

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

**Кафедра іноземної філології, українознавства та соціально-
правових дисциплін**

С. К. Ревуцька

КУРС ЛЕКЦІЙ
З ДИСЦИПЛІНИ

РИТОРИКА

Ступінь: бакалавр

Кривий Ріг
2022

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

Кафедра іноземної філології, українознавства та соціально-
правових дисциплін

С. К. Ревуцька

КУРС ЛЕКЦІЙ З ДИСЦИПЛІНИ

РИТОРИКА

Ступінь: бакалавр

Затверджено на засіданні
кафедри іноземної філології,
українознавства та соціально-
правових дисциплін
Протокол № 13
від “10” березня 2022 р.

Схвалено навчально-методичною
радою ДонНУЕТ
Протокол № 8
від “31” березня 2022 р.

Кривий Ріг
2022

УДК 378.147.091.32:808.5
ББК 83.7я73
Р44

Ревуцька, С. К.

Р44 Курс лекцій з дисципліни «Риторика», ступінь: бакалавр. Кривий Ріг :
ДонНУЕТ, 2022. 134 с.

Курс лекцій з дисципліни «Риторика» укладено відповідно до робочої програми дисципліни. Курс лекцій спирається на сучасні здобутки у галузі риторики, логіки, психології та літератури.

ББК 83.7я73

© Ревуцька С.К., 2022
© Донецький національний
університет економіки й торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
 МОДУЛЬ I. ОСНОВИ МИСТЕЦТВА КРАСНОМОВСТВА	
<i>Лекція 1:</i> Риторика як наука і навчальна дисципліна	6
<i>Лекція 2:</i> Основні етапи розвитку риторики у світі	18
<i>Лекція 3 :</i> Основні етапи розвитку риторики в Україні	28
 МОДУЛЬ II. ЕТАПИ ПІДГОТОВКИ ПРОМОВИ. МИСТЕЦТВО ПУБЛІЧНИХ ВИСТУПІВ	
<i>Лекція 4:</i> Інвенція – мистецтво задуму промови, пошук і знаходження конструктивних ідей.	42
<i>Лекція 5:</i> Диспозиція (архітектоніка) промови.....	50
<i>Лекція 6:</i> Елокуція	73
<i>Лекція 7:</i> Елоквенція.....	86
<i>Лекція 8:</i> Меморія	100
<i>Лекція 9:</i> Акція	108
 Список рекомендованих джерел	131

ВСТУП

Розвиток демократії у державі і прагнення зміцнити демократичний уклад завжди зумовлює потребу і посилює інтерес суспільства до дещо призабутої науки про мистецтво говорити – риторики. Вміння гарно й переконливо говорити завжди поцінювалося у всіх сферах людського життя: проповідництво, політика, економіка, туризм, торгівля тощо. Тож, професійне володіння ораторською майстерністю стає в сучасному світі невід’ємним елементом підготовки фахівців у будь-якій професійній царині.

Предмет риторики, публічний виступ у процесі комунікації, нерозривно пов’язаний із базовими знаннями, які отримуються студентами при вивченні, перш за все, дисциплін «Ділова українська мова» – зокрема, власне мовленнєве оформлення промови, «Логіка» – закони логіки, що стануть у нагоді при виборі аргументів, структуруванні виступу, тощо.

Риторика, як і будь-яка інша навчальна дисципліна, передбачає оволодіння певною сумою знань, однак це вимагає ще й наявності значних умінь. Тому оволодіння її практикою побудоване на знаннях, вміннях і тривалому досвіді виступів у різних аудиторіях.

Курс «Риторика» покликаний забезпечити не тільки засвоєння основ класичної та сучасної риторики як науки про мисленнєво-мовну діяльність, спрямовану на переконання, вплив, досягнення успіху у процесі мовної комунікації, а також виробити у студентів навичок грамотного використання основ класичного красномовства, публічного виступу; вмінь та навичок вести полеміку; вміння аналізувати виступи та давати їм критичну оцінку; навичок логічного мислення тощо.

МОДУЛЬ І ОСНОВИ МИСТЕЦТВА КРАСНОМОВСТВА

Лекція 1: Риторика як наука і навчальна дисципліна

ПЛАН

1. Поняття про риторику як науку, мистецтво, комунікацію і дисципліну.
2. Переконавання як предмет риторики.
3. Основні поняття класичної риторики.
4. Закони і жанри риторики.
5. Характеристика основних розділів класичної риторики.

Література: 1, 3, 9, 12, 19, 25, 26, 33

Поняття і терміни: *риторика, предмет риторики, логос, етос, пафос, топос, концептуальний закон, закон моделювання аудиторії, стратегічний закон, тактичний закон, активізація мислення аудиторії, мовленнєвий закон, закон ефективної комунікації, академічний жанр, соціально-побутовий жанр, лекційний жанр, дипломатичне красномовство, військовий жанр, рекламний жанр, інвенція, диспозиція, елокуція, елоквенція, меморія, акція, релаксація.*

1. Поняття про риторику як науку, мистецтво, комунікацію і дисципліну

Мистецтво Слова завжди було і залишається відмітною рисою демократичних суспільств. Невипадково, що основи цього мистецтва сформувались ще в часи античної демократії, а зрештою трансформувались і в окрему науку – риторику.

Саме в демократичному суспільстві у людини є можливість вільно висловлювати свої думки. І тут якраз на перший план висувається вміння спілкуватись з іншими людьми, вміння виступати перед публікою, вміння переконувати під час такого спілкування. Вміння публічно виступати – це один із інструментів для побудови успішної кар'єри. Більшість сфер суспільної діяльності, більшість професій вимагає все ж таки спеціального вивчення риторики.

Риторика розвиває в людині культуру

мислення:	мовлення:	поведінки:	спілкування:
1) самостійність, 2) самокритичність, 3) глибину, 4) гнучкість, 5) оперативність, 6) відкритість,	1) правильність, 2) виразність, 3) ясність, 4) точність, 5) стислість, 6) розкутість	1) ввічливість, 2) тактовність, 3) коректність, 4) розкутість	1) повага до співрозмовника; 2) управління поведінкою аудиторії; 3) залучення

мислення:	мовлення:	поведінки:	спілкування:
7) ерудицію			однотлумців; 4) відповідальність за своє слово

Універсальність риторики полягає в її необхідності людині будь-якої професії, навіть незалежно від того, чи пов'язана її професійна діяльність з умінням спілкуватися, говорити, бо уміння управляти своїм мисленням і мовленням, як правило, дає можливість людині повніше реалізувати себе, свої здібності. Це основа професіоналізму.

Термін «**риторика**» походить від давньогрецького слова «оратор» і означає теорію ораторського мистецтва, науку красномовства. Близьким за значенням до нього є латинське слово «ораторія». Ці терміни пов'язують з публічними виступами, живим словом. Ще в давнину люди, які майстерно володіли мистецтвом красномовства (оратори), були вагомими у суспільстві.

Значення терміну «риторика» постійно розширювалось. Серед науковців не існує єдності щодо витлумачення цього терміну, навіть у визначенні риторики як науки. У деяких фахівців викликає сумнів навіть те, чи можна риторику вважати наукою.

Серед розмаїття визначень риторики можна виокремити дві головні традиції, що мають давню історію.

Перша традиція найбільш яскраво репрезентована у творчості давньогрецького філософа Арістотеля (IV ст. до н. е.). У її межах риторика визначається як «*мистецтво переконання*». Відповідно до цієї традиції головне завдання оратора – переконання аудиторії.

Друга традиція яскраво репрезентована у творчості давньоримського ритора Квінтіліана (I ст. н. е.). У її межах риторика визначається як «*мистецтво говорити витончено*». Відповідно до цієї традиції головне завдання оратора – краса, вишуканість, витонченість, виразність думки. Кожна з цих традицій, без сумніву, містить у собі раціональне зерно.

Таким чином, можна зафіксувати дві головні мети оратора, між якими й простягається царина риторики: переконання та інформування в процесі публічного виступу. У сучасній системі знань риторику розуміють як науку про умови і форми ефективної мовної комунікації. Маємо низку сучасних визначень авторів підручників курсу «Риторика»:

«Риторика – це наука про способи підготовки та виголошення ораторської промови з метою певного впливу на аудиторію» (Н.А. Колотілова).

«Риторика – це наука про закони управління мисленнєво-мовленнєвою діяльністю, тобто про закони, які визначають ефективність цієї діяльності» (Г.М. Сагач).

«Риторика – наука переконання засобами мови, наука породження тексту», «дискурсивна риторика», тобто риторика дискурсу як щоденного мовного спілкування в соціумі» (Л. І. Мацько).

«Риторика – наука про закони підготовки і проголошення промови з метою впливу на аудиторію» (О.І. Когут)

Риторика як мистецтво

У Стародавній Греції, де саме й остаточно сформувалась ця сфера діяльності, риторику вважали мистецтвом. Античні мислителі ототожнювали риторику з живописом, скульптурою і навіть архітектурою. Найбільше проводили паралелі між риторикую, поезією та акторським мистецтвом.

Аристотель у «Риториці» та «Поетиці» порівнював красномовство з поезією. Цицерон вчився майстерності у кращих акторів Риму. У своїх публічних промовах використовував суто акторські прийоми. М. Ломоносов великого значення надавав художнім елементам в ораторському мистецтві. Вміння «красно говорити», на його думку, «перевищує багато мистецтв». А. Коні (судовий оратор і теоретик риторики) писав, що красномовство – це літературна творчість, але в усній формі. Красномовство належить до духовної сфери життя. Так само, як поезія чи театр, ораторське мистецтво – це створення духовних цінностей. І театр, і поезія, і красномовство відгукуються на події сучасності, вони впливають на психологію сучасників. І поет, і актор, і оратор вирізняються розвинутим чуттям мови, високою культурою мовлення. Для них характерна ясність, точність, виразність мови. Однак, художня творчість – це вигадка, а ораторське мистецтво цілком спирається на реальні факти, на практику. Це може бути гіпотеза, наукове передбачення, здогад, але не плід фантазії.

Риторика як комунікація

Мета риторики – комунікативна компетентність мовця. Тому вона повинна вчити:

- 1) аргументовано доводити власну точку зору, при цьому ніяким чином не зачіпаючи гідність співрозмовника;
 - 2) здійснювати організований словесний і невербальний вплив;
 - 3) створювати ситуації інформаційної та комунікативної комфортності, коли значно поліпшуються умови сприйняття нової інформації та спілкування. Сприяти формуванню і розвитку культури діалога та монолога;
 - 4) намагатися формувати яскраве та емоційне мовлення, регулювати мовленнєву поведінку відповідно до комунікативних потреб, психологічних особливостей співрозмовника;
 - 5) допомагати формувати індивідуальну мовленнєву манеру мовця.
- Отже, «Риторика – це наука і мистецтво комунікації».

2. Переконавання як предмет риторики

Широке трактування поняття риторики, як і однобічне, призводить до втрати цілісності у розумінні предмета й завдань риторики.

З одного боку, категорія переконання є, дійсно, однією з головних у риториці. Сфери, в яких одна людина намагається переконати інших людей, досить різноманітні: наука, політика, мистецтво, реклама, повсякденне

спілкування тощо. Ми намагаємося зробити так, щоб інші люди прийняли наші ідеї, товари чи послуги, наші уявлення про життя, зрештою – нас самих.

Переконання може бути спрямованим не тільки на інших людей, але й на саму людину. Коли ми замислюємося над певними вчинками, плануємо своє майбутнє, ми зважуємо різні варіанти й намагаємося прийняти найбільш оптимальний. Цей вибір залежить від тих обґрунтувань, що людина наводить для себе (або може навести) на користь тієї чи іншої позиції. Найбільш яскраво зазначені моменти виявляються тоді, коли людина дає відповіді на запитання, наприклад: «Чи варто йти сьогодні на лекції?», «Чи треба вивчати математику, чи може вона не знадобиться мені в житті?», «Пора вставати чи можна ще трошки полежати?», «Чи надягти сьогодні цю яскраву сукню?», «Чи взяти з собою парасольку?» тощо.

У всіх вищезазначених випадках провідну роль відіграє переконання, на чому власне і наполягав Арістотель, коли визначав риторику.

З іншого боку, в тих самих сферах не менш важливі позиції іноді займає власне інформування інших про щось. І тоді на перше місце виходить витонченість у виразі думки, на чому наполягав у свій час Квінтіліан. Маються на увазі випадки, коли завдання оратора полягає в тому, щоб привернути увагу слухачів до чогось нового, цікавого, зробити так, щоб інші люди запам'ятали ораторську промову.

Тож, знову повертаємось до вже згадуваних цілей оратора: переконання та інформування в процесі публічного виступу.

На сьогоднішній день очевидно, що сферою інтересу риторики є спілкування, комунікація. Інколи її навіть визначають як теорію та майстерність ефективного (цілеспрямованого, впливового, гармонійного) мовлення. Однак слід зазначити, що спілкування – це надзвичайно складний і багатогранний феномен, який вивчає багато наук, зокрема лінгвістика, психологія, філософія тощо. Риторика ж має дещо вужчий характер.

Отже, предметом риторики вважатимемо публічний виступ у процесі комунікації.

3. Основні поняття класичної риторики

Мистецтво переконання реалізується через такі чотири поняття: логос, етос, пафос, топос.

Логос. У давньогрецькій мові слово *logos* означало такі дві групи понять: **а) слово, мова, мовлення;** **б) поняття, думка, розум.** Це значення відбилось в семантиці сучасних слів із коренем «лог», які зосереджені в основному у сферах логіки та мовознавства: логічна грамати́ка, логічне мовлення, логічний наголос, логічне судження, логотип, логограма тощо.

Логос – від нього логіка – означає – єдність цих понять думка і слово, обох груп як всезагальну закономірність. Без слова процес думання є неможливим, а слово, у свою чергу, має зміст, бо йде від розуму і апелює до нього ж. Ця логічність є основною ознакою тексту будь-якої промови.

Логос як основна категорія класичної риторики покликаний був воедино представляти думку і слово, що практично означало: слово має зміст, думку, воно має йти від розуму й апелювати до нього.

У сучасній риториці логічність є однією з основних ознак промови і тексту. Вона реалізується через можливість вибору у мовному викладі послідовності міркувань, несуперечності тез і положень промови, у доцільності співвідношень, якщо реальність диктує суперечливі положення. У розділі «Елокуція» описуються мовні засоби, якими досягається логічність комунікації (система службових слів, які виражають логічні відношення; порядок слів і синтаксичних структур; лексеми з семантикою відношень; граматичні парадигми відмінкових, особових, видо-часових форм).

Етос. У давньогрецькій мові слово *ethos* означало *звичай, звичка, характер, норов* (від нього походить і сучасне слово етика) і в античній риториці спочатку вживалося як ознака до слова оратор, а потім закріпилося в риторичній науці як моральний принцип її. Етос є основою формування риторичного ідеалу.

Етос визначає зразкову суспільну й особисту морально-етичну поведінку оратора, інакше промовець не зможе переконувати інших і впливати на них. Власне, без етосу (морального кодексу) риторика самознищується, перетворюється не в істину думок і почуттів, а в самообман. За Арістотелем, промовець має впізнаватися слухачами як людина достойна, гідна промовляти до їхніх сердець і розуму. Слухачі завжди і всюди складають уявлення про етос оратора, в цьому допомагає їм його промова.

Антична риторика широко послуговувалася поняттям етосу, виховувала високу мораль (гідність, чесність, справедливість, порядність). У «Повчаннях дітям» Володимир Мономах окреслює чесноти, які мають бути притаманні тому, хто промовляє до інших.

Розвиваючи засади античної риторики, , Феофан Прокопович подавав етос риторики як види чеснот: мудрість, справедливість, хоробрість, поміркованість. Кожна з цих чеснот описувалася як комплекс рис промовця, правил поведінки і дій, які мають вести до вдосконалення моралі й етики особистості.

Звичайно, риторику як технологію мовлення, як комунікативний матеріал можна використати як на благо людей, так і на зло. Однак риторична наука і практика декларувала і відстоювала високу моральність оратора як непорушний закон, як велике благо оратора і риторики в цілому. В усі віки цінувалися високі помисли, чисте серце, щира душа оратора.

Пафос (гр. *pathos* – пристрасть, почуття) – *це інтелектуальне, вольове, емоційне устремління мовця (автора), яке виявляється і в процесі мовної комунікації, і в його продукті – тексті.*

Тільки коли певні дії, погляди, переконання заволодівають людиною повністю, стають пристрастю її життя і професійної діяльності, тільки тоді у промові оратора з'являється цей пафос, який у даному випадку є проявом щирості оратора.

Проблема пафосу як поняття риторики постає в розмежуванні пафосу самого мовця, тобто його особистих почуттів, що виливаються в промові, і того пафосу, який досягається мовними засобами, який іде до слухачів від тексту, а не від промовця.

У промовця пафос може виникати під враженням його ж тексту і власного проголошення, промовець сам входить у пафос від своєї риторики – «як добре я говорю». Питання полягало в тому, чи має право оратор і якою мірою виявляти свої особисті почуття в промові, адже риторика потребує від промовця щирості. Як можна стримувати свій пафос і як керувати пафосом аудиторії, щоб не бути смішним, пишномовним, надміру трагічним, – для цього техніка риторики пропонує цілу низку прийомів організації мовних засобів промови і мовної поведінки оратора.

Ці три основоположні категорії класичної риторики можна визначити як три важливі наукові критерії, успадковані й іншими філологічними (і не тільки) науками, що розвинулися дотично до риторики: **критерій істинності (логос), критерій щирості (етос), критерій відповідності мовної поведінки (пафос).**

Топос (гр. *topos* – місце), **топіки** – це риторичне поняття, що означає загальні місця у промові. До них належать найтипівіші *часо-просторові мовні ситуації та описи* їх, які легко запам'ятати і які майже у всіх мовців однакові (Моя сім'я; У магазині; У транспорті тощо). Антична риторика широко послуговувалася топосами і розробляла заголовки для них (логограми) та схеми, які легко можна було пристосувати до аналогічних ситуацій, а люди, що розробляли такі логограми, називалися логографами. Цій меті значною мірою служили й зразки промов з певних тем і для певних ситуацій.

Індивідуально-оригінальним у мовленні є якраз те, що перебуває поза топіками, або топіки мають якесь незвичне вираження. Однак треба пам'ятати, що існує певна пропорційність між топосом і оригінальністю у промові, і наявність топосів підкреслить красу й доцільність оригінальних висловів.

У повсякденному житті ми спілкуємося у межах топосів різних моделей: театр, гості, хвороба, робота, навчання дають нам багато звичних ситуацій, у яких не постає питання: як запитати? що відповісти? Тут діє аналогічна стратегія побудови текстів. Проте кожний з нас колись та потрапляє в ситуацію невідомої нам мовної поведінки, де тих, уже нам відомих, загальних місць мало, а є більше невідомих, які ми маємо уже самі витворити, заповнити можливостями свого інтелекту і мовного смаку (зрада близької людини, перший прийом у посольстві тощо).

У риториці використовуються вирази: детальний топос (широкий набір правил і формул мовної поведінки), техніка топосу (вміння швидко пристосуватися до мовного спілкування, ввійти в рамки топосів, вдало поставити запитання, точно відповісти).

Людина, яка не орієнтується в топосі, ставить зайві, недоречні або некоректні запитання.

4. Закони і жанри риторики

1. Концептуальний закон – винайдення задуму, ідеї, мисленнєво-мовленнєва діяльність людини. Цей закон передбачає пошук істини шляхом всебічного аналізу предмета. Повноцінна мисленнєво-мовленнєва діяльність людини починається з оволодіння нею концептуальним законом, за допомогою якого людина вчиться передбачати наслідки своїх дій як найближчим часом, так і у перспективі, визначатися з метою своєї діяльності, виокремлювати головне, логічно вибудовувати власну діяльність. Знання цього закону дає можливість людині виробити в себе повагу до думки, адже без розвитку інтелекту неможливий прогрес суспільства, неможливо розв'язувати сучасні проблеми. Концепція – це система знань про предмет, виражена у стислій формі.

2. Закон моделювання аудиторії – системне вивчення аудиторії на основі соціально-демографічних (стать, вік, національність, освіта, професія, склад сім'ї), соціально-психологічних (мотиви поведінки, потреби, рівень розуміння предмета) та індивідуально-особистісних ознак (спосіб мислення, особливості характеру, тип темпераменту, ступінь розвитку основних функцій).

Значущість закону моделювання аудиторії полягає не лише в тому, що на його основі можна створити цілісний психологічний портрет аудиторії (вичерпно вивчити аудиторію), але і в тому, що цей закон відкриває можливість впливу на аудиторію з метою її розвитку.

3. Стратегічний закон передбачає системну побудову програми впливу на конкретну аудиторію. Завдання – плановий результат впливу на аудиторію. Формулювання тези – система коротких відповідей суб'єкта на поставлені запитання.

Стратегія (програма дій) характеризується динамічністю, гнучкістю. Концепція може мати декілька стратегій залежно від аудиторії (на кожну аудиторію розробляється певна програма дій). Стратегія, хоча й становить певну конкретизацію концепції все ж є досить загальним явищем, яке потребує подальшої конкретизації: розгортання тези та її обґрунтування, залучення з аудиторії однодумців, нейтралізації опонентів, схиляння на свій бік тих, хто сумнівається. Для цього необхідний наступний крок, роль якого відведена тактичному закону риторики.

4. Тактичний закон передбачає систему дій з підготовки ефективної реалізації стратегій. Складові закону: аргументація і активізація мислення аудиторії. Ефективність аргументації залежить від: компетентності ратора; наявності у ратора філософсько-логічної бази; керування власними емоціями та почуттями; знання особливостей аудиторії. Активізація мислення аудиторії передбачає дії: зацікавити аудиторію; викликати її на роздуми і вивести на рівень обговорення. Досягається використанням:

- а) аудіовізуальних (графіки, таблиці, малюнки, схеми), динамічних (відеоматеріали) засобів;
- б) реклами;
- в) проблемних матеріалів,
- г) активного спілкування,
- д) яскравих прикладів;
- е) логічних та психологічних методів.

Логічні методи – способи розгортання тези: багаторазове повторення тієї самої думки, щоразу збагаченої новою інформацією; ступеневий спосіб (від загального до конкретного і навпаки); соціативний спосіб (розгортання тези у вигляді поєднання у свідомості різних образів).

Психологічні методи:

- «запитання – відповідь». Такий метод допомагає зосереджувати увагу аудиторії на важливих моментах спілкування, перевіряти засвоєння матеріалу за допомогою запитань;

- психологічна пауза (час, даний суб'єктом аудиторії для осмислення певного виокремленого положення чи поставленого запитання).

Логіко-психологічні методи на етапі обговорення повинні підкріплюватися аудіовізуальними засобами (схеми, малюнки, графіки, відеоматеріали).

Значущість тактичного закону полягає у тому, що він дозволяє ораторові знайти ефективні засоби впливу на аудиторію.

