: аудиторія є більш активною завдяки можливості залучення у безпосередній процес. Таке залучення відбувається через демонстрацію свого ставлення завдяки «лайкам», коментарям тощо.

По-друге, ще однією особливістю для розрізнення «живої» промови й «цифрового тексту» доречно вважати засоби наочності, наприклад, використання «презентацій». Якщо на рівні неориторики застосування «презентацій» та інших засобів наочності були бажаними, то в цифровій риторичі вони є обов'язковими.

Теоретична частина цифрової риторики. Р. Бьюкенен (1985) вважає, що «Риторика є одночасно практикою переконливого спілкування і формальним мистецтвом вивчення такого спілкування <...>» (р. 6). Так як XXI століття диктує нам свої правила комунікації, застосовуючи різноманітні технологічні й технічні засоби, доречно розглянути, яким чином змінюється теоретична складова риторики як науки в умовах діджиталізації. На основі цього вважаємо важливим порівняти теорії класичної та цифрової риторики. Класична риторика з її багатою історією та персоналіями надала нам надзвичайний подарунок у вигляді п'яти канонів риторики, які не втрачають своєї актуальності й сьогодні. Так, Цицерон (2021) у своїй роботі «Про оратора» зазначає:

Всі сили та здібності оратора служать виконанню таких п'яти завдань: по-перше, він повинен шукати зміст для своєї промови; по-друге, розмістити знайдене по порядку, зваживши та оцінивши кожен доказ; по-третє, вдягнути та прикрасити все це словами; по-четверте, зафіксувати промову в пам'яті; по-п'яте, вимовити її з гідністю та приємністю. (с. 50)

Зазначені п'ять завдань отримали свій теперішній вигляд в якості розділів риторичної науки: інвенції, диспозиції, елокуції,

меморії, акції. Постає питання: яким чином ці розділи класичної риторики співвідносяться із сьогоднішніми реаліями?

Щоб дати відповідь на поставлене питання, спробуємо переглянути й переосмислити п'ять канонів класичної риторики через призму сьогодення. Так, у роботі Д. Еймена (2015) знаходимо таку спробу зіставлення цифрових практик із канонами класичної риторики. Дійсно, цифрова комунікація однозначно вимагає перегляду класичних канонів риторики для умов сьогодення. Таким чином, розглянемо кожний канон відповідно для цифрової риторики.

Інвенція. У класичному розумінні інвенція відповідає за пошук і систематизацію матеріалу для засобів переконання. Для цифрової риторики інвенція включає в себе

<...> пошук і узгодження мереж інформації, пошук тих матеріалів, які найкраще підходять для створення переконуючих творів, а також знання того, до яких семіотичних ресурсів звертатися і які використовувати (звукові, візуальні, текстові, гіпертекстові), і які технологічні інструменти найкраще підходять для роботи з цими ресурсами. (Euman, 2015, p. 66)

Також важливим є використання мультимодальних і мультимедійних засобів. Слід згадати й про необхідні компоненти для цифрової практики: дискурс з іншими людьми, а також соціальну взаємодію. Саме в такій взаємодії породжуються нові аргументи. Тому, наприклад, блогери, які тісно взаємодіють з аудиторією, впливають на неї, долучають її до обговорення певних питань, що й дає підстави для створення нових аргументів. Таким чином, інвенція також є місцем, де створюються нові аргументи «через взаємодію з новими медіатекстами та через онлайн-соціальний дискурс» (Euman, 2015, p. 68).

Диспозиція. Для класичної риторики диспозиція постає як формальна система для організації послідовності кожної з частин майбутньої промови. В такому сенсі важливими є частини промови, що запропоновані класичною риторикою, де вступ, основа частина та висновки створюють чітку послідовність викладу, щоб допомогти аудиторії слідувати за усною промовою. Для цифрової ж риторики цифрова практика диспозиції передбачає «маніпулювання цифровими носіями, а також відбір готових робіт і перетворення їх у нові роботи; реміксування»

(Еуман, 2015, р. 65). У цифровій риториці межі між автором (оратором) й читачем (авдиторією) дещо розмиваються. Так, читач (авдиторія) може робити різні маніпуляції з цифровим текстом, який представлений автором (оратором), а саме змінювати його завдяки тегуванню, реміксуванню тощо. Тому для цифрової риторики видається досить важливим канон диспозиції як функції створення цифрового тексту.