5. Мовленнєвий закон передбачає вираження думки у дієвій словесній формі. Детальне вивчення цього закону передбачено у курсі «ДУМ», а тому зупинимося на характеристиці лише деяких комунікативних якостей мовлення.

Правильність – володіння нормами літературної мови (орфоепічними, орфографічними, граматичними, лексичними).

Виразність – засоби художньої образності (порівняння, епітети, метафори), фонетичні засоби (інтонація, тембр голосу, темп мовлення, дикція), приказки, прислів'я, цитати, афоризми, крилаті слова та вирази, синтаксичні фігури (звертання, риторичне запитання, градація, повтор, період).

Дієва словесна форма виявляється і в такій мовленнєвій якості, як *зрозумілість*. Основний шлях розвитку зрозумілості мовлення – сам процес спілкування. Практика свідчить, якщо суб'єкт вступає в процес комунікації частіше, то він приділяє роботі над своїм мовленням більше уваги, зокрема, тому, щоб мовлення було зрозумілим. Зрозумілість мовлення зумовлена точністю мовлення.

Точність мовлення розвивається в роботі із словниками, навчальною, науковою літературою, шляхом аналізу власного та чужого мовлення. Точність тісно пов'язана із стислістю.

Стислість формує вміння говорити суттєво. Дієвість словесної форми визначається її доцільністю. Основний спосіб розвитку доцільності мовлення

– виступ з однією й тією самою темою в різних аудиторіях. Ця якість шліфує мовне чуття суб'єкта, допомагає ефективно керувати поведінкою аудиторії (знімати роздратування, викликати почуття симпатії, створювати стан впевненості).

Отже, специфіка мовленнєвого закону риторики полягає в тому, що цей закон стає базою, яка дозволяє людині оволодіти грамотним процесом говоріння і навіть піднятися до рівня мистецтва живого слова (отримання етико-естетичного задоволення від свого та чужого мовлення).

6. Закон ефективної комунікації передбачає систему дій суб'єкта з метою налагодження контакту на всіх етапах риторичної комунікації.

Контакт – це «спілкування без перешкод», це вищий рівень спілкування, який характеризується взаємодією поведінки суб'єкта й аудиторії.

З метою встановлення і збереження контакту необхідна система дій: управління поведінкою аудиторії (уміння зчитувати інформацію від аудиторії через різні стимули); управління власною поведінкою (уміння суб'єкта узгоджувати свої жести, міміку із задумом).

Л. І. Мацько зазначає, що основним і найзагальнішим є **закон ступеневої послідовності**, який забезпечує системність і єдність мисленнєво-мовленнєвої діяльності, її результативність. Ця риторична формула покладена в основу визначення предмета і структури у класичній риториці. Г.М. Сагач виокремлює ще й сьомий закон (**системно-аналітичний**) формує й розвиває в людини вміння рефлексувати (виявляти й аналізувати власні відчуття з метою навчитися робити висновки з помилок і нарошувати цінний життєвий досвід), а також оцінювати діяльність інших промовців.

Жанри риторики

Академічний жанр – ораторська діяльність викладача та науковця для ознайомлення і популяризації наукових досягнень.

Різновиди академічного красномовства: академічне (наукова доповідь, реферат, огляд, дискусія); красномовство вищих навчальних закладів (лекція, цикл лекцій); шкільне красномовство (шкільна лекція, розповідь, опис, бесіда).

Головні риси академічного красномовства: доказовість, бездоганна логічність, точність мислення, чітка термінологія. Лекція – основний жанр академічного красномовства. Форми діалогу із слухачами: колоквіум, дискусія, диспут, усна рецензія, обговорення.

Соціально-побутовий жанр – влучне, гостре, урочисте слово з приводу важливої події у приватному житті або у певній ситуації. Соціально-побутове красномовство має яскраво виражені національні традиції, виступає частиною національної духовної культури народу.

Різновиди: ювілейна, похвальна промова, усна побутова оповідь, тост.

Лекційний жанр. Лекційне красномовство активно розвивалося у 30–80-ті роки ХХ ст., але у 90-ті роки через соціально-політичні зміни переживає певний кризовий період.

Різновиди: науково-популярні лекції містять у собі, крім логічно побудованого наукового змісту, елементи експресивно-емоційні, які сприяють формуванню переконання. Лекція-інформація містить повідомлення про невідомі слухачам факти. Лекція-інструктаж готує слухачів до виконання роботи. Лекція-показ – розповідь про методи роботи із показом, як необхідно цю роботу виконувати. Лекція-бесіда має діалогічну спрямованість. Лекція-репортаж – розповідь про побачене під час екскурсії. Лекція-спогад присвячена подіям історії, учасником чи свідком яких був оратор.

Дипломатичне красномовство. Дипломатичне красномовство – розвивається в державах, які проводять активну державотворчу політику, формують свій міжнародний авторитет. Українське дипломатичне красномовство зазнало розквіту в різні періоди державного будівництва, зокрема, за часів Богдана Хмельницького, Запорізької Січі, а також у період розбудови незалежної, суверенної України у 90-ті роки ХХ ст.

Різновиди: промова на міжнародній конференції, промова в процесі дипломатичного акту.

Характерні ознаки: мисленнєво-мовленнєва та комунікативна культура, правильна вимова, вільне володіння рідною та іноземною мовами, зрозумілість мислення і мовлення, точність, стислість, доцільність мовлення, розвинене чуття мови, високий загальнокультурний рівень, освіченість, інтелігентність, індивідуальний стиль мовлення, спілкування.

Військовий жанр. Військове красномовство є одним із найдавніших; воно розвивалося в усі часи та в усіх народів, зокрема, й в Україні в період відстоювання нею своїх національно-політичних інтересів, боротьби із численними іноземними ворогами. Слово – це зброя, сила й могутність якої визнавалася й визнається провідними політиками, державними діячами, а також фахівцями у сфері ораторського мистецтва від часів античності й до сьогодні.

Мовні ознаки: лаконізм, наближеність до розмовного мовлення, оригінальність, доцільність, кмітливість, дотепність, насиченість прислів'ями, приказками, афоризмами.

Різновиди: промова-наказ, інструктивна промова, виступ на військово-політичну тему, заклик.

Рекламний жанр – різновид соціально значущого красномовства, продуктом якого є словесний твір – рекламний.

Основні риси – зміст і зовнішнє оформлення. У рекламі наявні елементи правових та етичних характеристик. Друкована реклама має на меті привернути увагу покупця, зацікавити, викликати бажання придбати товар, що рекламується. Логічна сторона тексту підпорядкована естетичній, вона

повинна бути максимально зручною для сприйняття, а також бути чіткою, привабливою, емоційною, як певний вид кодових ідеологічних текстів.

5. Характеристика основних розділів класичної риторики

Основоположними розділами класичної риторики є: інвенція, диспозиція, елокуція, елоквенція, меморія та акція.

Інвенція (лат. *inventio* – винахід, вигадка) – це перший розділ класичної риторики, в якому розробляється етап задуму, намірів, ідей, формулювання гіпотези майбутнього виступу. На цьому етапі промовець має систематизувати власні знання про реальні предмети, явища чи абстракції в обраній галузі, що стануть предметом промови, потім зіставити їх зі знаннями, якими володіють інші учасники і визначитись, який предмет і в якому обсязі промовець може представити у промові. Основне в інвенції – вдало, доречно вибраний предмет розмови і намір його представити та розкрити так, щоб досягти здійснення задуму.

Диспозиція (лат. *dispositio*, від *dispono* – розташовую, розміщую) – це другий розділ риторики, в якому формулюються основні поняття про предмет виступу і визначаються правила оперування поняттями, тобто формуються аналогічні процедури. Основне призначення гарної диспозиції, тобто на етапі побудови промови, – запропонувати цілий набір положень і в такій послідовності, щоб вони не суперечили одне одному, а конкретно переміщувалися з однієї частини в іншу аж до закономірного висновку. Диспозиція пропонує також логічні операції, якими знімається суперечливість визначень.

Елокуція (лат. *elocutio* – висловлююся, викладаю) – третій розділ класичної риторики, в якому розкриваються закони мовного вираження предмета спілкування. Основний зміст елокуції з класичної риторики перейшов у сучасну стилістику (вчення про стилі і вчення про тропи та фігури).

Розробки першого і другого етапів – інвенції і диспозиції – в елокуції набувають мовного фігурального вираження і в результаті – додаткових змістових, оцінних, емоційних, вольових ефектів. Якщо перший і другий етапи підготовки промови підпорядковані суворій логіці операцій, то на третьому етапі – елокуції – зміст промови входить у зону паралогіки, яка допускає використання слів і виразів у переносному (фігуральному) значенні.

Такі порушення, зміщення логіки (паралогіка) створюють нові смисли і часом викликають ефекти неймовірної сили. Це зона використання мовних засобів, що здатні трансформувати основні значення слова у переносні (тропи), і мовних засобів, які здатні трансформувати значення синтаксичних структур та елементів думки (фігури). На етапі елокуції розвинулося вчення про стилі. Тому цей розділ риторики називають найкрасивішим і найефективнішим. Саме він приводить мовця до мети.

Елоквенція – підрозділ елокуції – найбільшого розділу риторики, в якому досліджуються фігури слова (тропи) і фігури думки (риторичні фігури). Отже, цю частину можна назвати серцевиною красномовства. Іноді

її просто називають красномовністю. В класичній давньогрецькій риториці, римській, традиційній ренесансній, просвітницькій, бароковій і особливо в шкільній риториці за тропами й фігурами закріплювалася прикрашальна функція. Це усолоджувало промови, але часто прикривало примітивний зміст, і цим викликало у ХІХ–ХХ ст. іронічні напади на риторику як пусту красиву забавку.

Нині утверджується погляд на тропи і фігури як на творчі елементи мови, що відбивають специфіку творчого мислення, художнього бачення предмета мовлення, а не пусті прикраси.

Меморія (лат. *memoria* – пам'ять, згадка) – це наступний розділ риторики, призначення якого – допомогти оратору запам'ятати зміст промови так, щоб не розгубити не тільки фактичну інформацію, а й образність, цікаві деталі. Його можна назвати тренуванням пам'яті. Змістом цього розділу є мнемотехніка – система «секретів», прийомів запам'ятовування матеріалу, швидкого відтворення, розвитку оперативної пам'яті, уміння користуватися набором енциклопедичних знань з обраної галузі і суміжних, якими володіє промовець. По-сучасному це можна визначити як збагачення і впорядкування «банку даних».

Акція (лат. *actio* – дія, дозвіл) – п'ятий розділ класичної риторики, призначення якого полягає в тому, щоб підготувати оратора зовнішньо і внутрішньо до виступу. Це найважливіший і найвідповідальніший етап риторичної діяльності оратора, бо на ньому під час виголошення промови за короткий час має реалізуватися вся тривала попередня підготовча робота і привести до очікуваної мети. Тут великого значення набуває самоконтроль оратора і його вміння «на ходу» коригувати свої дії, не чекаючи остаточного провалу промови, мобілізувати свої сили, активізувати увагу слухачів, достойно завершити акцію.

Оратор має зовнішньо добре виглядати, справляти приємне враження не тільки змістом промови, а й дикцією, силою звучання голосу, тоном, умінням тримати паузу, мімікою, жестами, кінесикою.

Після виступу, виголошення промови настає етап **релаксації** (від. лат. *relaxatio* – зменшення, ослаблення), тобто спадає фізичне й інтелектуально-психологічне напруження. Гарний оратор обов'язково використає цей стан, щоб «по свіжих слідах» ще раз пережити виступ, проаналізувати його, виділивши вдалі й невдалі місця, знайти їм пояснення, зробити собі застереження на майбутнє, чого не слід казати.

Питання для самоконтролю:

1. У чому полягає універсальність риторики?
2. Які традиції сформувалися щодо визначення риторики?
3. Дайте визначення риторики.
4. Що притаманно риториці як мистецтву?
5. Що притаманно риториці як комунікації?
6. Що ви знаєте про предмет риторики?

7. Через які поняття реалізується мистецтво переконання?
8. Які існують традиційні й сучасні погляди щодо законів риторики?
9. Які Вам відомі жанри ораторської діяльності?
10. Якими є основні розділи класичної риторики?

Лекція 2: Основні етапи розвитку риторики у світі.

ПЛАН

1. Ораторське мистецтво у Стародавньому світі.
 - 1.1 У Стародавньому Єгипті;
 - 1.2 У Стародавній Індії;
 - 1.3 У Стародавньому Китаї;
 - 1.4 У Стародавній Греції;
 - 1.5 У Стародавньому Римі.
2. Риторика Нового часу.
3. Неориторика.

Література: 1, 3, 12, 17, 19, 24, 31

Поняття і терміни: *стародавній світ, особливості ораторського мистецтва, ритуалізм, конфуціанські повчання, софістика, метод евристичної бесіди Сократа, діалоги Платона, ідеал оратора за Цицероном, протестансько-проповідницька риторика, неориторика, аргументативна риторика, лінгвістична риторика*

1. Ораторське мистецтво у Стародавньому світі

Стародавній світ – це, насамперед, шумеро-аккадська (месопотамська), давньоєгипетська, давньокитайська, греко-римська, давньоіндійська, давньоіранська цивілізації.

Риторична практика Давнього Сходу була яскравою й різноманітною, її досвід частково використала Давня Греція.

У культурних системах стародавніх суспільств риторика посіла значне місце, хоча здебільшого вона формувалася в лоні більш широкого духовного пошуку. Винятком була греко-римська античність, що усвідомила самостійне значення риторики як окремої наукової дисципліни.

1.1 Ораторське мистецтво у Стародавньому Єгипті

Єгипетська цивілізація проіснувала 4,5 тис. років, майже не змінюючись, а усталеність тамтешнього буття багато в чому ґрунтувалася на усталеності мовно-літературних витоків.

У Стародавньому Єгипті продукували численні документи на папірусі, записували релігійні твори, закони. Тут започатковано цікаву і багату художню літературу. Відома «Повість про красномовного селянина», в якій розповідається про те, як селянин не просто переконав володаря в тому, що його скривдив грабіжник, а й отримав все майно кривдника. Цікаво, що володар, прийнявши справедливе рішення відразу, примушував селянина дев'ять разів розповідати історію лише для того, щоб насолодитися його красномовством і, записавши його оповідь на папірус, потішити фараона.

Юридичні та політичні норми були осмислені єгиптянами як Маат – божественний порядок та істина, що не дають суспільству зірватися в хаос.

Наприклад, в «Текстах пірамід» висловлено заклик до фараона «утвердити Маат на місці безладдя».

Задля утвердження у суспільстві соціальної гармонії використовувалася політична риторика.

1.2 Ораторське мистецтво у Стародавній Індії

Культура Стародавньої Індії – одна з найбагатших і найцікавіших культур світу, постала як синтез культури місцевих племен і напівкочових племен аріїв, які завоювали Індію в середині II тис. до н. е.

У Стародавній Індії існувала релігійна, наукова та художня література на численних мовах Індостану, домінувало поетичне слово.

Водночас у Стародавній Індії сформувалася й одна з значущих у світовому масштабі науково-філологічних шкіл. Ця школа мала власні теоретичні посібники («Поетичні прикраси» та ін.). Риторичне й художнє тут не розрізняли, фонетичні та стилістично-синтаксичні прийоми розглядалися як прикраса мови, їх ототожнювали з атрибутами художнього слова. Давньоіндійська поетика містить елементи, які можна трактувати і як риторичні прийоми.

Політична риторика Стародавньої Індії, як і на всьому Сході, реалізувалася передусім у царських написах.

Глибока філософічність і яскрава образність характерні для стилю священних книг. Слову надавалася магічна роль.

У розвитку релігійної риторики Індії слід виокремити тексти буддизму. Давньоіндійському релігійному красномовству властивий особливо жорсткий ритуалізм. Красномовство було невід'ємною частиною побуту Давньої Індії, а тому на сторінках багатьох давньоіндійських книг ведуться напружені діалоги, сперечаються, доводять своє чоловік із жінкою, володар із слугою, мудрець з невігласом (книга повчальних і розважальних історій «Панчатантра»). Існували навіть збірки опису домашніх обрядів і ритуальних заклинань.

1.3 Ораторське мистецтво у Стародавньому Китаї

Китай – одна із найдавніших цивілізацій світу. Допитливі та трудолюбиві китайці не лише першими у світі винайшли компас і порох, шовк і порцеляну, а й залишили значний слід у розвитку риторики.

Так, Стародавньому Китаї розвинулися багата література та складна ієрогліфічна писемність, витонченість звичаїв і ускладнена церемоніальність у спілкуванні. Вже в III тис. до н. е. виникають записи промов царів, які стають взірцем для майбутніх поколінь: їх вчили напам'ять та використовували у відповідних ситуаціях. Згодом ці тексти було згруповано в «Книзі передань», «Промовах царств» та «Промовах царств, що борються». Тут присутні риторичні звертання до пращурів, військово-красномовство, дипломатичні промови.

Теоретичні надбання **Конфуція** та його послідовників започаткували китайську дидактику.

Конфуцій вбачав основу життя у дотриманні всіляких церемоніалів, покликаних оберігати існуючий лад, забезпечувати гуманність. Усе це стало передумовою виникнення та розвитку риторичної традиції, оформленої в певну систему.

Конфуціанські повчання, які й досі визначають свідомість китайця, – типова риторика морально-етичного характеру:

«Шляхетний муж піклується про дев'ять речей: коли дивишся – бачити; коли слухаєш – чути; аби на обличчі була привітність, а у вигляді – шанобливість; у мові – відданість; а в справах – поважливість; якщо ти в сумнівах – питай, у гніві – думай про наслідки; коли що береш, пам'ятай про борг».

Конфуціанські ідеї живили собою велику й багату художню літературу Китаю. Серцевиною конфуціанського літературного тексту є власне риторика, пряме повчання, життєві приклади.

Боротьба між царствами й князівствами у Стародавньому Китаї вимагали від правителів мудрих і довготривалих рішень. Для цього вони тримали біля себе радників. Вони сперечалися між собою і ухвалювали оптимальне вирішення проблеми. Це відбувалося серед аристократів, тому й вимоги до промови були відповідні: лаконічність, розумова й емоційна насиченість, відповідальність за кожне слово.

1.4 Ораторське мистецтво у Стародавній Греції

Розвиток суспільного життя давніх греків, у якому неабияку роль відігравав духовно-культурний пошук, зумовив загальний інтерес до вишуканої сформульованої думки, добірного слова.

Уже в Стародавньому Єгипті, Індії, Китаї було відоме мистецтво риторики, та справжньою батьківщиною красномовства стає Стародавня Греція, де публічне слово мало надзвичайно велике значення.

По-перше, у Греції, панувала рабовласницька демократія, як суспільний устрій, яка створила особливо сприятливі умови для розквіту ораторського мистецтва. Верховним органом у державі були Народні збори, до яких політичний діяч звертався безпосередньо. Щоб привернути увагу народних мас, оратор повинен був подати свої ідеї найбільш привабливим чином. Форма мови і мистецтво того, хто виступав, мали не менше значення, ніж зміст самої мови.

По-друге, Греція виплекала цілу низку видатних ораторів і теоретиків. Найбільшим теоретиком і вчителем красномовства у V ст. до н. е. був **Горгій** із сіцилійського міста Леонтіні. У 427 р. він прибув в Афіни, і його промови привернули загальну увагу. Горгій об'їздив усю Грецію, виступаючи перед слухачами. На зборах греків в Олімпії він звернувся з закликом до єдності в боротьбі проти варварів. Олімпійська промова Горгія надовго прославила його ім'я. Йому була поставлена статуя в Олімпії, основа якої знайдена під час археологічних розкопок.

Історія зберегла дещо з творчої спадщини Горгія. Наприклад, порада оратору: *«Серйозні доводи супротивника спростовуй жартом, жарт –*

серйозністю». Промови Горгія містили багато нового: речення з однаковими закінченнями, метафорами і порівняннями. Ритмічне членування мови і рима наближали його мову до поезії.

Горгій мав свою школу. Одним із найвідоміших учнів Горгія був **Ісократ** (V–VI ст. до н. е.), стилю якого властиві пишнота періодів і чіткість логіко-ритмічної побудови промови. Ісократ заснував також в Афінах свою школу красномовства, що обслуговувала суд, політичне життя, а також мала вплив у сфері філософії та мистецтва. Ця школа виробила канон побудови ораторського твору, за яким твір поділяли на вступ, виклад теми, спростування аргументів опонента та висновки.

Одним із найвидатніших ораторів був, безсумнівно, **Лісій** (близько 415–380 рр. до н. е.). У південно-італійському місті Фурії він прослухав курс риторики у відомих софістів. Повернувся в Афіни у 412 р. коли Афінська держава перебувала у скрутному стані – йшла Пелопонеська війна, що в подальшому стала невдахою для Афін, бо у 405 р. вони зазнали нищівної поразки. До влади прийшли Спартанські намісники, які проводили політику жорстокого терору щодо демократичного афінського суспільства, тому Лісій рятувався втечею. Після перемоги демократії Лісій повернувся в Афіни. Перша судова промова Лісія була проголошена проти одного з тиранів, винного у смерті його брата.

Усього Лісію приписують приблизно 400 промов, з них до нас дійшли лише 34, хоча, можливо, не всі належать йому. Більшість збережених промов належать до жанру судових, хоча у збірнику ми знаходимо і політичні, і урочисті промови, наприклад, «Надгробне слово над тілами воїнів, що упали в Корінфійській війні 395–386 рр».

Лісій заклав основу до жанру судової мови, створивши своєрідний еталон стилю, композиції та самої аргументації. Наступні покоління ораторів брали з нього приклад.

Особливо великі заслуги Лісія у створенні літературної мови античної прози. Критик Діонісій Галікарнаський стверджував, що ніхто не зміг перевершити Лісія в чистоті античної мови.

У середині V ст. до н. е. у Греції виникає так звана софістика – уміння хитромудро сперечатися. Давньогрецьке слово «софіст» означало насамперед мудреця, митця, винахідника, але з V ст. до н. е. софістами стали називати вчителів філософії, до програми яких входило і мистецтво сперечатися (еристика).

Саме софісти, які вправно видавали чорне за біле, коли вигідно, й стали засновниками риторики. «Мудрість» їх була скептичною: вони вважали, що абсолютної істини не існує, щирим є те, що може бути доведене досить переконливим способом. Звідси їхня турбота про переконливість доказу і виразності слова. Особливої уваги вони надавали походженню значення слова (етимології), а також синоніміці, які активно використовували у своїх суперечках як доказ. Основним полем діяльності софістів були Афіни, де процвітали усі жанри красномовства, особливо судовий.

Софісти вплинули на великого філософа **Сократа** (V–IV ст. до н. е.), який хоч і різко засуджував їхню байдужість до істини (див. діалог Платона «Горгій»), але використав софістичну техніку розуміння. Сократ жив у Афінах у 470–399 рр. до н. е. Сократ був великим мислителем, який вперше ввів поняття особистого сумління («даймон») й прославився висловом «Я знаю, що я нічого не знаю», в чому відобразилася криза всієї античної думки.