Елокуція. У класичній риториці цей етап відзначається формулюванням стилю, застосуванням різноманітних засобів мовленнєвого відображення майбутньої промови. Для цифрової риторики, крім вищезгаданих моментів, додаються засоби, що дають змогу працювати з текстом в його цифровій формі: «розуміння елементів дизайну (колір, рух, інтерактивність, вибір шрифту, відповідне використання мультимедіа тощо)» (Еуман, 2015, р. 65).

Меморія. У класичному розумінні цей етап діяльності оратора пов'язаний із запам'ятовуванням тексту промови. Сьогодні цей етап для цифрової риторики можна визначити як «інформаційну грамотність»: «<...> знання, як зберігати, отримувати й маніпулювати інформацією (особистою чи проєктною; блогами чи базами даних)» (Еуман, 2015, р. 65). У цьому значенні стає очевидним, що меморія в сучасному розумінні відіграє важливе значення як спосіб збереження та відновлення інформації, архівування, збереження цифрових матеріалів.

Акція. Цей канон класичної риторики є завершальним, де оратор демонструє («доставляє») все те, що він розробив на попередніх етапах, презентуючи свою промову. Проте в рамках сьогодення з різноманітними технологічними й технічними можливостями, цифровий текст як аналог класичної промови, може бути продемонстрований авдиторії різними способами. «Цифрова риторика повинна забезпечувати методи розуміння та використання систем розповсюдження та публікації (включаючи технічні рамки, які підтримують різні протоколи та мережі) <...>» (Еуман, 2015, р. 73). Іншими словами, мова йде про різноманітні способи розповсюдження інформації («цифрового тексту») з метою не лише швидкої доставки, а й успішної комунікації між учасниками комунікативного процесу.

Релаксація. Якщо розглядати риторику з точки зору системного підходу, то цікавим видається ще один етап, який не входить

до канонів класичної риторики, а саме «релаксацію – етап самоаналізу, який відповідає діям оратора, що спрямовані на підбиття підсумків ораторської комунікації» (Крикун, 2019, с. 46). Для цифрової риторики такий етап аналізу результатів комунікації з метою поліпшення майбутніх виступів, може бути представлений завдяки відео або аудіо записам власних виступів, або завдяки аналізу залишених аудиторією коментарів та реакцій на виступ (або записаного цифрового тексту) оратора.

Таким чином, можна зазначити, що канони класичної риторики успішно застосовуються і для цифрової риторики, проте й мають свої особливості, пристосовуючись до умов сьогодення.

Дистанційна освіта в Україні: проблема етичної складової. Варто зазначити, що Україна не стоїть осторонь прогресивних змін, що відбуваються у світі. Так, наприклад, із запровадженням дистанційної форми навчання, спричиненої COVID-19, Київський національний університет імені Тараса Шевченка запровадив комплекс онлайн курсів для викладачів під назвою KNU Teach Week (2021). Метою таких занять було підвищення ефективності взаємодії викладачів зі студентами. Прослухавши ряд вебінарів, а також маючи особисту практику викладання в умовах дистанційної форми навчання, було виявлено ряд питань, на які слід звернути увагу. Дійсно, викладач повинен по-іншому організовувати свій комунікативний процес з аудиторією, щоб бути краще й ефективніше сприйнятим. Звернемо увагу на певні особливості, з якими має справу викладач в умовах дистанційної взаємодії зі студентами:

1) необхідність використання якісних презентацій лекційного матеріалу з орієнтацією на аудиторію;

2) включення аудиторії до лекційного процесу завдяки інструментам гейміфікації: онлайн опитування, дискусії, вікторини, робота з інтерактивними дошками тощо;

3) розгляд питань щодо етики онлайн-взаємодії викладача й студента.

Доречно було б зупинитися на останньому пункті, який є досить важливим і проблематичним у світі цифрових змін. Онлайн-спілкування змушує змінювати формат традиційної комунікації. Останню можна визначити як спілкування, де учасники безпосередньо бачать один одного. Проте

в онлайн-спілкуванні посередньою ланкою між комунікаторами безпосередньо виступає гаджет. Ця особливість створює момент загадковості й певної невизначеності в спілкуванні. Іншими словами, завдяки аватару ми можемо не бачити, і не відчувати нашого співрозмовника. Звичайно, аватар демонструє певну індивідуальність самовираження комунікаторів. З іншого боку, існує вірогідність втрати правил етикету в онлайн-спілкуванні, так як учасники віртуального комунікативного процесу можуть відчувати безкарність за свої вчинки. Це обумовлено наявністю опосередкованого учасника онлайн-спілкування – гаджета (за матеріалами KNU Teach Week, 2021).

Вищезазначена особливість указує на наявність такого актуального питання при онлайн-спілкуванні як проблема вимкненої камери. У такому випадку втрачається особистісна компонента спілкування, коли ми не бачимо свого співрозмовника. Як наслідок, зникає емоційна складова комунікації. Доречним було б вирішення цього питання на державному рівні, адже з одного боку через заклики до співрозмовника ввімкнути камеру ми ніби порушуємо свободу особистості. З іншого боку, втрата емоційної складової, а також нерозуміння того, хто знаходиться за екраном, є на сьогодні невирішеними питаннями.

Доречно звернути увагу на спроби вирішення проблеми етичної складової при онлайн-спілкуванні в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка. Так, у листопаді 2021 року було затверджено «Пам'ятку норм етичної поведінки для учасників освітнього процесу Київського національного університету імені Тараса Шевченка». У зазначеному документі особливої уваги заслуговують пункти про коректність використання увімкнених камер на заняттях, що проводяться засобами дистанційної комунікації. Такі норми стосуються як науково-педагогічних працівників, так і здобувачів освіти:

1) у пункті 1.7 стосовно норм етичної поведінки для викладачів прописана така рекомендація: «<...> бути на заняттях з увімкненою камерою»;

2) відносно здобувачів освіти знаходимо пункти 2.2 і 2.3.1, які мають подібну інформацію щодо камер, де рекомендовано «бути на заняттях, що проводяться з використанням засобів дистанційної комунікації з увімкненою камерою <...>» (Пам'ятка

норм етичної поведінки для учасників освітнього процесу Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2021, с. 1–2).

Слід наголосити, що люди є істотами соціальними. Для того щоб не відбувалося безладу при онлайн-спілкуванні, також потрібні свої особливі норми. За відсутності останніх ми однозначно зустрічаємось із хаосом. Дійсно, етичні норми при дистанційній комунікації так чи інакше розробляються, проте на сьогодні вони є лише рекомендованими, не обов'язковими чи необхідними з юридичної точки зору. Також слід звернути увагу на досить важливий момент стосовно «примусу» ввімкнення камер. А чи не порушує такий «примус» академічної свободи здобувачів освіти? Як прописано в «Етичному кодексі університетської спільноти» (2017) у пункті 4.1 «Порушенням є <...> штучне обмеження академічної свободи членів університетської спільноти» (с. 8). Проте «примус» увімкнути камери саме так і виглядає, як порушення академічної свободи. У викладача нема жодної юридичної підстави на даний момент вимагати обов'язкового ввімкнення камер від здобувачів освіти. Тому вважаємо, що дане питання слід розглядати й вирішувати на нормативному рівні.

Підсумовуючи, корисно звернути увагу на те, що сьогодні класичний викладач повинен прилаштовуватися до цифрового формату викладання, щоб ефективно переконувати. Переконавання є метою будь-якого оратора, а також базовою категорією для риторики як науки. Остання за всю історію свого існування створила чимало теорій, методів, засобів для застосування їх у різних форматах комунікації. Оратор прагне надати своїй аудиторії причини прийняти нову позицію чи спрямувати її до певних дій щодо власної ідеї. «У цьому сенсі риторика – це мистецтво формування суспільства, зміни напрямку для індивідів і спільнот, а також встановлення зразків для нових дій» (Buchanan, 1985, р. 6). Так, виявляється нагальною проблема взаємодії викладача зі студентами. Привертати увагу й зацікавлювати останніх стає важче. Потрібні нові методи й засоби для вирішення цих питань. Викладач у ролі класичного оратора постає вже не цікавим, не актуальним. Втрачається безпосередній контакт з аудиторією. Тому в таких умовах дистанційного середовища постають нагальні питання, які потрібно

вирішувати в найближчий час: як мотивувати студентів, як впливати на їхній рівень концентрації уваги, а також питання щодо етичного кодексу між викладачем і студентом.