Сократ практикував *метод евристичної бесіди*: він нічого не заперечував у словах співрозмовника, лише просив пояснити незрозумілі місця його тверджень. Поступово він так заплутував співрозмовника, що той змушений був визнати власні твердження помилковими. Сократ постійно шукав саме правди. Сократ навчав коротко задавати питання, лаконічно відповідати. На жаль, Сократ не залишив після себе жодного написаного тексту, але його методи навчання дійшли до нас завдяки його учневі – Платону.

Великий філософ **Платон** (427–347 р. до н. е.) був блискучим учнем Сократа, заснував вчення про світ ідей як основу буття (матерія, за Платоном, є лише відблиском божественних ідей). Платон виділяв два види здібностей, властивих ораторові:

- 1) здатність звести все до єдиної ідеї;
- 2) здатність проаналізувати, розкласти явище на його складові частини, мов живу істоту, що має голову, ноги та ін. (аналіз і синтез).

Платон наголошував на емоційній переконливості мовлення (вплив на душу). Не вважав надто важливими логічні докази. Платон вважав, що наука про красномовство є важливим філософсько-психологічним навчанням. Він першим звернув увагу риторів на психологію слухачів і розробив теорію сприйняття. Велике значення для історії риторики мають праці Платона про великих ораторів. Усний діалог Сократа він подав у жанрі писемної мови. Відомі його діалоги – «Горгій», «Софіст», «Закони». Платон наголошував на тому, що кожному оратору необхідно пройти школу ораторського мистецтва. Він заснував в саду грека Академа школу, яка називалась академією, а її учні академіками.

Справжнім реформатором риторики став найславетніший з когорти учнів Платона **Арістотель** (384–322 рр. до н. е.). Упродовж 20 років він відвідував академію Платона, спочатку учнем, а потім стає його співрозмовником. У 335 р. до н. е. він заснував власну школу. Найвідомішою в галузі риторики працею Арістотеля є трактати «Риторика» (у трьох книгах) – перше наукове обґрунтування усіх попередніх висновків і спостережень, і «Поетика».

Арістотель вважав, що коріння насолоди, яку отримуємо від оратора, не в чуттєвому задоволенні від словесної гри оратора, а в пізнавальних та інтелектуальних потребах. Те, що говоримо, має бути розрахованим на слухача і сказано правильно і до того ж несподівано. Оцінюючи риторику з погляду логіки, Арістотель вважав головним у риториці пошук доказів, способів переконань. Для цього необхідно навчитися складати переконливі

умовиводи – ентимеми, або риторичні силогізми. Вирішальними у цьому ланцюжку пошуків є діалектика (рух думки і слова, розвиток) і критерій істинності.

Арістотель скеровував увагу риторів і ораторів на такі чинники:

- предмет риторики;
- позу оратора;
- очікування емоції;
- стиль промови.

У першій книзі «Риторики» розглядається предмет риторичної науки у системі інших наук, називаються три види (роди) промов: дорадчі, або політичні; епідейктичні, або урочисті; судові.

Дорадчі промови радять щось прийняти або відхилити, судові – звинуватити або виправдати, епідейктичні – хвалять або гудять. Кожна має свою мету: у політичних (дорадчих) промовах – користь або шкода: вони спонукають до кращого або закликають до гіршого. В урочистому красномовстві може бути прекрасне й ганебне, у судовому – справедливе і несправедливе.

За Арістотелем, риторика – це здатність знаходити можливі способи переконання відносно кожного даного предмета.

Майстерність риторики Арістотель вбачав у трьох видах засобів переконання:

- а) логічні докази;
- б) моральні докази (довіра до оратора);
- в) емоційні впливи

їх він розглядає у другій книзі «Риторики», пояснюючи виникнення гніву і милосердя, страху і ненависті, сорому й заздрості та вказуючи, яким способом ці почуття можна збудити у слухачів.

Арістотель сприймав риторичні прикраси тільки в єдності зі змістовим наповненням: «Той стиль і ті ентимеми бувають вишуканими, які швидко повідомляють нам знання». До таких ентимем (силогем) Арістотель відносив, насамперед, метафори, вважаючи, що вони потребують гнучкості розуму, містять у собі загадку і при найменших зусиллях з боку оратора та слухачів повідомляють максимум нових знань.

Обидва трактати Арістотеля «Поетика» і «Риторика» складали цілісне вчення про ідеальні норми словесного виразу (в «Поетиці» більше уваги приділяється поетичним творам, а в «Риториці» зроблено акцент на ораторському мистецтві).

Арістотель наполягав на природній переконливості істини, а в ораторському мистецтві бачив спосіб зробити цю істину найбільш очевидною для більшості людей.

В епоху класичної грецької культури (друга половина V–IV ст. до н. е.) ораторство у Греції сягає своєї вершини.

Найвідомішим серед риторів був **Демосфен** (IV ст. до н. е.). Демосфен народився в Афінах у 384 р. до н. е.

Стати оратором Демосфена змусили родинні обставини: судова тяганина за спадщину зі своїми опікунами. Його вчителем став кращий адвокат у справі про спадок Ісей. Багаторічна боротьба з опікунами загартувала характер майбутнього оратора, розвинула в ньому завзятість і наполегливість.

Демосфен посилено вправлявся в красномовстві. Він твердо вирішив стати оратором. Перший виступ молодого оратора перед громадою закінчився сумно: шум, сміх юрби не дали йому завершити промову. Ця невдача була природна, тому що Демосфен мав слабкий голос, говорив невиразно, гаркавив (не вимовляв звук «р»), у нього була погана звичка потягувати плечем, і, крім того, він зовсім не вмів триматися перед аудиторією. Друга його спроба виступити з промовою перед народними зборами також виявилася невдалою. Допоміг йому актор, який майстерно і вміло прочитав вірші.

Демосфен вирішив виправити усі недоліки своєї мови. Він усамітнився. По декілька годин в день займався вправами. Набирав у рот камінці і намагався говорити голосно і чітко. Демосфен брав цуценя, слухав його гарчання і повторював звуки. Він привчав себе голосно виголошувати вірші, і коли гуляв по березі моря, намагався своїм голосом заглушити шум хвиль. По два, три місяці Демосфен не виходив зі свого помешкання, поки врешті-решт не опанував голосом і жестами. Після довгих і завзятих зусиль Демосфен досягнув своєї мети він став видатним оратором. Однак, Демосфен ніколи не говорив без підготовки. Він вивчав напам'ять заздалегідь написану промову. По ночах при світлі лампи він старанно готувався до виступу, ретельно обмірковуючи кожне слово. Він став чудовим промовцем. Стиль Демосфена надзвичайно експресивний.

Навіть вороги змушені були визнати силу і майстерність Демосфенового красномовства. Демосфен ніколи не відхилявся від теми, не любив порожньої балаканини. У суді Демосфен виступав як адвокат.

У Греції після завоювання її Олександром Македонським (син царя Філіппа, виховуваний Арістотелем) риторика занепадає, обмежуючись здебільшого судовим ораторством.

1.5 Ораторське мистецтво у Стародавньому Римі

У Стародавньому Римі заняття риторикою було сферою законодавства, політики, влади, консулів і сенаторів.

У римській культурі риторику зображали величною жінкою, богинею мистецтв, що сидить на пишному троні, в осяйному вбранні, на якому виткані мовні фігури. З прекрасних уст росте лілея, яка символізує красу, і меч, що символізує грізну зброю. Риторика переконує красою і силою живої мови. Поруч зображені найвидатніші оратори минулого (Цицерон, Вергілій).

Публічний виступ у суді перед великою аудиторією був невід'ємною частиною функціонування судової влади у Стародавньому Римі. Ораторське мистецтво користувалося великою популярністю. Основним методом навчання у римських риторичних школах було заучування кращих промов

видатних грецьких і римських ораторів та їх декламація. Навчальними посібниками були збірки декламацій (тексти зразків з техніки риторики) та риторичні задачки з різноманітними завданнями з побудови промов.

У другій половині II ст. до н. е. під егідою греків був вихований блискучий оратор Риму Цицерон.

Марк Туллій Цицерон народився 3 січня 106 р. до н. е. у місті Арпінум. Він добре усвідомлював потребу всебічної освіти. Майбутній промовець вивчав багато різних наук, отримав блискучу філософську, літературну та ораторську освіту у Римі і Греції.

Молодий Цицерон був водночас судовим адвокатом і політичним оратором. Він утвердився як блискучий ритор під час мандрівки по Греції, де брав уроки у відомого оратора Аполлонія Солона. Замолоду Цицерон почав складати підручник для риторів у грецькому стилі, але не закінчив його. А в зрілі роки написав у стилі критичного діалогу твір «Про оратора» (91 р. до н. е.). У праці «Про оратора» Цицерон створив риторичний ідеал оратора. Ідеалом оратора Цицерон вважав людину високої культури, яка знає літературу, історію, філософію, володіє різними стилями, уміє примусити сміятися і плакати.

У відомому трактаті Цицерона «Оратор» висвітлено практичні питання риторики та ораторський досвід праці з мовним матеріалом.

Цицерон створив власний ораторський стиль, який став взірцем красномовства. Він поєднав у своєму стилі простоту, безпосередність і пишність, інтелект, логіку і почуття.

У II ст. н. е. на тлі занепаду всієї античної культури, традиції Цицерона остаточно занепадають, розквітає пишнота, а риторика зливається з філософією та літературою.

Видатним оратором був **Гай Юлій Цезар** (100 р. до н. е.) – засновник Римської імперії, військовий полководець, політик, письменник. Його промови сягали рівня промов Цицерона, але він не зберіг їх. Увагу Цезаря більше привертало політика і державотворення. Найвідомішим твором Цезаря є «Записки про галльську війну».

Марк Фабій Квінтіліан був прихильником педагогічної риторики. Він вважав, що вирішальне значення для розквіту красномовства має особистість кожного оратора, його освіта і моральність, заняття філософією, вишуканість у мовленні. Про це він написав у великій праці «Ораторська освіта». Квінтіліан написав 12 риторичних книг під загальною назвою «Інститут ораторства».

У Римі та провінціях аж до занепаду античної цивілізації викладали латинську та грецьку риторику.

Стародавній Рим з майстрами ораторського мистецтва посів визначне місце у світовій культурі та захоплює сучасників.

2. Риторика Нового часу

У красномовстві 16 – 18 століть можна виділити два напрямки: красномовство у селянських рухах та буржуазне красномовство. Обидва

мали виразний антифеодальний характер. Реформація (розкол Західної Церкви) сприяла розвитку красномовства, який був зумовлений духовними полеміками. **Мартін Лютер** (1483–1560) – батько Реформації, професор біблеїстики, вимагав надати усім мирянам повний текст Святого Письма, проте потім переконався в тому, що проповідництво вимагає компетентності і почав відстоювати гомілетуку, яка в цей період занепадає. Він спирався на досвід античних риторів при підготовці своїх проповідей.

Філіп Меланхтон (1497–1560) – автор «Риторики». Стверджував, що протестантський проповідник повинен бути освіченою людиною, щоб викладати свої ідеї і переконувати широкі маси. Його риторика поєднує правила світського та духовного красномовства: правила проповіді, судової та показової промови.

Ян Гус (1369–1415) проголошував проповіді національною мовою, виступив проти монополії латини. У проповідях викривав занепад католицького духовенства, вів боротьбу проти впливу папи Римського, відстоював інтереси чеського народу і започаткував селянські заворушення – гуситські війни.

Значного розвитку ораторське мистецтво набуває в Англії 17 ст. На культуру красномовства справили вплив утопічні ідеї **Томаса Мора** (1478–1535). Одним з найвидатніших англійських ораторів був **Олівер Кромвель** (1599–1658) – активний діяч опозиції королівській владі, своїми промовами він умів привернути до себе увагу всього парламенту.

Буржуазно-демократична революція у Франції сприяла розвитку усіх жанрів красномовства.

Ціла програма дій оратора міститься у висловлюванні французького філософа і фізика **Б. Паскаля** (1623–1662), він високо цинив гармонію змісту і форми публічної промови: «Красномовство – це мистецтво говорити так, щоб ті, до кого ми звертаємося, слухали не лише без праці, але і з задоволенням і щоб захоплені темою і підбурювані самолюбством, вони захотіли в нього вникнути. Тож, воно полягає в умінні встановити зв'язок між умами і серцями наших слухачів і нашими власними думками і словами, а це значить, що, перш за все ми повинні добре вивчити людське серце, знати всі його пружини, – тільки тоді наша мова дійде до нього і його переконає».

Демократизація суспільного життя підняла хвилю політичних полемік. **Жан-Поль Марат** (1743–1793) – майстер політичних дискусій, який уміло розкривав реальні політичні мотиви, що стояли за софізмами ораторів. Його промови вирізнялися відвертістю та ясністю. Активно застосовував риторичні запитання, що чітко виражали задум. Найбільш відомим політичним твором Марата є твір «Кайдани рабства», спрямований проти абсолютизму.

Максиміліан Робесп'єр (1758–1794) – політичний оратор, адвокат і державний діяч. Виступи його демонструють психогенність (використання квадріїв) та застосування низки підрядних зворотів. Промови Робесп'єра переконливі та емоційні, він виступав звинувачувачем короля. У своїх

промовах використовує аналогії, порівняння, образність, що сприяє чіткішому та виразнішому висловленню думок.

3. Неориторика

До початку XIX ст. історики науки фіксують занепад риторики, який розтягнувся майже на сторіччя. Проте з середини XX ст. спостерігається неочікуваний спалах інтересу до риторики у західному світі

Неориторика оформлюється у 50-х рр. XX ст. Зокрема, у 1958 р. виходить праця Х. Перельмана і Л. Олбрехт-Титеки «Нова риторика: трактат про аргументацію». Ця робота знаменує собою початок нового етапу в розвитку риторики. Після неї інтерес з боку науковців до цієї науки все більше зростає. Слід підкреслити, що неориторика не заперечує досягнення класичної риторики, а намагається їх переосмислити та дослідити механізми впливу в різноманітних типах повідомлень.

На сьогоднішній день риторика являє собою настільки строкатий напрям досліджень, що охопити всі її відгалуження практично неможливо. Однак можна запропонувати певну типологію сучасної риторики, яка ґрунтується на загальних принципах розуміння предмета цієї дисципліни її представниками. Дана типологія вирізняє два головні напрями в неориторичі з такими умовними назвами:

Аргументативна риторика – це такий напрям неориторики, який досліджує різноманітні способи аргументації, обґрунтування в публічних виступах. Аргументативна риторика представлена роботами І. А. Герасимової, Р. Гроотендорста, Ф. ван Ємерена, А.А. Івіна, А. І. Мігунова, Л. Олбрехт-Титеки, Х. Перельмана, С. Тулміна, Д. Уолтона, Ф.С. Хенкеманс та ін.

Лінгвістична риторика – це такий напрям неориторики, який досліджує різноманітні засоби виразності та переконливості мовленнєвих повідомлень і намагається екстраполювати (поширювати висновки, одержані щодо однієї частини якоїсь системи, на іншу частину тієї самої системи) їх на інші типи знакових систем. Лінгвістична риторика представлена роботами Р. Барта, У. Еко, групи їх (Ж. Дюбуа, Ф. Еделін, Ж. – М. Клінкенберг, Ф. Менге, Ф. Пір, А. Трінон), Ю.М. Лотмана, Цв. Тодорова та ін.

Питання для самоконтролю:

1. Яким було ораторське мистецтво у Стародавньому Єгипті?
2. Яким було ораторське мистецтво у Стародавній Індії?
3. Яким було ораторське мистецтво у Стародавньому Китаї ?
4. Яким було ораторське мистецтво у Стародавній Греції ?
5. Хто вплинув на формування поглядів Сократа?
6. Що говорив Платон про здібності оратора?
7. У чому суть вчення Арістотеля про риторику?
8. Чому Демосфен став оратором?
9. Яким було ораторське мистецтво у Стародавньому Римі?

10. Що нового пропонували вчення риторів Нового часу?
11. Що таке неориторика і які її напрями?

Лекція 3: Основні етапи розвитку риторики в Україні.

ПЛАН

1. Розвиток риторики як науки в Україні (братські школи, Києво-Могилянська академія, Йоанникій Галятовський, Стефан Яворський, Ф. Прокопович).
2. Розвиток риторики в Україні в XIX – поч. XX ст.
3. Сучасні концепції риторики.

Література: 1, 3, 9, 12, 15, 17, 18, 19, 24, 26, 31, 33, 37.

Поняття і терміни: *монотеїстичне бачення світу, гомілетика, проповідництво, братська школа, «Макаріївська риторика», ритори Києво-Могилянській академії, логосична герметика, неориторика, сучасна риторика.*

1. Розвиток риторики як науки в Україні (братські школи, Києво-Могилянська академія, Йоанникій Галятовський, Стефан Яворський, Ф. Прокопович)

Українська риторика має досить глибокі історичні корені. Остаточне формування ораторського мистецтва відбувається вже в епоху Київської Русі. Досить важливим чинником у цьому процесі було, звичайно, прийняття християнства. Разом з ним приходить і мистецтво красномовства, збагачене потужною античною та візантійською традицією. Цей період співвідноситься з Середніми віками розвитку і західноєвропейської культури (апологетика та патристика). Носіями красномовства тут виступали богослови, поширюючи, водночас, античну культуру в цілому. Перші університети включили риторику у «сім вільних мистецтв».

Зрозуміло, що слов'янське красномовство, вбираючи візантійсько-античну культуру, розвивалось власне і на своїй культурно-історичній основі, тобто християнізація надавала риториці особливих рис, формуючи змішаний стиль християнського монотеїстичного бачення світу (віровчення про існування єдиного Бога).

Саме тому Київська Русь залишила видатні пам'ятки насамперед гомілетичного (гомілетика – наука про церковне красномовство або інакше про проповідництво) красномовства. Досить відомою є проповідь руського митрополита Іларіона (XI ст.) «Слово про закон і благодать».

Другий період піднесення риторики в Україні припадає на кінець XVII – початок XVIII ст. Це часи розквіту риторики як навчальної дисципліни, коли вона викладалась у Києво-Могилянської академії:

В історії вітчизняного ораторського красномовства важливе місце займають *проповіді* та *проповідницька література*, які існували в церкві з початку християнства (кінець X ст.). Проповіді в Українській церкві були пов'язані з закріпленням нової віри з Візантії.

На ґрунті церковної проповіді зросли визначні богословські оратори. Найвизначнішою фігурою серед них був **Іоан Златоуст**. Серед західноєвропейських країн значним явищем у проповідництві слова Божого був **Фома Аквінський**, який посилив догматизацію риторики, словесну аргументацію, суперечки заради суперечки вдосконалив, довів до високого рівня майстерності

До XVI ст. ніяких відомостей про ораторське слово і мистецтво у наших дослідників майже не знаходимо (Бевз М.В., Чепіга І.П., Куньч З.).

Відродження церковного проповідування почалося у другій половині XVI ст. у зв'язку з реформаційними процесами, які із Західної Європи проникали в Україну.

Православні проповіді XVII ст. традиційно пояснювали євангельські тексти та свята, моралізували, навчали християнських чеснот та вихваляли церковних добродіїв, застосовуючи для цього залежно від освіченості, чесності і темпераменту проповідника штучну церковнослов'янську мову або вдаючись до використання живої народної мови, моралі, звичаєвості.

На XVII ст. припадає розквіт теорії красномовства в Україні. З цього часу до нас дійшли численні підручники з поетики й риторики, розроблені переважно професорами Києво-Могилянської академії. Вона мала статус європейського навчального закладу, і слава про її випускників сягала світового масштабу.

Із середини XVII ст. проповідництво набуває особливого розвитку завдяки зміцненню панівного становища православної церкви на Гетьманщині та розвитку духовного шкільництва в Києві. Братства, монастирі і кафедри мали у своєму штаті красномовних проповідників.

Українське ораторське красномовство цього періоду вже не обмежувалося церковними проповідями-казаннями. Воно настільки було популярним, що ним суціль займалися у звичайних братських школах, не кажучи вже про те, що вести полеміку, змагатися, сперечатися, просторікувати було властиво мало не кожному йому українцеві. Навіть на весіллі златоусти були найпочеснішими і найбажанішими гостями, тому що вони вміли гарним словом підтримати настрій на торжестві.

Ораторське мистецтво особливо поцінювалось у козацькому середовищі. Кандидат у гетьмани завжди повинен був виступати з промовою про те, як він розуміє призначення, як збирається організувати військо на боротьбу за волю матері – України, що для нього є вірність товариству тощо. Зразком ораторського мистецтва стало переяславське слово Богдана Хмельницького (1654). До особливого красномовства гетьмани вдавалися, проголошуючи бойовий заклик. Адже з ним вони зверталися не тільки до козацтва, а й до всього православного населення України. Першою після козаччини відомою трибуною для відвертої розмови про долю українців і всіх слов'янських народів було Кирило-Мефодіївське братство.

Братства, що виникають у XVI–XVIII ст., ставлять за мету оборону православної віри та культури. Православні братства, зокрема,

започатковували школи та книжність (особливо відзначаються Київське, Львівське та Луцьке братства), вони були відкриті для дітей з усіх верств населення.

У братських школах інтенсивно вивчали риторику, бо була потреба в обороні православ'я, в боротьбі за душі людей. Наприклад, у Київській братській школі ректорами були такі видатні ритори, як І. Борецький, К. Сакович та М. Смотрицький), риторика та піїтика посідали почесне місце серед філологічних дисциплін. Цікаво й те, що І. Борецький спершу був ректором Львівської братської школи, взагалі першої в Україні, і переніс свій досвід на терени київської освіти. Відносно того, що подібні явища спостерігаються по всій Україні, свідчить високий рівень вивчення риторики в Острозькій Академії (тут працював видатний філолог Г. Смотрицький), у Луцькій братській школі та ін. Ця традиція тривала аж до XVIII ст. (згадаймо ту увагу, якою оточено було вивчення риторики та піїтики в Переяславському та Харківському колегіумах).

Збережений донині автентичний документ того часу – навчальна програма Львівської братської школи з 1586 р., свідчить про свідоме вивчення вільної науки риторики у братських школах. Одна така скомпонована «по словенску» (перекладено) риторика зберіглася до наших днів. Це слов'яномовна риторика з кінця XVI ст., відома в науці під дуже неточною назвою «**макаріївська**». На тій підставі, що кілька копій з неї були віднайдені в XIX ст. у книгозбірнях Москви і Новгорода, російські дослідники приписували її авторство новгородському митрополитові початку XVII ст. Макарієві. Однак, як показали найновіші дослідження, згадана риторика виникла в Україні, про що переконливо свідчать її мовні та культурно-типологічні особливості. Недавно виявлено прототип цієї праці – ним був адаптований варіант латиномовної риторики знаменитого німецького вченого Філіпа Меланхтона, укладений його послідовником Лукою Лосієм.

Як можна здогадуватися, ця риторика виникла в науково-освітньому середовищі Острога або Львова. Вона складається з двох книг, перша з яких охоплює п'ять розділів: 1) загальне визначення риторики та її завдань; 2) про роди промов (повчальні, судові, медитативні й демонстративні); 3), про загальні місця для кожного роду промов; 4) про збудження пристрастей; 5) про порядок слів або суджень. Не всі з цих розділів однаково широко викладені, але між ними відчувається внутрішній зв'язок, що впливає з основної мети науки риторики. Автор дає таке визначення риторики: *«Риторика єсть, яже навчаєт пути правого и житія полезного добрословия. Сію же науку сладкогласієм или краснословієм нарицают, понеже красовитои удобно глаголати и писати навчаєт»*

Перед ритором ставляться два завдання: по-перше, досконало знати всі правила складання промов; і, по-друге, зміст його промов має бути суто діловим, суспільнозначимим. Це був перший відомий підручник риторики церковнослов'янською мовою. Пізніші курси риторики українського

походження пов'язані з Києво-Могилянським колегіумом і написані латинською мовою.

Зазначимо, що теоретичні положення латинськомовних українських і російських риторик XVII–XVIII ст. не втратили свого значення і сьогодні, в період відродження вітчизняної риторичної спадщини. Творчо переосмислюючи риторичні традиції інших народів, українські теоретики красномовства пристосовували свої підручники для потреб шкільної освіти, насичували їх тлумаченням величезної кількості понять, супроводжували прикладами з творів видатних ораторів. У цих риториках утверджувалось цілісне стилістичне вчення, розроблялась теорія аргументації, вивчалась структура промов, їх жанрова розмаїтість.

Певне місце посідала риторика і в програмах гілдійських шкіл, що відкривалися купецькими об'єднаннями.

Києво-Могилянська академія зробила значний внесок у скарбницю слов'янської риторичної спадщини. Вивчення й осмислення досягнень риторичної науки у стінах цього закладу створюють духовно-інтелектуальні підвалини відродження риторичних традицій України на сучасному етапі.

У Києво-Могилянській академії студенти вивчали риторику впродовж одного року. Кожний викладач, який читав даний курс, обов'язково писав власний підручник з цієї дисципліни. Більше того, якщо він у другий раз викладав риторику, то його підручник зазнавав значних змін.

На сьогоднішній день зберіглося 127 курсів риторики, що були складені й прочитані в Києво-Могилянській академії. Певний розквіт курсів риторики припадає на кінець XVII – початок XVIII ст. Переважна їх більшість мали світський характер. Питання гомілетики, церковно-богословського красномовства розглядались досить побіжно, як правило, наприкінці курсу поряд з іншими типами промов. Зразком для підручників була антична теорія красномовства, насамперед доробок Арістотеля, Цицерона, Квінтіліана. Курси риторики складались із п'яти розділів: винахід, розташування, словесне вираження, запам'ятовування і виголошення. Крім того, велика увага приділялась теорії трьох стилів: високого, середнього і простого. Кожним з них рекомендувалось користуватися, виходячи з критерію доречності.

На риторичні курси суттєво вплинули також думки античних і ренесансних теоретиків про те, що філософія є найважливішою частиною загальної освіти оратора. Однак основу семи вільних мистецтв складало, все ж таки, красномовство.

Характерною рисою риторичних курсів, що читалися в Києво-Могилянській академії, була їх практична спрямованість. У них давались поради щодо складання промов з будь-якої нагоди. В ті часи на різноманітні урочистості, як правило, запрошували оратора як почесного гостя. На риторичні курси суттєво вплинув ренесансний ідеал «універсальної людини», людини високоосвіченої, знавця багатьох наук, що вміє втілити свої знання в блискучих промовах.

Першим відомим нам риторичним курсом, що був прочитаний у Києво-Могилянській академії в 1635/36 навчальному році, був курс **Йосипа Кононовича-Горбацького**. Він складається з трьох частин (трактатів): про добір матеріалу для промов, про промову та її структуру, про роди і види промов.

Найвідомішим вважається підручник **Іоаннія Галятовського** «Наука короткая, або способ зложеня казаня» (1659 р.), в якому вперше природною українською мовою були викладені основні поняття стилістики, риторики й гомілетики, обґрунтовані основні вимоги, яким повинна відповідати нова українська проповідь. Це був додаток до його проповідей «Ключ до розуміння», збірки проповідей для «священиків законних і світських». Сюди увійшло 32 проповіді та похоронні казання. Мова праці книжна українська, яка часом наближалася до народної, ритмізувалася у формі архаїчної поезії.

У першому Київському виданні цей трактат дуже короткий, виклад матеріалу досить доступний і простий. «Наука» була, очевидно, розрахована на освічених людей, які вже здобули певні знання з риторики, і пояснює лише, як краще побудувати конкретну проповідь – «казанє», користуючись наведеними у збірці зразками. Йоаннікій Галятовський не ставить перед собою завдання розтлумачити у цьому трактаті певні риторичні поняття, він вживає терміни ораторського мистецтва, не пояснюючи їх значення, орієнтуючись на читача, добре обізнаного з цією термінологією.

Друге видання цього трактату трохи розширене, однак своїми теоретичними настановами не відрізняється від першого.

У третьому виданні трактату – «Наука або способ зложеня казаня» – 1665 року наявні істотні відмінності, порівняно з двома попередніми. Тут автор подає короткий виклад теоретичних положень риторики: про типи промов, їхню структуру, подає багато практичних порад щодо змісту проповідей, посилаючись на наведені у збірнику зразки. Максимальну увагу звернено на форму проповіді. Якщо старий тип проповіді можна було будувати довільно (фактично це була бесіда проповідника з прихожанами), то Йоаннікій Галятовський ставить до «казаня» вимоги такі самі, як до літературного твору: єдності предмета, єдності думки, співмірності складових частин, художності викладу. Основою релігійної проповіді Галятовський вважає тему (фему), своєрідний епіграф, в якому втілюється основна думка проповіді. Тема є цитатою з біблійного тексту.

Структурно казання теж підпорядковане певним нормам. Так, ораторську промову Й. Галятовський поділяє на три частини: ексордіум, наррація, конклюдія. Кожен із цих трьох латинських за походженням термінів він пояснює і наводить їхні українські відповідники, які й сьогодні належать до активної української лексики.

В основі побудови проповіді повинні бути, на думку Й. Галятовського, певні прийоми. Так, проповідь можна було будувати на порівнянні, метафорі, алегорії. Поширеним прийомом було певне поставлене запитання, на яке казання повинно було дати курйозну відповідь, що мала б вразити слухачів

своєю несподіваністю. Деякі проповіді можна було конструювати за схемами формальної логіки. Наявні логічні схеми наповнювалися потрібним проповідникові змістом.

Одна з важливих вимог, які Й. Галятовський ставить перед проповіддю, – щоб вона була зрозумілою для слухачів. А це означає, що і стиль викладу, і мова мають бути дохідливими. Галятовський дуже багато уваги звертає на заохочення прихожан для слухання проповіді, висуваючи багато вимог, зокрема щодо її форми. Він радить добирати і використовувати історичні, філософські, природничо-наукові джерела для прикладів, при цьому звертати увагу на суспільні погляди, вподобання оратора. На допомогу початківцям Галятовський уклав спеціальні збірки прикладів для використання в майбутніх казаннях.

Іоаникій Галятовський був спочатку вихованцем, а потім ректором Києво-Могилянської академії, його підручники з мистецтва складання проповіді були відомі у всьому слов'янському світі. Він відкрив при академії класи риторики, викладав за власними підручниками красномовство староукраїнською мовою, а не латиною, як велося на той час.

Як викладач риторики, І. Галятовський надавав особливої уваги гомілетичі. Друга книга «Небо нове» теж призначалася до проповідницької діяльності. Створив І. Галятовський і декілька полемічних трактатів польською мовою, серед них «Розмова білоцерківська» (запис диспуту 1663 р. з єзуїтом Пекарським про главенство папи), «Месія правдивий» (з приводу появи у Смирні в 1669 році псевдомесії), «Старий костел» (проти римо-католицизму, «Фундаменти» (про життя православних у Річі Посполитій, про зіткнення православних та римо-католиків). Є у письменника і антимагометанські трактати «Лебідь» (присвячений гетьману І. Самойловичу) та «Алькоран» (у діалогічній формі заперечує догми магометанства).

Іоаникій Галятовський у своїх теоретичних настановах та у практичній діяльності вперше наповнював суто церковну тематику вставками зі світського життя; дбав про чітку організацію промови, єдність думки; використовував найрізноманітніші зацікавлювальні прийоми. Та найбільша його заслуга у тому, що його трактат «Наука або Спосіб зложення казаня» став першим українськомовним підручником з риторики і ознайомив нас із українською риториною терміносистемою того часу.

Учнем І. Галятовського був **Антоній Радивилівський**, його ораторська проза була спрямована на барокові тенденції. Його перу належать дві збірки проповідей «Огородок Марії Богородиці», де вміщено 199 проповідей на релігійні свята і проблеми морально-етичного життя та «Вінець Христов з проповідей недільних, як цвітов рожаних, на украшеніє православно-католицької святої східної церкви сплетеній», яка складається з 155 євангельських проповідей. Л. Мацько дає високу оцінку доробку А. Радивилівського у вітчизняну риторику, оскільки він «розробляв методику і виголошення проповідей, визначав завдання ораторів, склад

аудиторії. За теорією А. Радивиловського, проповідник, оратор, є послом Бога, його вустами промовляє сам Бог».

Стефан Яворський (1658–1722) – визначний письменник, полеміст і церковний діяч, відомий також і як ритор. Освіту отримав у Києво-Могилянському колегіумі. Пізніше навчався в католицьких академіях Польщі. Стефан Яворський викладав у Києві риторику, філософію, теологію та інші дисципліни. Пізніше Петро I викликав його до Москви, де той реформував Слов'яно-греко-латинську академію, підібравши туди викладачів із західною освіченістю. «Риторична рука» – основний твір Стефана Яворського з риторики, написаний латиною. Як проповідник він вражав своїх сучасників. Загальна побудова творів Стефана відрізнялась особливою вишуканістю. Обравши для себе текст, він не завжди звертав увагу на суттєве. Звичайно він обирав якусь одну ідею, якусь випадкову обставину, або знаходив відношення їх до іншого, стороннього, предмета.

Найбільш опрацьованою частиною риторики Стефана Яворського є вчення про словесне вираження – витійство, або красномовство. Прикрашенню слів або повчань служать періоди, топоси, фігури, афекти.

Проголошення – остання частина «Риторичної руки». У цій частині головна увага приділена виголошенню промов з використанням тіла і голосу: «Проголошення є речей і промов по достоїнству голосу і тіла рух. У проголошенні слідкуйте за голосом і діями. По-перше, голос. Голос має бути різним відповідно до справ і речей виголошуваних. Так, у люті голос має бути розлючений, у печалі сумовитий і густий, у пристрасті притишений, добрий, сумний. Силою помірний, у стані задоволення рівний, світлий, веселий, вільний тощо.

Хибні недоліки.

1. Слід уникати частого відпочинку.
2. Голос у вимові хай не буде співом.
3. Хай не буде він вищої сили.
4. Щоб частою задишкою або кашлем не розтлівався.
5. Щоб у ніздрі не вимовлявся.
6. Щоб узвишшями не вештався.
7. Щоб не дуже недорікувато.
8. Щоб не вельми крикливо.
9. Щоб останні склади вимовлялися».

Стефан Яворський вважав, що вираз обличчя має змінюватись залежно від змісту промови: іноді ласкавий, іноді печальний, іноді веселий тощо. Очі також повинні відповідне промовляти. І руки треба використовувати, наприклад, коли йдеться про небо – показувати у височінь, про землю – вниз.

Інокентій Гізель, Лазар Баранович, Іоанікій Галятовський і Стефан Яворський вважаються фундаторами барокової риторики в історії українського красномовства

Одним із найвидатніших професорів риторики Києво-Могилянської академії з 1706 р. був **Феофан Прокопович** (1677–1736). Слід відмітити, що

в Києво-Могилянській академії існували певні традиції, які полягали в тому, що перед початком викладання курсу риторики професори виголошували вступні промови перед студентами. В них вони, як правило, торкалися загальних питань риторики, а також демонстрували її користь у повсякденному житті. Курс Ф. Прокоповича складався із десяти розділів:

Книжка I. Подає загальні вступні настанови.

Книжка II. Про підбір доказів і про ампліфікацію.

Книжка III. Про розташування матеріалу.

Книжка IV. Про мовностилістичне оформлення.

Книжка V. Про трактування почуттів.

Книжка VI. Про метод написання історії і про листи.

Книжка VII. Про судовий і дорадчий рід промов.

Книжка VIII. Про епідиктичний, або прикрашувальний, рід промови.

Книжка IX. Дещо про священне красномовство.

Книжка X. Про пам'ять і виголошування.

Ф. Прокопович розглядає визначення риторики, які пропонувались різними античними авторами, і вважає найбільш вдалим таке визначення Квінтіліана. Тобто риторика – це вміння добре говорити. Метою оратора, на думку українського ритора, є переконувати мовою, а завданням так скласти промову, щоб вона переконувала слухачів.

Таким чином, риторичний курс українського професора побудовано за античними зразками і докладно висвітлює етапи ораторської діяльності.

У цілому концепція риторики, яку пропонує Ф. Прокопович, прагне певним чином поєднати традиції Арістотеля та Квінтіліана. Адже промова оратора повинна не тільки переконувати, показувати, що відповідь на важливі питання є правильною. Вона повинна також викликати почуття насолоди у слухачів. Завдання оратора полягає не тільки в тому, щоб інформувати, а й зворушити аудиторію. Тлумаченню почуттів присвячена ціла книжка в курсі риторики. Діяльність оратора оцінюється передусім тим, наскільки ефективною була його промова.

Крім того, український ритор докладно розбирає різні види промов і дає поради щодо їх написання. Зокрема, книжки VI–IX присвячені висвітленню саме цих питань. Риторика постає як нормативна дисципліна, що встановлює певні правила, якими повинен керуватися оратор при підготовці того чи іншого виду промови.

2. Розвиток риторики в Україні в XIX – поч. XX ст. являє собою доволі строкату картину. Перебування нашої країни в складі Російської та Австро-Угорської імперій не давало можливості розвитку навіть української мови. Як відзначають дослідники, мовами освіти, церкви, юриспруденції була російська, німецька, польська чи церковнослов'янська.

Тобто у цей період красномовство розвивається не рідною мовою. Варто відмітити певне піднесення судового ораторства, особливо після судової реформи в Російській імперії 1864 р. Після запровадження суду присяжних відповідно до цієї реформи значно зростає інтерес до публічних

змагань між прокурорами та адвокатами. Як відмічає В.В. Молдован, судові промови часто висвітлювалися в пресі. З'являється ціле сузір'я видатних судових ораторів: С. Андрієвський, М. Карабчевський, А. Коні, Ф. Плєвако, П. Пороховщиков (П. Сергеїч) та ін. Деякі з них прославились і як теоретики риторики. Відомі, наприклад, книги А. Коні «Судові промови», «Поради лекторам», П. Сергеїча «Мистецтво промови на суді» тощо.

Юридичне красномовство поступово звільнялося від архаїчних норм політичного життя, розвивало юстицію, засновану на засадах римського права, яке сповідувало принцип священності приватної власності й недоторканності особи.

У Росії ж, до складу якої увійшла значна частина України, «ораторське мистецтво не мало можливості розвинути всбічно: для політичного красномовства не давала простору форма правління, а судове отримало змогу для застосування лише в останній час, після судової реформи (йдеться про другу половину XIX ст., про Росію після скасування кріпацтва 1861 р.) «здавна процвітало <...> лише духовне красномовство».

Судова реформа, що була прийнята у 1864 р. в Росії, посприяла гласності суду, запровадженню інституту присяжних і, звичайно, певному розвитку судової риторики (переважно російськомовної). Після згаданої судової реформи та запровадження суду присяжних широкої популярності набирають видатні судові оратори, які чинили великий вплив на розвиток цієї галузі красномовства взагалі: Н. Карабчевський, Ф. Плєвако, П. Александров, С. Андрєєвський, О. Коні та ін.

Західна Україна, що перебувала тоді на правах культурно-національної автономії, запровадженої Віднем, сміливіше підносила українське слово – тут воно не було заборонено, як в Російській імперії. Разом з тим освічені західні українці вільно володіли німецькою й іншими мовами Європи. Достатньо пригадати блискучі виступи І. Франка в австрійському суді.

Українське судове красномовство XIX–XX ст. знає також імена М. Карабчевського, талант якого розгорнувся на теренах Петербурзької юстиції, та М. Холеви, що так само віддав свої здібності юридичного оратора Петербурга. Уже в радянські часи набули ваги імена М. Криленка, шлях якого закінчився посадою державного звинувачувача за сталінських часів, та Р. Руденка, головного звинувачувача на Нюрнберзькому процесі.

Академічне красномовство в Україні, хоча й не рідною мовою, набирало в XIX ст. сили: визначними професорами-лекторами були **М. Максимович**, перший ректор Київського університету, та В. Антонович, професор цього ж університету, голова Історичного товариства Нестора-Летописця. Відомим вченим-лектором і публіцистом був М. Драгоманов, громадський діяч, один з батьків української національної ідеї. Він читав лекції в гімназії, Київському та Софійському університетах, був одним із засновників вчительських курсів для українських народних шкіл, ініціатором створення україномовних підручників.

Зокрема, були й знавці предмета риторики: серед російських авторів XIX ст. виділяється ім'я **К. Зеленецького**, який викладав у Рішельєвському ліцеї в Одесі й написав кілька посібників, що перевидавалися і в XX ст. Зі стабілізацією суспільного життя у другій половині XIX ст. постає дедалі більша потреба в риториці не в самій лише Україні. Проте XIX ст. нічого суттєвого в цій галузі не створило, видавалися тільки посібники, написані згідно з канонами античної риторики.

На рубежі XIX–XX ст. з'являється цілий ряд яскравих і популярних політичних пропагандистів і в Україні. Серед представників тодішнього політичного красномовства виділяється **М. Міхновський**, адвокат і політик, що виступив як один з організаторів Української народної партії. Написаним ним для партії «Програма» і «Десять заповідей» стали помітним явищем політичного життя. Окрім того, відомий як талановитий судовий оратор на політичних процесах.

Знаний був і голова Товариства українських поступовців, активний учасник українського політичного життя **Є. Чикаленко**. Ще наприкінці XIX ст. в Росії стали популярні його публіцистичні «Розмови про сільське хазяйство». Був видавцем газети «Громадська думка» – єдиної україномовної газети в Росії. У радянські часи створив «Спогади» та «Щоденник».

Помітний вплив на політичну філософію українського націоналізму справив **Д. Донцов**. Він часто змінював свої політичні погляди, але незмінно виступав як ідеолог самостійності України, послідовно дотримуючись антиросійської позиції. Його публіцистика («Історія розвитку української державної ідеї», «Націоналізм», «Московська отрута», «Росія чи Європа» та ін.) стала політичним підґрунтям боротьби ОУН.

Популярний був публіцист, політик і літературознавець **С. Єфремов**, заступник голови Центральної Ради, який широко обґрунтовував українську національну ідею.

Особливим авторитетом користувався **М. Грушевський**, провідний діяч держави та національної освіти, вчений і публіцист. М. Грушевський був відомий як політичний оратор, який заслужено вважається одним з батьків української нації. Зокрема саме під його впливом було вперше оголошено офіційно новий статус української мови як державної («Закон Центральної Ради про державну мову», 1918).

Окремо слід відмітити роботу **Сергія Поварніна** «Спір. Про теорію і практику спору», яка вийшла друком у 1918 р. Ця робота являє собою спробу в систематичному та популярному викладі подати ті знання, які було накопичено в еристиці, логіці, риториці та психології спілкування. У вступі автор відмічає, що майже не існує книжок, які б розробляли теоретичні та практичні аспекти суперечок.

По-справжньому творчий доробок даного автора в галузі мистецтва суперечки оцінили тільки наприкінці XX ст. Багато з тих прийомів, що було розглянуто в роботі «Спір. Про теорію і практику спору», не втратили своєї значущості й на сьогоднішній день.

У цілому ж на рубежі XIX–XX ст. загальний рівень риторики в Україні, як і у світі в цілому, помітно знижується; спостерігається хіба що піднесення академічного красномовства (В. Антонович, М. Максимович, К. Зеленецький та ін.), хоча XX ст. не дало нічого принципово нового розвитку елоквенції, особливо в тоталітарних державах, у тому числі і в колишньому СРСР. Тоталітарні режими не сприяли ані розвою думки, ані пошуку способів її втілення у вишуканому слові. Риторика було трактовано як беззмистовну пишноту вислову, її перестають викладати у вузах і школах, у філологічній освіті вона поглинається почасти теорією літератури (наприклад, вчення про стилістичні фігури стає частиною поетики поруч з вченням про тропи). Автор одного із сучасних російських підручників з риторики М. Львов твердить, що криза ця не торкнулася хіба що церковної риторики, хоча й вона особливих висот не сягнула.

На Заході проповідники шукали нерідко модернізуючих прийомів, які часом руйнували традиції гомілетики; в лоні ж «церкви мовчання» (СРСР) консервувалися досить архаїчні аспекти. Особливого занепаду зазнало суспільно-побутове красномовство: люди часом боялися й натяку на вільне слово (процвітали хіба що «грузинські» застільні тости). Висміяна в популярному романі «12 стільців» Еллочка-людодіка з її словником на 30 позицій, стає печальним символом епохи.

Водночас відбувався неухильний наступ табуованої лексики, кримінального аргю. Поширення «блатного» лексикону, з одного боку, було зумовлене тим, що в таборах, тюрмах і концтаборах перебувала велика кількість людей; з другого – він символізував звільнення особистості від диктату суспільства. Але його логосична герметика (встановлення відмінного від повсякденного мовлення кола понять і лексикону) вступала в конфлікт з кінічною («низовою») системою мовлення (що не визнавала ніяких законів і суспільних норм), і щодалі поводитьсь все агресивніше. Водночас видавалося чимало практичних посібників, адресованих пропагандистам офіційної ідеології.

Загалом слід сказати, що початок XX ст. – це трагічна епоха. З одного боку, це пора піднесення національної самосвідомості українців, буяння духовної та митецької культури краю, розвій найрізноманітніших шкіл і течій у літературі та мистецтві. З другого боку, цей національний ренесанс був приречений на загибель в умовах наростання тоталітаризму. Зокрема, якщо йдеться про вільний розвиток української мови, що звільнилася з-під гніту попереднього утиску в самодержавній Росії, то успіхи її безперечні. Але паралельно починається, як складова частина боротьби з «українським націоналізмом», поступова, планова та невблаганна русифікація України. За цих умов годі було й сподіватися на будь-який розвій української риторики.