Таким чином, сьогодні для ефективної комунікації варто застосовувати як здобутки класичної риторики, так і неориторики. Проте зростаючі вимоги до успішного переконання за умов діджиталізованої комунікації, змушують риторику до подальшого розвитку та опанування нових наукових напрямків. Тому ми вважаємо досить перспективним й актуальним подальшу розробку «цифрової риторики» як нового етапу риторики як науки з її методами та інструментами.

Висновки. Зважаючи на проведене дослідження, варто звернути увагу на такі положення:

1) поняття «цифровий текст» слід розуміти як нефіксований та інтерактивний, де читач може змінити його, стати й одночасно письменником; відповідно, цифровий текст може бути переписаним, переформатованим, змістовно зміненим; до нього можуть включатися цифрові об'єкти, залучаючи більш широкий спектр засобів масової інформації; «цифровий текст» можна розглядати в контексті такого поняття як «sprite»; «цифровий текст» можна визначити як такий, що є джерелом передачі усної, письмової, візуальної інформації, що виробляється за допомогою цифрових й електронних технологій;

2) відмінності й особливості «живої» промови та «цифрового тексту» можна продемонструвати завдяки поняттю аудиторія; для «живої» промови аудиторія займає другорядну позицію, на відміну від оратора; при використанні «цифрового тексту» аудиторія стає більш активною, що проявляється можливістю безпосередньої демонстрації своєї позиції: «лайки», коментарі тощо;

3) актуальним видається зіставлення п'яти канонів класичної риторики з цифровою риторикою; як наслідок, можна зазначити, що канони класичної риторики успішно застосовуються і для цифрової риторики, проте й мають свої особливості відповідно до умов сьогодення;

4) важливим питанням на сьогодні постає розробка етичних норм при онлайн-спілкуванні; нагальною залишається проблема вимкнених камер, що веде за собою втрату емоційної складової комунікації;

5) сьогодні класичний викладач з метою ефективного викладання має прилаштовуватись до нових умов діджиталізації, які потребують розробки нових методів та засобів для мотивації студентів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Етичний кодекс університетської спільноти. Ухвалений на Конференції трудового колективу Київського національного університету імені Тараса Шевченка, протокол № 2 від 27.12.2017 р., 12 с. URL: <http://www.univ.kiev.ua/pdfs/official/ethical-code/Ethical-code-of-the-university-community.pdf> (дата звернення 11.02.2022).

2. Крикун В. Ю. Риторика : навч. посіб. К. : ВПЦ «Київський університет», 2019. 224 с.

3. Пам'ятка норм етичної поведінки для учасників освітнього процесу Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Затверджений Вченою радою Київського національного університету імені Тараса Шевченка, протокол № 5 від 10.11.2021 р., 4 с. URL: <http://senate.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2021/11/Пам'ятка-норм-етичної-поведінки-для-учасників-освітнього-процесу-КНУ.pdf> (дата звернення 11.02.2022).

4. Цицерон. Об ораторском искусстве : трактаты / Пер. с лат. М. Л. Гапарова, Ф. А. Петровского. Спб. : Азбука, Азбука-Аттикус, 2021. 496 с.

5. Buchanan R. Declaration by Design: Rhetoric, Argument, and Demonstration in Design Practice. Cambridge, MA : MIT Press. *Design Issues*. 1985. 2(1), P. 4–22. DOI: <https://doi.org/10.2307/1511524>

6. Eymann D. Digital Rhetoric: Theory, Method, Practice. MI : University of Michigan Press, 2015. 173 p. DOI: <https://doi.org/10.3998/dh.13030181.0001.001>

7. Eymann D. Looking Back and Looking Forward: Digital Rhetoric as Evolving Field. *Enculturation*. 2016. Issue 23. URL: <http://enculturation.net/looking-back-and-looking-forward> (дата звернення: 27.07.2021).

8. KNU Teach Week – підвищення кваліфікації для викладачів Університету, 2021. URL: <http://www.univ.kiev.ua/news/11415> (дата звернення 14.12.2021).

9. Lanham R. The Electronic Word: Democracy, Technology, and the Arts. Chicago : University of Chicago Press, 1993. 302 p.