3. Сучасні концепції риторики

Риторика, трансформована в неориторику, постає як філологічна наука про способи побудови виразного, спрямованого на слухача мовлення, як наука про переконливу мовленнєву комунікацію: «Неориторика (Rethorica

пова) – концепція риторики, що виникла в другій половині ХХ ст. на ґрунті нових наукових дисциплін (теорія комунікації, психолінгвістика тощо) і має на меті, в першу чергу, комунікативний акт, спілкування оратора з аудиторією, рольову ситуацію, методи переконання».

В останні роки помітне процес збайдужіння до культури мовлення в практиці побутового спілкуванн, а також у мові ЗМІ, в офіційних усних та писемних текстах. С. Єрмоленко зауважує: «Не випадково кажуть про неориторику в мас-медіа. Це ж не формальна зміна диктора на коментатора. Потрібен не цicerонівський феєрверк, а безпосередність спілкування. Ми слухаємо FMівські хвилі, бо там є не лише бажання «втєлюжити» якесь знижене слово, а й розкутість, безпосередність, індивідуальність мовлення. Там відчутна демократизація мови, хоча багато чого і втрачається».

В умовах відродження риторики сучасні дослідники по-різному визначають поняття риторики, предмет риторики та її місце в системі інших дисциплін. На думку сучасних науковців (С. Гурвич, Л. Мацько, Є. Ножин, В. Погорелко, Ю. Рождественський, Г. Сагач, Л. Ткаченко, О. Юніна та ін.), риторика – філософсько-дидактична наука, скерована на формування у людини ефективної мисленнєво-мовленнєвої та комунікативної діяльності.

Перший в Україні професор-ритор з Київського національного університету імені Т. Шевченка) **Г. Сагач** розглядає риторику як науку «про закони управління мисленнєво-мовленнєвою риторичною (переконуючою) діяльністю, тобто про закони, які визначають ефективність цієї діяльності».

Незважаючи на те, що в останні десятиліття актуалізувалися багатоманітні лінгвістичні науки, кожна з них вивчає лише одну з граней мовної особистості. У цьому українська вчена і ритор **Г. Сагач** вбачає суперечність, розв'язання якої передбачає появу цілісного підходу до розвитку мовної особистості. І роль синтезатора, на думку **Г. Сагач**, покликана відіграти риторика, з притаманним їй ідеомовленнєвим циклом. Своєрідність риторичної науки дослідниця вбачає в її комплексності, універсалізмі, системності та в безпосередньому стосунку до категорії моральності, тобто **Г. Сагач** пропонує національну концепцію риторики: формування духовної культури особистості, підвищення риторичної культури суспільства, починаючи із середньої школи через вищу освіту і впродовж усього життя

Л. Мацько дає таке визначення: «риторика – це наука лінгвістична, тобто мовознавча, більше того – живомовна, наука успіху». І відмічає, що предмет риторики формувався у вертикальному та горизонтальному вимірах. Вертикальний вимір характеризується вивченням й описом риторичної діяльності від задуму до тексту, а горизонтальний уособлюється трьома основними родами промов – судовими, дорадчими та епідейктичними.

Варто зазначити, що специфіка риторики як навчальної дисципліни визначається її інтегральним положенням в циклі гуманітарних дисциплін, що спираються на мовно-мисленнєву діяльність, словесність в найширшому розумінні.

У монографії «Античне красномовство як дискурсивний феномен культури» українська дослідниця **О. Гончарова**, уточнюючи категоріальний апарат риторики, визначає, що термін «риторика» нині вживається в декількох значеннях: 1) як синонім ораторського мистецтва; 2) як теорія красномовства або наука красномовства; 3) як навчальний предмет; 4) як зовнішня краса промови, пишномовність, мовна ефектність. Автор зазначає: «риторику доцільно розуміти передусім як теорію публічного мовлення і як навчальну дисципліну. Розуміння риторики як теорії красномовства дає можливість виділити красномовство в окремий предмет і репрезентувати його як сукупність дискурсивних практик, а риторику – як теоретичний дискурс цих практик».

«Генератором» воскресіння риторики в 60-ті роки минулого століття слугували передовсім лінгвосеміотичні ідеї, а наступний, ренесансний, період історичного розвитку риторики, на думку дослідника Ю. Тимошенка, утверджуючи ім'я неориторки чи загальної риторики (*rhétorique general*), посутньо змінив саме уявлення про давню філологічну науку. Відтепер терміном риторика почали окреслювати «правила побудови мовлення на надфразному рівні, закони поетичної семантики, типи непрямих (переносних) значень (риторичних фігур) і поетику тексту (структуру відношень внутрітекстових елементів), включаючи аналіз соціального функціонування текстів як цілісних знаків».

Сучасна риторика в більшості ґрунтується на досягненнях інших наук ХХ століття: мовознавства, теорії мови (Ф. Де Соссюр), психології мови (Ж. Піаже, В. Штерн, Л. Виготський), психології особистості, психолінгвістики (М. Жінкін, Д. Грін, А. Леонтьєв), соціолінгвістики, теорії комунікації, теорії інформації і т. д. (Н. Масгутова). Формування неориторки пов'язано з іменами Х. Перельмана, Ж. Женетта, Р. Барта, П. Гіро. Значний внесок в теорію сучасної риторики зробили російські вчені С. Аверінцев, Н. Безменова, А. Волков.

Неориторика, інтегруючи різні дисципліни (лінгвістику, філософію мови, поетику, психологію, культурологію), не розчиняється в них, а має своє дослідницьке поле, яке включає в себе і загальну теорію символу, і теорію тексту, і смислотвірну знакову діяльність.

Головним об'єктом неориторки як міждисциплінарного наукового напрямку є дискурсивні практики; центральною проблемою – сигніфікація, яка розглядається «в широкому семіотичному контексті, що охоплює як власне лінгвістичні, так й інфра– та екстралінгвістичні параметри комунікації, пов'язані з відношенням мови, мислення й культури».

У теорії риторики останнім часом усе очевидніше звучить думка про те, що риторика має формувати свій предмет, опираючись на соціологію, особливо, психологію. Як вважає М. Біллінг, недоліком багатьох концепцій мовленнєвої діяльності є вимога логічної домінантності, що практично усуває необхідність риторичної аргументації. Багато теоретиків погоджуються з думкою, що неориторику слід відкоригувати з позиції сучасних умов

мовленнєвої комунікації. А. Лунсфорд та Л. Ід пропонують схему відмінностей риторик.

Схема відмінностей риторик

Класична риторика	Сучасна риторика
Людина – істота раціональна, що живе в гармонійному суспільстві. Головне в людині – розум Стосунки між ритором і аудиторією антагоністичні. Комунікація – однонацілена Мета – переконання	Людина – суб'єкт символоутворюючої діяльності, людське суспільство фрагментарне. Головне в людині – емоції. Стосунки між ритором і аудиторією кооперативні. Комунікація – двостороння Мета – комунікація.

Отже, сьогодні риторику можна розглядати як науку про умови, форми і ефективність вербальної комунікації та управління мисленнєво-мовленнєвою діяльністю особистості.

Риторика постає як комплексна, інтегруюча наука, теорія і практика якої опирається на досягнення різних галузей знань (насамперед філософії, педагогіки, психології, лінгвістики, етики, політики) і водночас укріплює міждисциплінарні зв'язки. Постійно розширюється сфера застосування накопичених історичним досвідом риторики правил, значень, прийомів мовлення у найрізноманітніших комунікативних ситуаціях, що посилює роль та відкриває перспективи розвитку риторики в сучасній гуманітарній освіті.

Питання для самоконтролю:

1. В який час відбулося формування риторики в Україні?
2. Що Вам відомо про богословських ораторів?
3. Що Вам відомо про проповідницьку літературу?
4. Яка роль братських шкіл в історії риторики на території України?
5. Якою є концепція риторики Ф.Прокоповича?
6. Як характеризується розвиток риторики в Україні 19- початку 20 ст.?
7. Чому початок 20 ст. для історії риторики є трагічною епохою?

МОДУЛЬ II

ЕТАПИ ПІДГОТОВКИ ПРОМОВИ. МИСТЕЦТВО ПУБЛІЧНИХ ВИСТУПІВ

Лекція 4: Інвенція – мистецтво задуму промови, пошук і знаходження конструктивних ідей.

«Багато говорити і багато сказати не є те саме» (Софокл)

ПЛАН

1. Поняття інвенції в риториці.
2. Етапи інвенції:
 - 2.1 Робота над вибором теми промови;
 - 2.2. Мета промови;
 - 2.3. Коло питань. Формування змісту промови;
 - 2.4. Систематизація матеріалу.

Література: 1, 3, 6, 7, 9, 19,25,26, 29,33

Поняття і терміни: *винайдення, процес інвенції, коло інтересів, мета промови, метод запитань, денотатний граф, етапи інвенції, емпіричний матеріал, енциклопедичний матеріал.*

1. Поняття інвенції в риториці

Із самого початку свого існування та розвитку риторики взяла на себе місію всебічно описати характер взаємозв'язку між світом речей, предметів і словом. Загалом риторики і демонструє цей перехід – трансформацію предмета в слово і контролює ці етапи трансформації в основоположних розділах інвенція, диспозиція та елокуція.

Поняття інвенції має ряд цікавих визначень, а також характеристик основних етапів-дій оратора. Розглянемо визначення із сучасних підручників і посібників.

Винайдення (inventio – «винайти, що сказати») – процедура «попередньої рефлексії», тобто визначення теми і мети майбутнього виступу, розробки концепції, відбору матеріалу для промови. Інвенція відповідає вимозі змістовності ораторської промови.

Інвенція – це розділ риторики, який вивчає розробку предметної царини ораторської промови. На цьому етапі оратор повинен визначити свою стратегію, сформулювати задум промови, розгорнути її тему через підбір відповідного матеріалу.

Інвенція – перший розділ класичної риторики, в якому педантично розглядалася процедура відбору матеріалу для майбутньої промови. Йшлося передусім не про «мовний матеріал» – йшлося про предмети реальної дійсності, частину яких пропонувалося *відібрати з усього* предметного розмаїття світу, а відібравши, відмежувати від інших, щоб у подальшому перейти до їх вивчення як цілого: по-перше, стосовно інших предметів, по-

друге, зсередини. Інвенція пропонувала мовцеві *систематизувати власні знання* щодо відібраних ним предметів, *зіставити* їх із наявними на цей момент знаннями інших і *визначити*, які з них і в якій кількості мають бути висвітлені в майбутньому повідомленні (промові). Інакше кажучи, інвенція як розділ риторики, зробивши пріоритетом предмет, забезпечувала, таким чином, якість предметного змісту промови.

Отже, що говорити, предмет розмови – основна передумова гарного і правильного мовлення. У процесі підготовки публічного виступу саме процедура інвенції (пошуку і попередньої систематизації матеріалу) забезпечує змістовність промови. У процесі інвенції оратор має відповісти на п'ять запитань.

1. *Про що розказати* (тобто визначити предмет, тему виступу)?
2. *Для чого про це розповідати* (визначити мету виступу)?
3. *Що саме про це розповісти* (визначити коло питань промови)?
4. *Що на цю тему сказали інші* (зібрати матеріал з різних джерел, зіставити, поєднати його зі своїм матеріалом)?
5. *Чим цікавий власне мій виступ* (у процесі аналізу матеріалу з'ясувати особливості промови)?

2. Робота над вибором теми промови

Одне з найважливіших правил інвенції говорить: звертання до теми має бути мотивоване інтересом оратора та інтересами слухачів. На основі критерію важливості виділяють види інтересів: суспільний (те, що важливо для всіх у суспільстві), груповий (те, що важливо для окремої групи), індивідуальний (те, що важливо для окремої людини). Отже, саме інтерес, властивий кожній людині, диктує звертання оратора до певної теми. З одного боку, оратор має вибрати тему, яка його особисто цікавить, захоплює, – тільки так він зможе зацікавити й своїх слухачів. З іншого боку, те, про що хоче сказати промовець, має потрапити в поле уваги (інтересу) слухачів, тільки тоді він може розраховувати на успіх.

Перш ніж розглядати тему промови, задайте собі наступні три питання:

Чи експерт я по цій темі?

Не треба знати все про тему, але ви повинні знати більше про цю тему, ніж ваша аудиторія. Ваші знання повинні охоплювати не тільки те, що ви збираєтеся сказати, але й виходити за рамки цього, бо у слухача можуть виникнути питання. Можна взяти тему, з якою ви просто знайомі, а потім провести невелике дослідження і доповнити цю тему отриманими результатами.

Чи захоплений я цією темою?

Оратор, що виявляє пристрасть до поширення своїх знань щодо якоїсь теми, має велику перевагу перед тим, хто не горить своєю темою, не виявляє пристрасті. Ваша поза, ваші жести, ваші очі, ваші виразу обличчя, і ваш рівень енергії все підвищується, коли ви говорите про *свою* тему. Складіть список із усіх своїх захоплень, щоб побачити, що можна було б перетворити

на захоплюючий виступ. Можливо, що ви знайдете багато спільного між тим, що вам *цікаво*, і тим, що ви *знаєте*.

Чи потрапляє моя тема в коло інтересів аудиторії?

Якщо ваша аудиторія не бачить сенсу для себе в вашій темі, є дві можливості: або віднайти сенс, зацікавлення для слухачів, або не шукати і тоді слухачі вимушені підлаштовуватися. Кожна успішна промова повинна містити явне значення для вашої аудиторії.

На основі відповідей на три питання, що названі вище, ви можете сортувати кожне з них в одну з восьми тематичних зон мовлення. Сім з цих зон помилкові, але одна золота.



ЗОНА 1.

Ви володієте знаннями, маєте пристрасть до цієї теми, і ваша аудиторія хоче, щоб ви поділитися обома.

Це ідеальне поєднання. Ваше знання теми гарантує, що ви будете впевнені. Ваша любов до цієї теми гарантує, що ви будете захоплені. Крім того, у вас є запал, щоб викликати захоплення аудиторії.

ЗОНА 2.

Плюси: Ваш досвід є твердим, і ваша аудиторія жадає знань.

Мінуси: Там немає нічого про тему, яка хвилює вас. Отже, промови у цій зоні, як правило, нецікаві й монотонні.

Однак можна згадати, що спонукало вас стати експертом в цій темі, і віднайти свою пристрасть знову. Спробуйте подивитися на вашу тему з точки зору аудиторії. Якщо це важко, спитайте потенційних членів аудиторії, що їх цікавить з даної теми. Їх відповіді повинні знову розпалити вашу пристрасть, нагадавши, що тема сповнена питань, на які необхідно відповісти, – і у вас є відповіді.

ЗОНА 3.

Плюси: Ви є експертом, і ви любите ділитися цим досвідом з тими, хто буде слухати.

Мінус: На жаль, ваша аудиторія не потрапляє в цю групу.

Ви повинні віднайти значення для вашої аудиторії. Відмінний спосіб зробити це, знаходячи спільні точки дотику між темою і предметом, що цікавить аудиторію.

Можна зберегти цю тему промови для іншої аудиторії, адже обов'язково знайдеться аудиторія, яка розділяє вашу пристрасть і захоче почути те, що ви повинні сказати.

ЗОНА 4.

Плюси: І ви, і ваша аудиторія захоплені запропонованою темою.

Мінуси: На жаль, ви не знаєте свій матеріал досить добре, щоб передати мудрість або передати сенс. І насправді, ваша аудиторія може знати більше, ніж ви.

Це хороше підґрунтя для вибору наступних тем. Знову ж, є два шляхи, якими можна піти:

Розвивайте свій досвід. Це не станеться відразу, але завдяки наполегливій праці ви можете зробити це. Ваша пристрасть і нетерпляча аудиторія забезпечують відмінну мотивацію для Вас, щоб домогтися успіху.

Дізнайтеся межі вашого досвіду, і переведіть традиційний формат мовлення для одного, до обговорення усіма. Під Вашим керівництвом, дискусія може привести аудиторію для вивчення питань, мозкового штурму нових ідей, і відкрити для себе рішення на колективній основі.

ЗОНА 5.

Плюси: Публіка з ентузіазмом готова до сприйняття.

Мінуси: Ви не експерт в цій темі і вона не хвилює ваше серце.

Швидше за все, у вас немає швидкої можливості перевести цю тему у зону 1. Вам необхідно здобути певний досвід, але це важко зробити без пристрасті до цієї теми. Що б ви не робили, не намагайтеся блефувати у зоні 5, удаючи, що вам подобається ця тема, ви в ній обізнані. Слухачі урешті відчують під час промови відсутність знань і пристрасті, і ваш авторитет буде зруйнований, а отже і виступ провальним.

ЗОНА 6.

Плюси: Ви є експертом з цього питання.

Мінуси: Ні вас, ні вашу аудиторію ця тема не хвилює.

Перевести обрану тему в зону 1 буде дуже важко. Ви повинні або розпалити свою власну пристрасть, або знайти сенс для аудиторії. Але, як і в зоні 5, ймовірно, ви повинні присвятити свою енергію в іншому місці. Без емоційного впливу промова знов таки є провальною.

ЗОНА 7.

Плюси: Ви зачаровані темою.

Мінуси: Ви не фахівець, і ваша аудиторія не поділяє ваше захоплення.

Дивно, але можливо перевести її в зону 1. Маючи пристрасть до теми забезпечується більша мотивація, і це може мотивувати вас розвивати свій власний досвід, а також шукати причини, чому глядачі повинні зацікавитися цією темою. У порівнянні з зоною 5 і 6 зона, зона 7, швидше за все, може бути корисною темою промови для вас.

ЗОНА 8.

Плюси: немає плюсів.

Мінуси: Ви не знаєте матеріал, він вас не цікавить і не подобається, ваша аудиторія апатична теж.

Ні, ви не можете перевести в зону 1, не витрачайте свій час.

Отже, при виборі теми промови, є шість варіантів:

1. Виберіть тему, яка вам цікава.

2. Виберіть тему, про яку ви знаєте достатньо.

3. Виберіть тему, пов'язану з вашими інтересами.

4. Виберіть що-небудь актуальне. Якщо якась тема знову і знову з'являється у вечірніх новинах, то, можливо, є сенс присвятити свій виступ саме їй. Якщо умови сприятливі, то можна поговорити навіть про спірні теми, запропонувавши своїй аудиторії новий погляд на проблему.

– Почитайте популярні газети та журнали, послухайте радіо, подивіться ТБ – чим зараз живе країна, що цікавить людей?

– Звичайно, вибрати тему можна і в більш локальному масштабі – скажімо, спираючись на міські новини та журнали.

– Більше того, тема виступу повинна бути актуальна для слухачів.

5. Виберіть тему, яка пов'язана з вашим особистим досвідом. Якщо привід дозволяє, то можна розповісти випадок з власного життя, що відноситься до того чи іншого пам'ятного епізоду. Головне, не розповідайте нічого такого, із-за чого слухачі відчули б себе ніяково, та й за собою слідкуйте, щоб не почати розповідати вже занадто емоційно і зайве.

Пам'ятайте, що додати щось особисте можна навіть до, здавалося б, абсолютно нейприйнятної теми. Наприклад, говорячи про власний кар'єрний зріст, цілком можна розповісти який-небудь цікавий випадок із життя.

6. Виберіть тему, про яку ви можете говорити. Тема для вашого виступу повинна бути такою, щоб ви могли говорити чітко, ясно і переконливо. Працювати з темою треба впевнено, тільки тоді ви зможете досягти своїх цілей. До того ж, слухачі повинні довіряти вам як експерту, як авторитету в питанні, якого стосується тема виступу. Грубо кажучи, якщо всі знають, що ви – єдина дитина в сім'ї, то мало хто зважатиме на ваші слова про те, як важливо, коли у тебе є брати чи сестри, в належній мірі переконливими.

Якою б тема не була, ви повинні заволодіти умами слухачів через слова виступу, і тільки так. Ваш виступ повинен бути таким, щоб слухачі, виходячи із залу, несли з собою новий погляд на проблему, нові думки, нові думки. Якщо ж ви не можете домогтися такого ефекту, виступаючи з обраної теми, то є сенс обрати щось інше.

2.2 Мета промови

Визначення мети промови – надзвичайно важливий етап у підготовці до виступу, як мінімум з двох причин.

По-перше, слухачі, як правило, пасивні учасники риторичної ситуації (розслаблені, незібрані, незосереджені, втомлені, займаються паралельно ще

чимось іншим тощо). Тому вони не завжди дошукуватимуться до намірів оратора, якщо ті чітко не простежуватимуться, відтак їхня увага не буде сконцентрована на промові.

По-друге, чітко визначити мету важливо для самого оратора. Часто оратор, вже закінчивши виступ, переконується, що в нього самого не було чіткого уявлення про мету – і такі промови, як правило, недоладні. Чітко ж визначена мета на початку підготовки промови полегшує подальшу роботу. Адже меті підпорядковується весь риторичний текст.

2.3 Коло питань. Формування змісту промови

На наступному етапі оратор продумує, формує зміст промови, тобто відповідає на питання: що саме розповісти про вибраний предмет мовлення. Існує багато різних способів і методів формування змісту промови. Один із найефективніших методів – *метод запитань* (запитання активізують мислення, уяву). Варто записувати всі запитання, які спадають на думку, навіть, на перший погляд, безглузді, несерйозні, недоречні. Іноді саме такі запитання стають початком нової, оригінальної концепції.

При розробці змісту промови можна спробувати використати *метод асоціацій* (метод асоціацій дуже ефективний як тренувальна вправа – активізує уяву, розширює і активізує словниковий запас). Суть методу у тому, що до ключового слова добирається ряд слів-асоціацій, з яких далі розгортається текст.

Г. Сагач пропонує як метод породження тексту *денотатний граф* (денотат – зміст однієї мовної одиниці (слова, словосполучення, речення). Денотатний граф (система денотатів, пов'язана певними відношеннями) – це концепція розкладання цілого на частини, декомпозиція терміна на поняття, встановлення зв'язків між частинами і цілим (впорядкування понять).

Приклади:

1. Вибирається ключове поняття (опорне слово) – *освіта*.
2. Добираються дієслова, які допоможуть розгорнути денотатний граф: дієслова, що означають мету: *спрямовує, передбачає, дає*; дієслова, що означають результат: *допомагає досягти, здійснити*; дієслова, що означають передумови: *базується на, спирається на*.
3. Ключове слово розбивається на складові цеглинка: *освіта – розвиток особистості; освіта – професія; освіта – самореалізація; освіта – суспільство; освіта – економіка*. Потім за допомогою цих складових елементів розгортається схема тексту, де всі поняття будуть впорядковані і логічно пов'язані.

2.4 Систематизація матеріалу

Наступний етап інвенції – вивчення і підбір *енциклопедичного* матеріалу і поєднання його з *емпіричним*. В риторичі **емпіричним матеріалом** називають матеріал, що є результатом самостійної роботи оратора, його оригінальним внеском в розробку теми. Якість емпіричного матеріалу свідчить про креативні можливості мовця, його спроможність «генерувати» ідеї.

Саме емпіричний матеріал є джерелом нових ідей, наукових відкриттів, формує неординарні підходи до тем, стабілізує концепції. Він дає можливість виявити позицію укладача промови, коло його інтересів й особливості підходу до теми, що розробляється.

Проблема кількості фактів у промові (їх має бути не замало й не забагато, а достатньо) може бути розв'язана процедурою оцінки ваги фактів. Це був етап самообмежень. Зібрані відомості оратор оцінював за критеріями:

- головне – другорядне;
- суттєве – несуттєве;
- старе – нове;
- відоме – невідоме;
- загальноприйняте – оригінальне;
- зрозуміле – незрозуміле тощо.

Енциклопедичний матеріал – це «чужий досвід», джерелами енциклопедичного матеріалу є енциклопедії, довідники, словники, монографії, статті, ділові документи, преса, телебачення, радіо, безпосереднє інтерв'ю тощо. Енциклопедичний матеріал – це цифри, факти, приклади, цитати, погляди різних людей, авторитетних у цій темі.

Енциклопедичний матеріал – це допоміжний матеріал. Тому до нього слід звертатися тільки після власного осмислення теми, адже головне в промові – власне «Я» оратора (слухачі хочуть почути ваші думки, ваші ідеї; ваші погляди і переконання). Якщо оратор почне підготовку до промови з підбору енциклопедичного матеріалу, його власне «Я» може в ньому загубитись.

Найпоширенішим джерелом знаходження інформації є, звичайно, читання, тобто робота з літературою. Однак потрібно володіти навичками роботи з нею, тим більше, що зовсім невелика кількість книжок характеризується великою інформативністю. Незважаючи на кількість друкованих видань, виділяють три етапи роботи з літературою:

- 1) відбір літератури;
- 2) ознайомлення з відібраною літературою;
- 3) опрацювання відібраної літератури.

Підсумком першого етапу (*відбору літератури*) є список джерел. За короткий час опрацювати всю наявну літературу з теми неможливо, та здебільшого й не потрібно. Щоб відібрати необхідні книги, достатньо проглянути їх «по діагоналі», тобто ознайомитися з анотацією, змістом, переглянути перший і останній розділи, звернути увагу на стиль викладу, визначивши, чи буде корисним це джерело для висвітлення теми.

Підсумком другого етапу (*ознайомлення з відібраною літературою*) є розмітка матеріалу в різних книгах. Значно спрощують цю процедуру ті випадки, коли книги є власністю оратора. Тоді маркером відмічають ключові слова, фрази, абзаци. За таких умов повторний перегляд літератури займає мінімум часу. Якщо поміток небагато, то корисно робити закладки або на

останній сторінці виписувати номери відповідних сторінок. Такий метод може використовуватися не тільки в індивідуальній роботі.

Підсумком третього етапу (*опрацювання відібраної літератури*) є виписки з книг. Якщо зустрічається думка, що сподобалась, її потрібно обов'язково виписати. Чимало інформації просто забувається. Однак виписки теж треба робити грамотно. Більшість теоретиків риторики рекомендують робити виписки на картках: кожному виписку на окремій картці. При цьому зверху у кутку вказують тему, якої стосується запис, а далі – вихідні дані джерела, найбільше поле займає власне цитата (демонстрація картки). Повний бібліографічний опис джерела повинен складатися з таких компонентів: автор, назва книги, місто, видавництво, рік видання, кількість сторінок, сторінка.

Щодо пошуку матеріалу для промови, оратор має пам'ятати таке: матеріалу (інформації, фактів, міркувань) як емпіричного, так і енциклопедичного, має бути знайдено, вивчено і проаналізовано набагато більше, ніж буде використано в промові. Справа в тому, що резервний, надлишковий матеріал додає впевненості оратору, вагомості і переконливості кожному слову промови. Отож ще однією умовою вдалого, гарного виступу є великий обсяг резервного матеріалу.

Підіб'ємо підсумки. На етапі винайдення матеріалу оратор повинен:

- вибрати тему виступу, гармонізуючи в ній індивідуальний і суспільний інтереси;
- чітко визначити мету свого виступу, конкретну і загальну, а відтак визначити вид промови: розважальна, інформаційна, переконуюча;
- розробити зміст промови, тобто виділити коло питань, проблем даної теми, які будуть подані в промові, підібрати фактичний (емпіричний) матеріал;
- сформулювати свою позицію, систематизуючи емпіричний та енциклопедичний матеріали.

Питання для самоконтролю:

1. Які визначення поняття інвенція Вам відомі?
2. Назвіть етапи інвенції.
3. Чому тема виступу має мати відповідати мінімум трьом параметрам: захоплення темою, знанням теми, зацікавленням аудиторії?
4. Які рекомендації щодо вибору теми Ви засвоїли?
5. Чому визначення мети промови є важливим?
6. Які є способи, методи формування змісту промови?
7. Які існують способи пошуку і систематизації матеріалу?

Лекція 5: Диспозиція (архітектоніка) промови.

ПЛАН

1. Поняття диспозиції.
2. Вступ до промови. Прийоми встановлення контакту з аудиторією.
3. Викладення: моделі та методи.
4. Основна частина.
 - 4.1 Аргументація: структура та види.
 - 4.2 Обґрунтоване неприйняття аргументації.
 - 4.3 Види аргументів.
5. Логічні помилки.
6. Закінчення промови: типи його побудови.

Література: 1, 3, 6, 7, 9, 19, 22, 25, 26, 29, 32, 33, 35.

Поняття і терміни: диспозиція, універсальна композиція, заперечувальні перехідні конструкції, підтверджувальні перехідні конструкції, нейтральні перехідні конструкції, прийоми встановлення контакту з аудиторією, моделі подання матеріалу промови, дедуктивний метод викладу, індуктивний метод, метод аналогії, стадійний метод, концентричний метод, аргументація, теза, форма, підрядна аргументація, сурядна аргументація, множинна аргументація, теоретична аргументація, симптоматична аргументація, причинна аргументація, аналогічна аргументація, пряма аргументація, критика, аргументи до логосу, аргументи до етосу, аргументи до пафосу, аргумент до авторитету, аргумент до особи, логічні помилки.

1. Поняття диспозиції

Диспозиція (у перекладі – розгортання) – другий розділ класичної риторики, який визначається як мистецтво організації повідомлення, тобто мистецтво композиції.

Риторикою розроблялися не просто композиції – розроблялися доцільні композиції, тобто такі, які найбільше задовольняють потреби комунікантів.

Для кожної промови необхідно спланувати (буквально до слова) її початок і закінчення. Планування змісту та порядку виступу – дуже складне і відповідальне завдання. Воно потребує багато часу і сил, вимагає сили волі. На цьому етапі оратор організовує матеріал, який було відібрано у процесі інвенції, тобто треба розчленувати його і забезпечити чітку послідовність у промові.

Характерною рисою будь-якого мовлення є лінійність, тому оратору і потрібно так розташувати попередньо відібраний матеріал, щоб промова представляла собою єдине ціле. Окрім цього, треба не лише структурувати матеріал, а й забезпечити зв'язок між окремими положеннями ораторської промови.

У класичній риторичі маємо низку різних поглядів щодо кількості необхідних частин ораторської промови: деякі теоретики вказували на чотири обов'язкові частини (Наприклад: Арістотель, Ісократ), інші – на сім тощо. На сучасному етапі розвитку риторики, визначено універсальну структуру.

Універсальна композиція – це членування промови на три частини – вступ, основну частину й заключну частину.

Вступ і заключна частина повинні стати відповідним обрамленням основної частини, у якій викладаються ключові відомості, факти, доказова база. Вони ніби граціозно виводять промову на сцену до публіки, а після виступу заводять її за лаштунки. При цьому вступ і заключна частина виконують свої, відмінні одне від одного, функції, але утворюють органічну єдність і цілісність разом із основною частиною.

Окремі частини промови та положення в межах самих частин мають бути пов'язані між собою. Тобто промова повинна мати так звану блочну структуру, в якій між блоками існує певний взаємозв'язок, а не просте нагромадження матеріалу. Зв'язок досягається завдяки використанню спеціальних слів чи словосполучень, які й забезпечують перехід. Ці «слова-перехідники» можна поділити на такі групи:

– **заперечувальні перехідні конструкції** – вирази, що покликані послабити ті положення, які оратор хоче розкритикувати. Наприклад: *«але...»*; *«однак...»*; *«на жаль...»*; *«здавалось, що...»*; *«і все ж варто визнати, що...»*; *«фактично ж...»*; *«ніхто не очікував, що...»*; *«цілком несподівано ми дізнаємось, що...»* тощо.

– **підтверджувальні перехідні конструкції** – вирази, покликані посилити ті положення, які оратор захищає. Наприклад: *«до речі...»*; *«окрім того...»*; *«на користь цього свідчить й те, що...»*; *«варто додати також і те, що...»*; *«це можна підтвердити й тим, що...»*; *«відомо також, що...»*; *«а це означає, що...»* тощо.

– **нейтральні перехідні конструкції** – вирази, які виконують суто технічну роль зв'язку. Це здебільшого вставні слова або речення. Наприклад: *«цікаво, що...»*; *«виявляється, що...»*; *«варто відзначити, що...»*; *«варто підкреслити, що...»*; *«не варто забувати, що...»*; *«по-перше..., по-друге..., по-третє...»*; *«а тепер дозвольте перейти до наступного питання»* тощо.

Не менш ефективними є і перехідні конструкції вирази, що містять пряме звернення до слухачів і спонукають до мисленнєвої діяльності. Наприклад: *«а тепер давайте разом подумаємо над тим, що...»*; *«давайте пригадаємо, що...»*; *«спробуйте уявити собі, що...»*; *«зверніть увагу на те, що...»*; *«давайте замислимось над питанням про те, що...»*; *«а щоб ви робили у випадку...»*.

Використання усіх цих конструкцій забезпечує цілісність промови, взаємозв'язок її інформаційно-тематичних блоків, які підпорядковані досягненню основної мети – впливу на реципієнта.

2. Вступ до промови. Прийоми встановлення контакту з аудиторією

В ораторській промові вступ має найважливіше значення. Загальна мета вступу – це встановлення контакту з аудиторією. Якщо в перші хвилини оратору це не вдалося зробити, тоді навряд чи його виступ у цілому буде успішним.

Вступ повинен бути коротким. Люди сьогодні достатньо поінформовані. Тому у вступі слід чітко і зрозуміло сформулювати суть теми виступу.

Найбільш поширеними є три прийоми, які використовуються у вступі:

- привертання уваги аудиторії;
- «початок здалеку»;
- «несподіваний вступ».

Перший **прийом привертання уваги аудиторії** передбачає три випадки залежно від того, якому компоненту риторичного трикутника (оратор, промова, аудиторія) надається перевага:

1) Оратор підкреслює своє право говорити на певну тему. Маються на увазі ситуації, коли аудиторія в принципі готова слухати, треба тільки стимулювати її інтерес до виступаючого. Риторика в подібних випадках рекомендує тактику, що зорієнтована не на презентацію особистості оратора, а на презентацію його ставлення до того, що відбувається.

Наприклад: *«Шановні слухачі! Ви вже прослухали цікаві й яскраві виступи моїх колег щодо... Я з великим задоволенням прослухав їх і тепер в продовження цієї теми, хочу запропонувати вам своє бачення цих питань».*

2) Оратор підкреслює важливість теми для аудиторії.

Маються на увазі ситуації, коли слухачі не готові до сприйняття промови. Риторика в подібних випадках рекомендує виходити з «нагальної необхідності», тобто звернутись до того аспекту події, який залишався досі поза увагою присутніх, однак співвідноситься з їх потребами та інтересами. Наприклад:

«Шановні депутати! Я хотів би привернути вашу увагу до проблеми правового забезпечення економічних перетворень. Я вважаю, що це питання має стратегічне значення. Якщо не буде належного правового забезпечення реформи, то не буде й самої реформи».

Один із доповідачів, звертаючись до поважних і впливових слухачів на регіональному рівні (а мова йшла про проблему національних лісів) почав свій виступ так: *«Питання, якого я хочу торкнутися, стосується вас (до бізнесмена), вас (до власника типографії)... Власне, це питання вплине і на вартість продовольства, і на оплату житла. Воно стосується добробуту і процвітання всіх нас...».*

3) Оратор підкреслює значимість самого предмета промови.

Маються на увазі ситуації сприятливого контакту між учасниками спілкування. Здебільшого такі ситуації є конвенційними, коли заздалегідь відомо, кому належатиме ініціатива в спілкуванні й аудиторія готова слухати.

Риторика в подібних випадках рекомендує відразу презентувати тему. Так, професор М.А. Мензбира, розпочинаючи свою популярну лекцію «Історія Середземного моря, що розказана його берегами, хвилями та їхніми мешканцями», говорить: *«Уявіть себе подорожнім, який вперше підходить до Середземного моря, вперше бачить синь його хвиль, оповиті димкою далекі берегові скелі, пишні зелені рослини, і дозвольте дати вам стислу характеристику сучасного нам середземноморського узбережжя, розпочавши з його географічного нарису».*

Другий **прийом («початок здалеку»)** використовується переважно в конфліктній аудиторії. Завдання оратора за таких умов полягає в тому, щоб налаштувати аудиторію на позитивне сприйняття промови.

Риторика в подібних випадках рекомендує створити, по можливості, «нейтральний» фон для подальшого спілкування, відтягуючи момент «з'ясування стосунків». Для цього можна:

- вказати на багатомірність істини, неможливість однобічної оцінки певного явища й тим самим підштовхнути слухачів до готовності вислухати інші погляди на проблему;
- використати «обхідний маневр», тобто виразити думку аудиторії як власну й поступово завести її в «глухий кут» (показати, що наслідки з цього положення неслухні, неприйнятні, хибні).

Третій **прийом («несподіваний вступ»)** передбачає безпосереднє звертання оратора до основної проблеми. Як правило, подібний прийом використовується в тих ситуаціях, коли аудиторія вже жваво зацікавлена в розгляді певної теми, коли пристрасті слухачів у розпалі. Тоді оратору потрібно розпочати промову з сильної риторичної фігури. Здебільшого такою фігурою виступає риторичне запитання. Класичним прикладом подібного вступу є початок Цицероном своєї першої промови проти Катиліни: *«Доки ж ти, Катиліно, будеш зловживати нашим терпінням? Як довго ще ти, у своїй люті, будеш знущатися з нас? До яких меж ти будеш хизуватися своїм нахабством, що не знає шор? Невже тебе не збентежили ні нічні караули на Палатині, ні варта, що обходить місто, ні страх, що охопив народ, ні присутність всіх чесних людей, ні вибір цього так надійно захищеного місця для засідання сенату, ні обличчя і погляди присутніх? Невже ти не розумієш, що твої наміри розкрито? Не бачиш, що твоя змова вже відома всім присутнім і викрита? Хто з нас, на твою думку, не знає, що робив ти останньою, що попередньою ніччю, де ти був, кого скликав, яке рішення прийняв? О часи! О звичай!».*

Приклад: один із кандидатів на посаду мера, приїхавши на зустріч із виборцями, вийшов із машини і звернувся до присутніх: *«І вам усім доброго дня! Чого зібралися? Є проблеми? А у кого їх нема? Навіть у мене вони є. От наприклад, як швидше і найдешевше для міста провести природній газ, а мешканцям вашого району – воду?! Що, це вас теж турбує? То давайте вирішувати це разом!».* Такий вступ був і несподіваним, і з використанням привернення уваги виборців до теми виступу.

Вибір оратором того чи іншого прийому вступу диктується особливостями конкретної мовленнєвої ситуації, насамперед характером аудиторії. Перші фрази мають бути досить ретельно підготовлені, адже саме вони мають важливе значення для встановлення контакту зі слухачами.

У риториці виділені також **універсальні прийоми вступу**, які можна використовувати в ораторських промовах на будь-яку тему в будь-якій аудиторії:

- цитата;
- яскравий приклад;

Приклад: *«Якось днями я йшов уранці на поїзд і звернув увагу на двох молодих, непогано вдягнених людей, які захоплено порпались у ящиках для сміття. Як ви думаєте, що вони там шукали?..»* Складне запитання? Так, але якщо зважити на те, що молоді люди стали жертвами рекламної кампанії кави «Нескафе» і шукали кришечки, щоб виграти головний приз, то...»

- комплімент;

Приклад: *«Коли я йшов до вас, один мій друг сказав, що краще за все виступати перед аудиторією інтелегентною, добре освіченою, але напідпитку. Сьогодні я можу сказати, що ваша аудиторія найкраща з тих, що я зустрічав. (Сміх і оплески). Щоправда, у вас відсутній останній елемент (оплески), але я думаю, що його компенсує дух вашої компанії. (Тривалі оплески)»*

- апеляція до загальновідомого джерела інформації;

Приклад: *«Усім сьогодні відома поштово-фінансова компанія Western Union, яка має свої відділення майже в усіх країнах світу. А тим часом...»*

- проблемне запитання;

Приклад: *«Чи знаєте ви, що і нині рабство існує в двадцяти країнах сучасного світу?»* Цим запитанням він не тільки викликав цікавість, він здивував і вразив слухачів. *«Як, рабство? У наш час? У двадцяти країнах? Це неможливо! Назвіть ці країни!»*.

- виклад мети й завдань виступу;
- демонстрація певного предмета та ін.

Приклад: заповнення банки камінням, дрібними камінцями (горохом) і піском. *Де банка – це ваше життя. Каміні – це найважливіші речі вашого життя: сім'я, здоров'я, друзі, свої діти – все те, що необхідно, щоб ваше життя залишалось повним навіть у випадку, якщо все інше втратиться. Горох – це речі, які особисто для вас стали важливими: робота, будинок, автомобіль. Пісок – це все інше, дрібниці.*

Окрім «позитивних» способів вступу, в риториці зафіксовані також і «негативні», невдалі прийоми початку промови. А саме: не варто розпочинати виступ з вибачень стосовно того, що ви не встигли підготуватись, що ви не заберете багато часу тощо. Люди прийшли для того, щоб отримати цікаву і важливу для них інформацію. І ви, напевно, її маєте. Але навіщо ж відразу відвертати від себе увагу слухачів? Потім її нелегко буде повернути. П. Сопер цитує з цього приводу гумориста Джорджа Еді:

«Це вже остання справа – оголошувати прилюдно про свою неспроможність. Біда в тому, що, може статися, це вдасться і довести».

Загальні характеристики першої частини промови можна окреслити таким чином: вступ має бути коротким та яскравим.

3. Викладення: моделі та методи

Щодо викладу інформації в основній частині, то риторика пропонувала кілька моделей подання матеріалу промови:

1. Модель перша. Ab ovo (від яйця) – історичний, або хронологічний, або сюжетний метод викладу матеріалу, або лінійна схема. Ця модель розглядалася як природний порядок подання елементів цілого. Відповідно до того, як у житті події відбуваються одна за одною, одна після іншої, попередні події є причиною пізніших, а пізніші – відповідним наслідком попередніх, промова також може розгортатися за такою логікою.

2. Модель друга. In medias res (в середину речей) – фабулярний метод викладу, штучний порядок організації фактів. Така модель зобов'язувала не стежити за подією, а аналізувати її. Головною метою була стимуляція уваги як слухачів, так і самого оратора. Найбільш рекомендований засіб – різноманітні «пересування» в структурі промови: спочатку наслідок замість причини, рух від фіналу до початку, презентація пізніших епізодів раніше від попередніх. Модель «в середину речей» відкрила для риторики інтригу.

Інтрига – штучна побудова подій з метою стимулювання зацікавленості слухачів. Класичним взірцем надзвичайно гарної інтриги вважалася «Одиссея» Гомера – із ретроспективним викладом подій (від пізніших до більш ранніх) як основного прийому й численними стрибками з теперішнього в минуле й майбутнє.

1. Дедуктивний метод викладу пропонував рух від загального до конкретного. У риториці і філософії цей метод визначався як метод пошуку підтверджень висловленого раніше узагальнення. В основі цього методу лежить усвідомлення того, що закономірності, які спостерігає людина, контрольовані, їх можна перевірити емпірично. Тобто промовець несе відповідальність за сформульовані ним положення і, в разі необхідності, готовий вказати на серію випадків (принаймні, на один випадок), що підтверджує істинність судження. Дедуктивний метод використовувався античністю як мірило правильності міркувань взагалі. Тому формальну логіку часто розуміють як теорію дедукції, тобто теорію, що передбачає розгортання загальних суджень у конкретні, в такі, що здатні застосовуватися у конкретних випадках.

2. Індуктивний метод передбачав пересування в структурі промови від конкретного до загального. Спочатку описувався конкретний випадок (кілька випадків), з якого виводилася закономірність, регулярність.

3. Метод аналогії характеризувався як окремий метод чи як один із варіантів індукції, але в будь-якому разі передбачав зіставлення фактів, явищ, подій тощо з метою перенесення закономірності, що була виявлена під час

аналізу добре вивченого об'єкта, на менш досліджений об'єкт. Добре вивчений об'єкт розглядався як модель чи зразок.

4. Стадійний метод викладу нагадує хронологічний і описується як лінійна побудова повідомлення. Відрізняється від хронологічного методу тим, що лінійність викладу диктується не логікою подій, а рухом думки. Тобто промовець розглядає кожен окремий пасаж свого виступу як такий, що потребує завершення, перш ніж перейти до іншого. Лише повністю завершена попередня думка допускає формулювання наступної.

5. Концентричний метод – це метод, назва якого відображає його обличчя. У риторичі цей метод пропонувався тоді, коли завданням промовця було висвітлити лише одну проблему (групу однорідних проблем), довкола якої і пропонувалося розбудувати промову. Структура такого повідомлення нагадує серію кіл, що сходяться до єдиного центру. Це практика повернення до проблеми щоразу на новому колі. Концентричний метод дозволяє перетворити на очах публіки незначне, здавалося б, питання на масштабну проблему. Або ж розкрити тему, яка стала тривіальною сьогодні.

Скажімо, тему «Сучасна екологія» розкрити в безпосередньому стосунку до кожного з нас: «ми п'ємо отруєну воду», «ми пошкоджуємо власну шкіру синтетикою», «ми вбиваємо нашу імунну систему» тощо.

4. Основна частина

Зрозуміло, що це найбільш навантажена і об'ємна частина виступу. Адже тут йтиметься про ту інформацію, про ту ідею, яку в розгорнутому вигляді вам доведеться донести до слухачів, надихнути їх на прийняття якогось рішення. В основній частині промови дають різноманітні наукові визначення, наводять усілякі порівняння, посилення на авторитети, статистичні дані – аргументи і факти. Від вашої ерудиції, від продуманості змісту промови, від послідовності та аргументованості у викладенні матеріалу й залежатиме врешті-решт ваш успіх і успіх вашої справи. Тож, розглянемо ті важливі чинники, від яких залежить успіх промови.