10. Lanham R. The Implications of Electronic Information for the Sociology of Knowledge. *Leonardo*. 1994. Vol. 27(2). Pp. 155–163. DOI: <https://doi.org/10.2307/1575985>

11. Losh E. Defining Digital Rhetoric with 20–20 Hindsight. *Digital Rhetoric Collaborative*. 2012. URL: <https://www.digitalrhetoriccollaborative.org/2012/06/25/defining-digital-rhetoric-with-20-20-hindsight/> (дата звернення: 28.07.2021).

12. Losh E. *Virtualpolitik: An Electronic History of Government Media-Making in a Time of War, Scandal, Disaster, Miscommunication, and Mistakes*. Cambridge, MA : MIT Press, 2009. 432 p.

13. Zappen J. P. Digital rhetoric: Toward an integrated theory. *Technical Communication Quarterly*. 2005. 14(3). pp. 319–325. DOI: https://doi.org/10.1207/s15427625tcq1403_10

REFERENCES

1. Etychnyi kodeks universytetskoi spilnoty. Ukhvalenyi na Konferentsii trudovoho kolektyvu Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka, protokol № 2 vid 27.12.2017 r. (2017). [Code of ethics of the university community. Approved at the Conference of the staff of the Taras Shevchenko National University of Kyiv, Minutes № 2 of 27.12.2017]. Retrieved February 11, 2022, from <http://www.univ.kiev.ua/pdfs/official/ethical-code/Ethical-code-of-the-university-community.pdf> [in Ukrainian].

2. Krykun, V. Yu. (2019). *Rytorika: navch. posib.* [Rhetoric: a textbook]. K. : VPTs «Kyivskiy universytet» [in Ukrainian].

3. Pamiatka norm etychnoi povedinky dlia uchasnykiv osvithnoho protsesu Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Zatverdzhenyi Vchenoiu radoiu Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka, protokol № 5 vid 10.11.2021 r. (2021). [Memo of ethical behavior for participants in the educational process of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Approved by the Academic Council of the Taras Shevchenko National University of Kyiv, Minutes № 5 of 10.11.2021]. Retrieved February 11, 2022, from <http://senate.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2021/11/Памятка-норм-етичної-поведінки-для-учасників-освітнього-процесу-КНУ.pdf> [in Ukrainian].

4. Tsitseron. (2021). *Ob oratorskom iskusstve : traktaty / Per. s lat. M. L. Gasparova, F. A. Petrovskogo* [On the art of oratory: treatises]. Spb. : Azbuka, Azbuka-Attikus [in Russian].

5. Buchanan, R. (1985). *Declaration by Design: Rhetoric, Argument, and Demonstration in Design Practice*. Cambridge, MA : MIT Press. *Design Issues*, 2(1), 4–22. DOI: <https://doi.org/10.2307/1511524>

6. Eyman, D. (2015). *Digital Rhetoric: Theory, Method, Practice*. MI: University of Michigan Press. DOI: <https://doi.org/10.3998/dh.13030181.0001.001>

7. Eyman, D. (2016). Looking Back and Looking Forward: Digital Rhetoric as Evolving Field. *Enculturation*. Issue 23. Retrieved July 27, 2021, from <http://enculturation.net/looking-back-and-looking-forward>

8. KNU Teach Week – pidvyshchennia kvalifikatsii dlia vykladachiv Universytetu. (2021). [KNU Teach Week – in-service training for University teachers]. Retrieved December 14, 2021, from <http://www.univ.kiev.ua/news/11415> [in Ukrainian].

9. Lanham, R. (1993). *The Electronic Word: Democracy, Technology, and the Arts*. Chicago : University of Chicago Press.

10. Lanham, R. (1994). The Implications of Electronic Information for the Sociology of Knowledge. *Leonardo*. Vol. 27(2), 155–163. DOI: <https://doi.org/10.2307/1575985>.

11. Losh, E. (2012). Defining Digital Rhetoric with 20–20 Hindsight. *Digital Rhetoric Collaborative*. Retrieved July 28, 2021, from <https://www.digitalrhetoriccollaborative.org/2012/06/25/defining-digital-rhetoric-with-20-20-hindsight/>.

12. Losh, E. (2009). *Virtualpolitik: An Electronic History of Government Media-Making in a Time of War, Scandal, Disaster, Miscommunication, and Mistakes*. Cambridge, MA: MIT Press.

13. Zappen, J.P. (2005). Digital rhetoric: Toward an integrated theory. *Technical Communication Quarterly*, 14(3), 319–325. DOI: https://doi.org/10.1207/s15427625tcq1403_10.