4.1 Аргументація: структура та види

Аргументація (від лат. «argumentum» – «основа») – це обґрунтування прийнятності, слушності певних тверджень або намірів дії.

Найбільш розробленою проблематика аргументації постає в логіці. Звичайно, оратор повинен враховувати здобутки цієї дисципліни. З іншого боку, поняття логічної та риторичної аргументації відрізняються між собою. Логічна аргументація – це лише окремий випадок риторичної аргументації. Так, в Арістотеля логос є тільки одним із модусів переконання, поряд з етосом та пафосом. Відповідно, до царини логіки належать лише ті засоби переконання, що апелюють до розуму. Якщо оратор зосереджується тільки на логосі, то він невинуватно позбавляє себе можливості використання інших способів впливу (в деяких випадках більш ефективних).

Інколи аргументацію розглядають не просто як процедуру обґрунтування, а й як сукупність аргументів, що наводять на підтримку

певних тез. Таке уявлення більше відповідає другому розділу риторики «Диспозиція», де аргументація виступає вже як певна частина ораторської промови.

У структурі аргументації виділяють такі компоненти:

Теза (від давньогрец. «thesis» – «положення») – це твердження, в якому оратор намагається переконати аудиторію.

Аргументи – це твердження, за допомогою яких оратор обґрунтовує тезу.

Форма (схема) – це спосіб зв'язку аргументів і тези.

Аргументація може бути:

Проста аргументація – це аргументація, в якій захист точки зору спирається на один аргумент.

Складна аргументація – це аргументація, в якій захист точки зору спирається на декілька аргументів.

За структурою складну аргументацію поділяють на: підрядну, сурядну та множинну.

Підрядна аргументація – це складна аргументація, в якій наступний аргумент підтримує попередній. Тут захист точки зору складається з блоків, які йдуть один за одним. Якщо перший аргумент недостатньо переконливий, то на його підтримку наводять другий, і якщо цей аргумент також потребує обґрунтування, то наводять ще один аргумент. Так продовжують до того моменту, доки точка зору не буде остаточно захищена.

Сурядна аргументація – це складна аргументація, в якій аргументи взаємозалежні й тільки разом ефективно захищають точку зору.

У літературі таку аргументацію ще називають зв'язаним міркуванням. У такій аргументації кожний аргумент недостатній для захисту точки зору. Він сам по собі занадто слабкий і лише частково підтримує точку зору. Ступінь підтримки, яку виражає аргумент у сурядній аргументації, може бути різним. Так один аргумент може підтримувати точку зору на 50 %, другий – на 40 %, а третій – на 10 %. Проте тільки в сукупності наведені аргументи можуть скласти переконливу аргументацію, тому компоненти сурядної аргументації, як правило, залежать один від одного.

Множинна аргументація – це складна аргументація, в якій аргументи не залежать один від одного та є рівносильними при захисті точки зору.

У літературі таку аргументацію ще називають конвергентним міркуванням (пошук єдиноправильного). Теоретично можна вважати, що кожний з аргументів множинної аргументації достатній для захисту певної точки зору. Проте для переконливості додають ще декілька аргументів.

1) Залежно від способу обґрунтування розрізняють:

- емпіричну аргументацію;
- теоретичну аргументацію.

2) Залежно від форми (схеми) розрізняють:

- симптоматичну аргументацію;
- причинну аргументацію;

- аналогічну аргументацію.
- 3) Залежно від процедури обґрунтування розрізняють:
 - пряму аргументацію;
 - непряму аргументацію.

Стосовно першої класифікації слід підкреслити, що вже Арістотель поділив способи переконання на нетехнічні та технічні:

На сьогоднішній день ці поняття можна визначити таким чином:

Емпірична аргументація – це обґрунтування тези шляхом безпосереднього звертання до дійсності. Аргументами в ній виступають експерименти, спостереження, досліді тощо.

Теоретична аргументація – це обґрунтування тези, в основу якого покладені міркування. Аргументами в ній виступають інші відомі положення, до яких апелює оратор.

Насправді в ораторській практиці часто зустрічаються такі випадки, в яких аргументація поєднує в собі й звернення до досвіду, і теоретичні міркування.

Розглянемо приклад аргументації, який має досить давню історію: «Усі люди є смертними. Сократ – людина. Отже, Сократ є смертним».

Перші два твердження в цьому прикладі є аргументами, а останнє – тезою. Звичайно, в ораторських промовах навряд чи можна знайти аргументацію саме в такій формі. Навіть цей приклад мав би скоріше вигляд: «Сократ є смертним, оскільки він – людина».

Арістотель називав подібні міркування ентимемами. Для розуміння особливостей аргументації в риториці вищенаведені приклади показові в тому відношенні, що тези в ораторських промовах дуже часто йдуть попереду аргументів. Тобто оратор спочатку формулює тезу, яку йому потрібно обґрунтувати. Для цього він виявляє аргументи, які б допомогли вплинути на аудиторію. У логіці ж все відбувається навпаки. В ході міркувань людина здобуває із наявного знання (засновків, аргументів) нове знання (висновки, тези).

Емпіричну аргументацію, як це може здатися із визначення, не слід пов'язувати виключно з природничими науками. В ораторській практиці такою аргументацією виступає використання фактів як прикладів. Арістотель писав про те, що приклади й ентимеми є загальними засобами переконання: «Прикладами потрібно користуватися в тих випадках, коли не маєш ентимем для доведення, оскільки для того, щоб переконати, потрібне яке-небудь доведення; коли ж ентимеми є, то прикладами слід користуватися як свідченнями. Саме в цьому значенні застосування прикладів розглядають як емпіричну аргументацію».

Приклади – це висловлювання про одиничні факти (від і лат. зроблене, здійснене), що виступають як аргументи (для підтвердження тези загального характеру).

Найчастіше такі аргументи використовуються при обґрунтуванні оратором тих намірів дії, на які він чекає від аудиторії, коли наводять певні

ситуації з життя відомих людей та ін. Тоді в якості прикладів можуть виступати притчі, байки, тобто випадки, до яких ми не можемо апелювати як до спостережуваних фактів. Однак подібні аргументи теж покликані підтвердити тези загального характеру. При обґрунтуванні певних дій вони досить ефективно впливають на слухачів.

Друга класифікація дає можливість оратору, з одного боку, грамотно аналізувати аргументації інших людей, а з іншого – самому правильно використовувати аргументативні схеми при побудові промови.

Виділення різних типів аргументації в цій класифікації ґрунтується на тому, яке відношення покладене в основу зв'язку аргументів і тези. У літературі з логіки щодо форми аргументації розрізняють дедуктивну та недедуктивну залежно від типу міркування, за яким розгортається аргументація. Скоріше за все, симптоматична аргументація може бути зіставлена з дедуктивною, причинна – з недедуктивною, що ґрунтується на індуктивних міркуваннях, аналогічна – з недедуктивною, що ґрунтується на міркуваннях за аналогією.

У риториці доречним є використання термінів симптоматична, причинна та аналогічна види аргументації.

Симптоматична аргументація – це обґрунтування тези шляхом наведення в аргументах певних ознак того, що постулюють у тезі.

Загальна схема симптоматичної аргументації має такий вигляд:

А прийнятне для В, тому що:

- 1) С прийнятне для В і
- 2) С характерне для А.

Вищенаведений приклад «Сократ є смертним, оскільки він – людина» є прикладом симптоматичної аргументації:

Смертність (А) характерна для Сократа (В), тому що:

- 1) Сократ (В) є людиною (С) і
- 2) Для всіх людей (С) характерна смертність (А).

У такий спосіб оратор із положень загального характеру на підставі наявності певних ознак у предмета виводить тезу окремого характеру.

Причинна аргументація – це обґрунтування тези шляхом наведення причинно-наслідкового зв'язку між аргументами і тезою.

Загальна схема причинної аргументації має такий вигляд: А прийнятне для В, тому що:

- 1) А прийнятне для С і
- 2) С веде до В.

Саме за такою схемою розгортається аргументація Ш. – Л. Монтеск'є: *«У країнах помірного клімату ви побачите народи, непостійні в своїй поведінці й навіть у своїх пороках і чеснотах, оскільки недостатньо визначені властивості цього клімату не в змозі дати їм стійкість»*.

У країнах помірного клімату (А) живуть непостійні в своїй поведінці народи (В), тому що:

- 1) Помірний клімат (А) має недостатньо визначені властивості (С) і

2) Недостатньо визначені властивості клімату (С) ведуть до нестійкості в поведінці народу (В).

Причинну аргументацію можна вважати подальшою розробкою топосів третьої групи, що пов'язані з причинами та наслідками існування предмета.

Аналогічна аргументація – це обґрунтування тези шляхом наведення схожості того, що говорять в аргументах, з тим, що говорять у тезі.

Загальна схема аналогічної аргументації має такий вигляд: А прийнятне для В, тому що:

- 1) А прийнятне для С і
- 2) С порівняне з В.

Саме за такою схемою розгортається аргументація в одній з максим Ж. де Лабрюєра: *«На вчену жінку ми дивимось як на коштовну шпагу: вона ретельно оздоблена, вишукано відполірована, вкрита тонким гравіюванням. Цю настінну прикрасу показують знавцям, але її не беруть з собою ні на війну, ні на полювання, адже вона так само непридатна до справи, як манежний кінь, навіть відмінно виїжджений».*

У цьому прикладі наявні дві аналогічні аргументації:

I. Ні на війні, ні на полюванні не потрібна (А) вчена жінка (В), тому що:

- 1) Ні на війні, ні на полюванні не потрібна (А) коштовна шпага (С) і
- 2) Коштовна шпага (С) подібна до вченої жінки (В).

II. Непридатна до справи (А) вчена жінка (В), тому що:

- 1) Непридатний до справи (А) манежний кінь (С) і
- 2) Манежний кінь (С) подібний до вченої жінки (В).

Розглянемо ще один приклад – уривок з трактату К.С. Льюїса «Страждання»: *«Християнське вчення про страждання пояснює, на мою думку, дивовижну особливість нашого світу. Бог не дає нам спокою і щастя, до яких ми так прагнемо, але Він дуже щедрий на радість, сміх і відпочинок. Ми не знаємо спокою, але знаємо і веселощі, й навіть захоплення. І зрозуміло чому. Впевненість благополуччя зверне серце до тимчасового, відриваючи його від Бога. Рідкісні радощі кохання, прекрасний пейзаж, музика, бесіда, купання чи матч такого ефекту не мають. Отець підкріплює нас на шляху, однак суворо слідкує за тим, щоб ми не прийняли за власну домівку узбічну таверну».*

У даному фрагменті тезою є складне висловлювання: *«Бог не дає нам спокою і щастя, до яких ми так прагнемо, але Він дуже щедрий на радість, сміх і відпочинок».* Кожне просте твердження, що входить до тези, обґрунтовується окремо. При цьому К.С. Льюїс деякі аргументи не наводить, однак їх можна відновити з контексту.

Спробуємо виявити аргументи, якими обґрунтовується висловлювання *«Бог не дає нам спокою і щастя»:*

1-й аргумент: Спокій і щастя, як впевненість благополуччя, звертають серце людини до тимчасового, відривають його від Бога.

2-й аргумент: Те, що відвертає людину від Бога, звертає її до тимчасового, Він не дає людині. Цей аргумент відсутній у тексті, однак мається на увазі.

В основу даного обґрунтування покладена симптоматична аргументативна схема:

Бог не дає людині (В) спокою і щастя (А), тому що:

- 1) Спокій і щастя (А) відривають серце людини від Бога (С) і
- 2) Бог не дає людині (В) того, що відвертає її серце від нього (С).

В основу обґрунтування другого висловлювання з тези *«Бог дуже щедрий на радість, сміх і відпочинок»* теж покладена симптоматична аргументативна схема.

Стосовно третьої класифікації слід підкреслити, що такі види аргументації досить широко застосовуються в різних сферах життєдіяльності людей. Тому вміння їх побудови буде корисним для оратора.

Пряма аргументація – це вид аргументації, в ході якої наводять аргументи, що безпосередньо обґрунтовують тезу.

Розглянуті вище приклади Ш.-Л. Монтеск'є, Ж. де Лабрюєра, К.С. Льюїса є прикладами прямої аргументації.

Непряма аргументація – це вид аргументації, в ході якої теза обґрунтовується опосередковано шляхом встановлення неприйнятності антитези (твердження, що є запереченням тези) або шляхом встановлення неприйнятності конкуруючих із тезою положень.

Непряма аргументація буває двох видів:

- апагогічна;
- розділова.

В основу апагогічної аргументації покладене міркування за схемою «доведення від протилежного» (згадайте деякі доведення теорем із курсу «Геометрія»). Думка в таких міркуваннях рухається від формулювання антитези через виведення з неї та аргументів протиріччя (двох тверджень, одне з яких заперечує інше) до неприйнятності антитези й слушності самої тези.

В основу розділової аргументації покладене міркування за такою схемою. Спочатку формулюють положення, які конкурують із тезою, й саму тезу. Потім показують неслушність конкуруючих із тезою положень. Тим самим опосередковано стверджують прийнятність самої тези. Для того, аби теза в такій аргументації мала достовірний характер, необхідно на першому етапі врахувати всі можливості. У такому випадку оратор, як зазначалось вище, формулює перед аудиторією різні точки зору на предмет промови, потім показує їх неслушність, окрім тієї, що репрезентує тезу оратора. Розділову аргументацію більш ефективно застосовувати в підготовленій аудиторії.

Наприклад: *«Використовувати чи не використовувати в тесті відкриті запитання (запитання з розгорнутою відповіддю)? Упродовж трьох років в Україні розроблялася модель, яка передбачала їх використання».*

Ситуація з відкритими запитаннями нагадує випадок «чемодану без ручки» – і нести важко, і викинути шкода. Три роки тривали експерименти з відкритими запитаннями. Кінця справи не видно: дуже б хотілося залишити творчі завдання в тестах, але як їх перевіряти, як оцінювати, як забезпечити єдність при оцінюванні? У Польщі з цими проблемами намагаються впоратися вже понад десять років, інші країни з самого початку відмовилися від відкритих запитань (розуміючи під тестовими завданнями тільки такі, правильність відповідей на які може перевірити комп'ютер) і зосередилися на вдосконаленні форматів та змісту тестових завдань.

У 2006 році в українській моделі ЗНО пропонується використовувати тільки закриті запитання, передбачається тільки комп'ютерна обробка результатів тестування (сканування з подальшим оцінюванням)» (С. Раков. «Тестування випускників 2006 року».

У цьому фрагменті застосовано непряму апагогічну аргументацію. Використання тільки закритих запитань в тестах (теза) обґрунтовано через наведення аргументів, які показують неприйнятність відкритих запитань. У даному випадку положення про використання в тестах відкритих запитань є антитезою для положення про використання в тестах тільки закритих запитань.

4.2 Обґрунтоване неприйняття аргументації

Будь-яка ретельно підготовлена промова так чи інакше містить посилання на вже досліджені факти, які не завжди збігаються з думкою щодо цього самого оратора. Одним із завдань оратора є переконання, а отже переконати потрібно в правильності саме своєї точки зору. Навіть якщо ці думки явно не виражені, оратор може сформулювати їх, ввести у свою промову й показати їх недосконалість, хибність, застарілість тощо. Тут на допомогу приходить мистецтво розрізняти – критика.

Критика – це обґрунтування неприйнятності певної аргументації.

У логіці більш уживаним щодо подібних процесів є термін «спростування», однак в ораторській діяльності така процедура майже не зустрічається. Справа в тому, що спростування – це обґрунтування логічними засобами (переважно у формі дедуктивних міркувань) хибності тези за допомогою істинних аргументів.

Побудова критики передбачає наявність певної аргументації. Залежно від того, на який структурний компонент буде спрямована критика, розрізняють такі її види:

- критика тези;
- критика аргументів;
- критика форми.

Критика тези – це вид критики, який спрямований на обґрунтування оратором неприйнятності того твердження, що захищалося іншою людиною.

Як правило, для критики тези вибирають:

- шлях «зведення до абсурду» або

– шлях обґрунтування антитези.

Перший шлях передбачає виведення таких наслідків із тези, які суперечать загальновизнаним положенням або фактам.

Другий шлях передбачає, по суті, побудову оратором аргументації на користь власної тези, коли вона є антитезою до запропонованого іншою людиною положення.

Критика аргументів – це вид критики, який спрямований на обґрунтування оратором неприйнятності тих аргументів, які використовувала інша людина на підтримку своєї тези.

Наприклад, оратор може показати, що неприйнятними є наслідки з наведених аргументів або продемонструвати обґрунтоване заперечення вихідних положень іншої людини.

Критика форми – це вид критики, який спрямований на обґрунтування оратором відсутності зв'язку між аргументами та тезою іншої людини.

Наявність такого зв'язку забезпечується дотриманням тих правил, що встановлені логікою для певних видів міркувань.

Критика тези є найбільш сильним видом критики, адже тільки в такому випадку теза визнається непринятною, які б ще аргументи не наводились на її підтримку. Інші види критики (критика аргументів та критика форми) тільки руйнують процес аргументації.

Приклад:

«Чи варто обирати нових, невідомих політиків у парламент? Представники цього блоку вважають, що в цьому їх перевага. Але якщо так міркувати, то нам доведеться наступного року переобрати і цих: адже вони вже не будуть новими політиками. Ніде в світі не міняють парламентарів як рукавички! Обирайте тих, кого знаєте! Борітеся з дилетантизмом!»

У цій рекламній листівці наявна спроба критики тези («У парламент варто обирати нових, невідомих політиків») шляхом «зведення до абсурду». З неї виведено наслідок («Наступного року доведеться переобрати і цих політиків»), який не узгоджується з «загальноприйнятим» досвідом політичної діяльності («Ніде в світі не міняють парламентарів як рукавички!»).

4.3 Види аргументів

Залежно від модусів публічного виступу розрізняють види аргументів в ораторській промові:

- аргументи до логосу;
- аргументи до етосу;
- аргументи до пафосу.

Аргументи до логосу – це твердження, які стосуються предмета промови, тези, яка захищається оратором.

Вони отримали назву *argumentum ad rem* («до суті справи»). У логічній аргументації саме такі аргументи вважаються коректними, а всі інші

розглядаються або як певні хитрощі, або навіть як помилки, здебільшого навмисні (софізми).

Аргументи до етосу й аргументи до пафосу – це твердження, які апелюють не до суті справи, а до учасників спілкування (як самого оратора, так і аудиторії).

Їх основу складає ціла група аргументів, що отримали назву *argumentum ad hominem* («до людини»).

Найбільш поширеними серед аргументів до етосу є:

- аргумент до авторитету;
- аргумент до особи.

Аргумент до авторитету (лат. *argumentum ad verecundiam*) – це наведення оратором на підтримку своєї тези тверджень чи дій людей, що є певним зразком для аудиторії.

У деяких випадках оратор може насправді й не поділяти думок авторитетних джерел, однак він розраховує на те, що слухачі не наважаться сперечатися з такими положеннями. Аргумент до авторитету має багато різноманітних форм: авторитет конкретної людини (наприклад, цитати), авторитет суспільної думки, авторитет установи, авторитет посади, авторитет віку, власний авторитет тощо.

Слід підкреслити, що можливості окремої людини обмежені. Далеко не все в житті можна самостійно проаналізувати та перевірити. Так чи інакше людина покладається на думки інших, на знання, здобуте людством протягом історичного розвитку.

У повсякденному спілкуванні аргументам до авторитету буває дуже важко протистояти. В подібних випадках потрібно зважати не на те, що думка висловлена видатною людиною, а на те, чи є вона прийнятною, слухною.

Аргумент до авторитету використовується здебільшого саме в аргументації, коли оратор спирається на думки інших людей при обґрунтуванні своїх тез.

Аргумент до особи (лат. *argumentum ad personam*) – це твердження, що підкреслюють особистісні якості іншої людини.

Якщо оратор апелює до позитивних рис, тоді цей аргумент постає як різновид аргументу до авторитету. Загальну схему його застосування можна представити таким чином:

Х є хорошею людиною. Отже, її аргумент слід прийняти.

Власне аргументом до особи вважається все ж таки посилення на реальні або уявні недоліки інших людей. За допомогою такого аргументу опонент постає в кумедному вигляді або як ненадійна людина, якій не можна довіряти. Загальну схему застосування аргументу до особи можна представити таким чином:

Х є поганою людиною. Отже, її аргумент не слід приймати.

Аргумент до особи має багато різноманітних форм: Х неправдива людина; Х нерозважлива людина; Х не може реально оцінити ситуацію; Х

має низькі моральні стандарти; Х некомпетентна людина; Х належить до групи людей, які займають упереджену позицію, не дотримуються моральних принципів тощо. Крім того, аргументом до особи може виступати твердження про непослідовність співрозмовника, коли людина говорить одне, а сама робить інше. В таких випадках оратор здійснює «атаку на особу» іншої людини з метою дискредитації її положень.

Аргумент до особи здебільшого використовують при критиці тверджень інших людей. Оратор у своїй промові намагається продемонструвати, що певні думки не є переконливими, оскільки людям, які їх наводили, не можна довіряти. Взагалі будь-яка риса людини може стати об'єктом аргументів до етосу. Однак ефективними вважаються такі аргументи, за допомогою яких оратору вдається переконати аудиторію в прийнятності чи неприйнятності певних положень.

Аргументи до пафосу – це твердження, які апелюють до почуттів.

Вони спрямовані на те, щоб викликати в аудиторії такі почуття, які б сприяли прийняттю слухачами тез оратора. Ставка виключно на логос не завжди приносить бажаний ефект. Наведемо приклад.

«Чудового травневого ранку Енді Гіббенс йшов нью-йоркським Центральним парком на співбесіду щодо майбутньої роботи. Він був настільки стурбований своїм майбутнім, що не помічав навколишню красу: молодого листя на деревах, сонячних променів, які віддзеркалювались від озера. Раптом його увагу привернув жебрак, поряд з яким стояв плакат: «Я СЛІПІЙ». Ця мольба явно не хвилювала жителів міста й туристів, які квапливо проходили повз. На якусь мить Енді подумав про те, чого позбавлена ця людина такого чудового дня, і підійшов до жебрака.

– Я не можу дати вам грошей, – пояснив Енді, – оскільки сам кілька місяців без роботи. Але, якщо ви не проти, я можу допомогти вам іншим способом. Я би хотів внести деякі зміни у ваше прохання по допомогу.

Здивований жебрак деякий час вагався, а потім сказав:

– Робіть, що хочете. Але мушу вам сказати, що навряд чи знайдуться слова, які здатні викликати співчуття у жителів цього міста до чергового жебрака.

Енді дописав кілька слів на плакаті й пішов. Через кілька годин він повертався і з задоволенням відмітив, що новий плакат довів свою ефективність у розкритті сердець і гаманців перехожих.

– Справи у вас пішли значно краще, – сказав Енді жебраку.

– Точно, – відповів той, а потім, упізнавши голос, запитав: Що ви зробили з моїм плакатом?

– Я лише додав кілька слів, – пояснив Енді. – Тепер там написано: «Я СЛІПІЙ, А НА ВУЛИЦІ ВЕСНА»

Більшість аргументів до пафосу теж належать до групи *argumentum ad hominem*. Поширеними серед них є:

- аргумент до вигоди;
- аргумент до пихи;

- аргумент до жалю;
- аргумент до сили;
- аргумент до публіки.

Аргумент до вигоди (лат. *argumentum ad utili*) – це твердження, що стимулюють усвідомлення аудиторією своїх особистих інтересів у тій проблемі, яка обговорюється.

У сучасній практиці спілкування аргумент до вигоди найчастіше застосовується в рекламі.

Сила впливу подібних аргументів зумовлюється тим, що усвідомлення особистої зацікавленості в певній проблемі підвищує інтерес слухачів до ораторської промови. Для більшості людей найголовнішою людиною в житті є вони самі. Тому оратору потрібно подбати про те, щоб слухачі могли в його промові знайти відповідь на запитання: «Навіщо це мені?».

Аргумент до пихи (лат. *Captatio benevolentiae*) – це твердження, що підкреслюють певні якості співрозмовників, розхвалюють їх.

Оратор розраховує на те, що під впливом компліментів інша людина стане більш поступливою, тому їй простіше буде нав'язати свою думку. Для того, аби похвала діяла, їй навіть не обов'язково бути точною. Тобто людина може усвідомлювати, що за допомогою компліментів підлесник намагається домогтися певної вигоди для себе, однак протистояти похвалі все одно дуже важко.

У процесі спілкування співрозмовники досить чутливі до компліментів. Вони здатні надавати людині позитивні емоції. Комплімент слід відрізнити від лестощів. Комплімент – це невелике перебільшення якоїсь чесноти, яку сама людина бажає бачити в собі. Мета компліменту полягає в тому, щоб принести задоволення аудиторії й запрограмувати її на прихильне сприйняття промови. Слухачі прихильно реагують на позитивні зауваження про них самих, про їхні досягнення, про їхню організацію тощо. Компліменти здебільшого слід застосовувати у вступі та в завершенні промови.

Аргумент до жалю (лат. *argumentum ad misericordiam*) – це твердження, які викликають співчуття до того, що виголошує оратор.

У подібних випадках посиляються на тяжкі обставини, скрутне становище для того, аби розжалобити аудиторію й домогтися від неї прийняття положень оратора. Найчастіше подібним аргументом користуються студенти на іспитах чи заліках, адвокати при захистах.

Аргумент до сили (лат. *argumentum ad baculum*) – це твердження, які вказують на неприємні для аудиторії наслідки в разі відмови від положень оратора.

При застосуванні цього аргументу навряд чи можна говорити про переконання, мова йде вже про примус. Психологами доведено, що такий спосіб є єдиноюразовим – мало хто захоче відчувати тиск удруге.

Аргумент до публіки (лат. *argumentum ad populum*) – це звернення до почуттів аудиторії з метою відвертання слухачів від об'єктивного розгляду певної проблеми та схиляння їх до рішення у потрібному оратору напрямі.

При цьому промовець намагається продемонструвати аудиторії, що він є ніби «своєю» людиною, яка дуже добре розуміє потреби слухачів. Подібний аргумент широко застосовується у політичних промовах, коли оратор безпосередньо звертається до присутніх, апелюючи не до їхнього розуму, а саме до почуттів. Цей прийом часто називають ще демагогією.

Якщо оратор може керувати емоційним станом слухачів, він здебільшого досягає своєї мети. При цьому він не обов'язково відкрито спирається на забобони аудиторії, йому достатньо підкреслити їхню значимість, а слухачі вже самі зв'яжуть їх з тими позиціями, які обговорюються.

Аргумент до публіки здебільшого виконує роль так званого «маневру, що відволікає увагу», адже заважає аудиторії зрозуміти, наскільки слабкими є аргументи до логосу в промові оратора.

Розглянуті вище різновиди аргументів є найбільш поширеними й, звичайно, не вичерпують усіх способів переконання. Загалом можна узагальнити:

Сильними, вагомими аргументами є закони, статuti, документи (зрозуміло, які діють, а не стали надбанням історії); точно встановлені і взаємопов'язані факти, судження, що впливають із них; експериментально перевірені та експертні висновки; статистична інформація; показання свідків й очевидців; цитати з публічних і письмових заяв, праць визнаних у даній галузі авторитетів; посилання на власний позитивний досвід, проекти, дії, що зарекомендували себе.

Слабкими аргументами є посилання, цитати, з висловів невідомих або маловідомих людей; доведення особистого характеру; тенденційно дібрані відступи, афоризми, вислови; доведення, версії або узагальнення на основі здогадок, припущень, неповних статистичних даних; доведення-міф.

Неспроможними аргументами є судження на основі підтасованих фактів; посилання на сумнівні, неперевірені джерела; рішення, які втратили силу, фіктивні документи; фальсифікація, неправдиві заяви; доведення, розраховані на забобони, невігластво. Аргументи на ґрунті марновірств (до них звертаються релігійні фанатики, актори, мандрівники та ін.); доведення на основі соціальних стереотипів, переваг (твердження типу «дуже молодий», «це не жіноча робота», «наш клієнт цього не зрозуміє»).

5. Логічні помилки

Важливе значення для оратора має знання та вміння користуватися правилами стосовно аргументації та критики. Більшість із них встановлені в межах логіки. Розглянемо основні правила та типові помилки, що можуть виникнути в процесах обґрунтування певних положень.

Залежно від структури аргументації/критики правила поділяють на три групи:

- 1) правила щодо тези;
- 2) правила щодо аргументів;
- 3) правила щодо форми.

Правило щодо тези: *теза повинна залишатись незмінною протягом усієї аргументації або критики.* Порухнення цього правила призводить до того, що оратор у своїй промові обґрунтовує положення, яке відрізняється від того, що було ним заявлене. Заміна однієї тези на іншу в процесі аргументації/критики може відбуватися навмисно й ненавмисно. Відповідно розрізняють такі помилки, що виникають у результаті порушення правила щодо тези: «підміна тези»; «втрата тези».

«Підміна тези» – це помилка, яка полягає у навмисній заміні оратором того положення, яке обґрунтовується в промові.

Як правило, така помилка виникає в тих випадках, коли людина відкрито не може довести заявлену тезу. Тоді вона намагається відволікти увагу аудиторії, пропонуючи положення, що ніби схоже із початковим, однак має інший смисл.

«Втрата тези» (лат. *ignoratio elenchi*) – це така помилка, яка полягає у ненавмисній заміні того положення, яке обґрунтовується в промові.

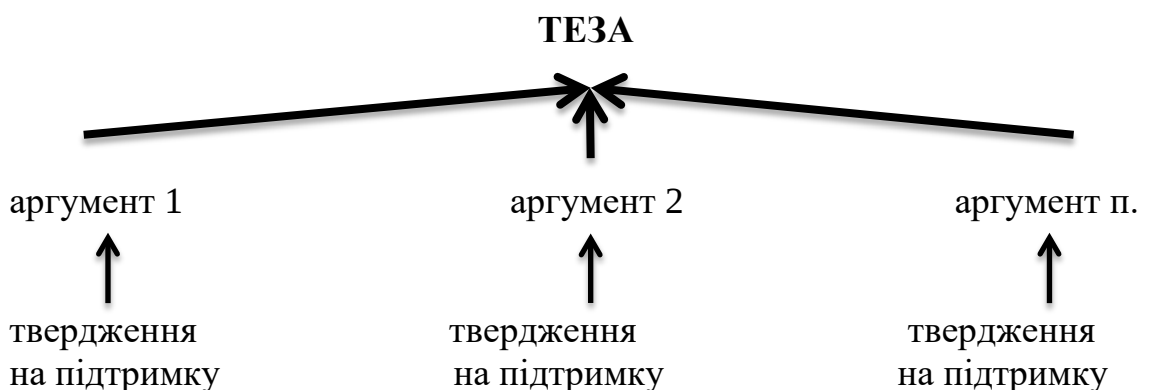
Вона виникає ніби випадково, незалежно від волі оратора. Тобто він сам не усвідомлює, що обґрунтовує не те положення, яке заявив у своїй промові, а лише подібне до нього.

Розглянемо тепер правила щодо аргументів.

Правило 1: *Аргументи повинні бути обґрунтованими твердженнями,* тобто співрозмовники повинні визнавати прийнятність застосовуваних аргументів. Тобто якщо хтось із учасників спілкування не визнає певне положення, тоді його не можна використовувати в якості аргументу для підтвердження тези.

Обґрунтування тези становить собою, як правило, багатоступеневий процес. Спочатку висуюють тезу, до якої підбирають аргументи. Далі вони виступають вже як похідні тези, до яких, у свою чергу, наводять твердження, які б їх обґрунтовували. Схематично цей процес виглядає таким чином:

Схема 1



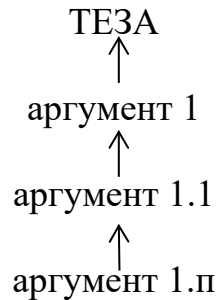
За такої побудови промови аргументи виявляються незалежними один від одного, проте всі підтримують тезу оратора. Кожний аргумент

розпочинає новий блок тексту, в якому мають бути наведені твердження на користь даного положення.

Між блоками повинен існувати зв'язок, який забезпечується використанням відповідних перехідних конструкцій.

Можливий інший «ланцюговий» варіант розташування аргументів, коли кожне наступне твердження підтримує попереднє:

Схема 2



Обидві схеми можуть комбінуватися в межах промови.

У випадку порушення цього правила виникає помилка, яка має загальну назву **«необґрунтований аргумент»**, що у свою чергу має кілька різновидів: «хибний аргумент»; «випередження основи»; «коло в обґрунтуванні».

«Хибний аргумент» (лат. *fallacia falsi medii*) – це така помилка, коли в якості аргументу використовується хибне твердження.

Однак оратор може й не знати про це. Тому при відборі аргументів слід бути дуже уважними й ретельно продумувати обґрунтування кожного твердження, що використовується як аргумент в ораторській промові.

«Випередження основи» (лат. *petitio principii*) – це така помилка, коли в якості аргументу використовується твердження, яке й не є наперед хибним, але саме потребує обґрунтування.

Тобто достовірність такого положення тільки припускається, однак не встановлюється з необхідністю.

«Коло в обґрунтуванні» (лат. *circulus vitiosus*) – це така помилка, коли для обґрунтування тези використовується аргумент, який, у свою чергу, випливає з цієї тези.

Наприклад: «Цього не може бути, тому що цього не може бути ніколи».

У даному випадку людина для підтвердження своєї тези використовує ту саму тезу, хоча й у дещо зміненому вигляді.

У сучасних комунікативних ситуаціях проблема виявлення кола в обґрунтуванні пов'язана з тим, що, як правило, воно виникає не при прямому співставленні аргументу та тези. Тобто між ними може бути кілька етапів аргументації, коли ланцюжок міркувань (схема 2) робить коло і повертається до вихідного твердження.

Правило 2: *Аргументи повинні бути достатніми для обґрунтування тези.* Поняття достатності є досить відносним, адже серед слухачів є люди, які більш схильні до прийняття аргументації, а є такі, які взагалі не готові до

сприйняття тих положень, що пропонує оратор. Тим не менш, хоча рівень достатності аргументації має індивідуальний характер для кожного слухача, можна виділити декілька загальних рис цієї достатності. Насамперед, одного аргументу, як правило, замало для обґрунтування тези. З іншого боку, оратору не слід прагнути й до якомога більшої кількості аргументів. У такому випадку може виникнути помилка, яка називається «надмірне обґрунтування».

«Надмірне обґрунтування» (лат. *argumentum nimium probans*) – це така помилка, коли людина, намагаючись навести якомога більше аргументів на користь своєї тези, непомітно для себе починає використовувати необґрунтовані, суперечливі, хибні аргументи. Кожен зайвий аргумент послаблює обґрунтування.

Правило 3: *Аргументи повинні відповідати тезі, яка обґрунтовується.* Суть цього правила полягає в тому, що оратор повинен для обґрунтування своєї тези наводити такі аргументи, які пов'язані з темою промови. Інакше може виникнути помилка, яка називається «безпідставний аргумент».

«Безпідставний аргумент» (лат. *argumentum externum*) – це така помилка, коли людина на підтримку своєї тези наводить довільні, неочевидні твердження.

Слід звернути увагу на те, що ступінь вимогливості до аргументів залежить від конкретних ситуацій спілкування. У науці ми більш вимогливі до певних положень, ніж, наприклад, у повсякденному житті.

3. Правило щодо форми аргументації має такий вигляд: відношення між аргументами і тезою повинно бути принаймні відношенням підтвердження. Суть цього положення полягає в тому, що між аргументами та тезою має існувати зв'язок, який відповідає правилам певних аргументативних схем.

Порушення правила щодо форми аргументації призводить до помилки, яка має загальну назву **«не підтверджує»**. Ця помилка має декілька різновидів:

- «від сказаного умовно до сказаного безумовно», яка характерна для симптоматичної аргументації; це така помилка, коли аргументами, прийнятними або за певних умов, або в певний час, або в певному місці, обґрунтовують тезу безумовного характеру.

- «після цього, отже, з цієї причини», яка характерна для причинної аргументації; це така помилка, коли послідовність у часі сприймається як така, що містить причинний зв'язок.

- «хибна аналогія», яка характерна для аналогічної аргументації; це така помилка, коли наявні обставини, що роблять порівняння неможливим.

Інколи інтуїтивної логіки або «логічного чуття» достатньо для того, щоб помітити логічні помилки в процесі аргументації. Чим більше людина аналізує різноманітні тексти, тим краще у неї розвивається «логічне чуття». Однак без спеціальних знань буває важко уникнути логічних помилок навіть

у повсякденному спілкуванні. Розвитку й вдосконаленню логічної культури оратору допоможе ретельне опанування курсу логіки.

6. Закінчення: типи його побудови

Остання завершальна частина промови дає можливість оратору посилити переконливість своїх думок, які було обґрунтовано в основній частині. Метою завершення є закріплення оратором висловлених положень у свідомості слухачів.

Найбільш уживаними є три використовувані ораторами прийоми.

1. Формулювання висновків полягає в тому, що оратор повертається до найважливіших пунктів головної частини. У таких випадках завершення промови покликане нагадати про них. Воно може розгортатися на:

- 1) предмет повідомлення;
- 2) структуру повідомлення:

Розгортання завершення на предмет промови передбачає підсумовування думок щодо нього. Для цього оратор повинний відібрати найбільш сильні суттєві положення головної частини. Визначальною є процедура розробки резюме. У завершеннях такого типу не рекомендується: вводити нові дані; занадто варіювати вихідні формулювання; відволікатися «цікавинками».

Розгортання завершення на структуру повідомлення передбачає огляд того, в якій послідовності подавалась інформація про предмет промови. Тобто оратор наголошує не на головних рисах самого предмета, а на головному в повідомленні про нього. Для цього характеризується загальна структура промови та окремі частини. Головною тут є процедура розробки анотації. У завершеннях такого типу не рекомендується: на ходу перебудовувати повідомлення; надавати рівного значення всім частинам; випускати мотиви переходу від однієї частини до іншої.

Формулювання висновків є досить поширеним способом завершення ораторських промов. Оратор ще раз наголошує на важливих думках свого виступу. При цьому доцільно перераховувати ті пункти, які повторюють, за допомогою конструкції:

По-перше... По-друге... По-третє...

2. Розгляд перспективи полягає в тому, що оратор окреслює гіпотетичний розвиток предмета промови. Для цього оратор може скористатися екстраполяцією:

- 1) часовою;
- 2) просторовою.

Завершення через часову екстраполяцію передбачає розгляд того, чим предмет буде завтра. Промова ґрунтується на загальній схемі: «чим був об'єкт учора – чим він є сьогодні – чим він буде завтра». Слід підкреслити, що така схема підходить до повідомлень майже на будь-яку тему.

Завершення через просторову екстраполяцію передбачає введення нових об'єктів для кращого засвоєння предмета промови. Ці об'єкти можуть бути подібними або контрастними до предмета промови.

Прикладом завершення через розгляд перспективи може бути промова Ф. Рузвельта, виголошена ним 6 січня 1942 року: *«Ніякий компроміс не завершить цей конфлікт. Ніколи не можна досягти задовільного компромісу між Добром і Злом. Тільки тотальна перемога може винагородити прихильників толерантності і пристойності, свободи і віри»*.

3. Апелювання полягає в тому, що оратор намагається емоційно завершити свою промову та вплинути на почуття аудиторії. Найчастіше використовується тоді, коли людина намагається сформувати у слухачів намір певним чином діяти. У завершеннях такого типу не рекомендується: надто підкреслювати дистанцію між оратором та аудиторією, характеризувати слухачів (особливо негативно), домагатися згоди аудиторії, протиставляти окремі групи слухачів між собою, примушувати аудиторію до відповідей на прямо поставлені запитання.

Вибір того чи іншого прийому завершення диктується конкретними умовами спілкування. Насамперед оратору слід зважити на мету промови. Для інформативних промов більше підходить завершення через формулювання висновків, а для переконуючих – розгляд перспективи (як правило, невтішної в разі відмови від певних дій) або апелювання. Крім того, тип завершення залежить і від способу подання матеріалу в головній частині. Для історичного способу викладу, наприклад, оптимальним буде завершення як розгляд перспективи.

Останні фрази завершення мають бути ретельно продумані оратором, адже вони сприяють закріпленню того враження, яке склалось в аудиторії під час всієї промови. В межах риторики встановлені певні загальні прийоми завершення, що підходять до промов на будь-яку тему:

- цитата;
- ілюстрація;
- подяка аудиторії, яка має вигляд розгорнутого компліменту. При виборі прийому завершення як подяки оратору не слід обмежуватися простою фразою: *«Дякую за увагу!»*. Потрібно конкретизувати комплімент аудиторії. Наприклад: *«На завершення я б хотів подякувати вам за те, що так уважно мене слухали і задавали цікаві запитання. Дуже приємно було з вами співпрацювати»*.

Загальна риса завершення – це стислість (так само, як і вступу).

Питання для самоконтролю:

1. Що таке диспозиція?
2. Якою є композиція промови?
3. Які існують прийоми встановлення контакту з аудиторією?
4. Які існують способи (моделі) викладу інформації в основній частині?
5. Що таке аргументація?
6. Які існують структурні елементи аргументації?
7. У чому суть термінів симптоматична, причинна та аналогічна види аргументації?

8. Критика і спростування хибності тези – тотожні поняття? Якою буває критика?
9. Які існують види аргументів в ораторській промові?
10. Якими є типові помилки оратора щодо обґрунтування певних положень?
11. Які виділяють правила щодо аргументів?
12. Які є варіанти (способи) оформлення заключної частини промови?

Лекція 6: Елокуція

ПЛАН

1. Поняття елокуції в риториці.
2. Критерії до словесного оформлення промови.
3. Поняття мовленнєвого впливу та принципи підвищення його ефективності.
4. Форми мовленнєвого впливу.
5. Причини неефективного мовленнєвого впливу.

Література: 1, 2, 3, 7, 8, 13, 14, 19, 20, 22, 24, 27, 29, 32, 33, 35

Поняття і терміни: елокуція, елокутивна робота, паралогіка, правильність, ясність, краса, доречність, точність, логічність, багатство мовлення, стислість промови, виразність, лексичні, граматичні, орфоепічні норми, мовленнєвий вплив, пряма форма мовленнєвого впливу, непряма форма мовленнєвого впливу.

1. Поняття елокуції в риториці

Елокуція (від лат. «elocutio» – «словесне вираження») – це розділ риторики, який вивчає виразність ораторської промови, її мовленнєве оформлення.

Етап мовного (вербального) вираження промови є органічним у мисленнєво-мовному русі від мотиву, ідеї, задуму, який стимулює думку, до формування самої думки у внутрішньому слові, а згодом у значеннях зовнішніх слів і, нарешті, у сказаних словах.

Домовленнєві етапи підготовки промови відображені у попередніх розділах риторики – інвенції та диспозиції.

Робота оратора над промовою на етапі елокуції, коли задіюються механізми розчленування початкового задуму, є однією з найскладніших. Тут здійснюється і вибір ритму, загальної структури фрази, вибір тропів і фігур мови, спеціальних риторичних прийомів, тих «квітів красномовства», які повинні не тільки пояснити, довести, але і захопити слухачів, пробудити їхні почуття, викликати у них естетичну насолоду від мови.

Загалом елокутивна робота, тобто «одягнення» змісту у точну мовну форму, залежатиме від призначення і теми виступу, ситуаційних умов, аудиторії слухачів і відбуватиметься відповідно до них з більшою або меншою мірою деталізації, увиразнення, образності чи узагальнення, абстрагування.

Л. І. Мацько виокремлює зміст елокутивної роботи як наявність найменування (називання) суб'єктів і об'єктів дій, ознак, обставин, відношень і залежностей та граматичне введення в пропозиційні структури суб'єктів та об'єктів, відношень і залежностей. На цьому етапі підготовки виступу оратор має подбати про те, щоб уникнути помилок (девіацій), пов'язаних з мовною компетенцією (спричинених його поганим знанням

мови), і помилок, пов'язаних з його низькою комунікативною компетенцією (невмінням говорити).

Предмет традиційної в класичній риторичній елокуції у сучасній лінгвістичній науці розділився на дві близькі і взаємопов'язані науки: стилістику як науку про стилістичну систему мови, про стиль, стилі і мовну поетику та риторичну науку як науку про ефективну мовну комунікацію і теорію фігур (колишня елоквенція) та види красномовства.

Те, що риторика довгий час в XX ст. була зневажена і вилучена з навчальних планів освітніх закладів, призвело до того, що зміст риторичної стали вводити до предмету стилістики, яка оформилася як самостійна навчальна дисципліна гуманітарного профілю у 60-х рр. XX ст. Так, вчення риторичної про фігури слова (тропи) і фігури думки (риторичні фігури) ввійшло окремим розділом у стилістику – тропи і стилістичні фігури. Але поступово вчення риторичної про стиль – як лад, склад («слог»), спосіб доцільного й ефективного мовлення – в стилістиці розширилося, розгалузилося відомостями про стилі усної і писемної форм мови, про стилі мови і мовлення, про функціональні стилі й підстили та їх жанрову диференціацію. І вже в такому функціональному описі вчення про стилі повернулося до сучасної риторичної.

Окрім стилістики, вивченням окремих підрозділів елокуції (вчення про стилі, риторичні фігури, тропи та ін.) у часи занепаду риторичної займалися в поетиці слова, теорії літератури.

Елокуція сформувала у своєму складі основні прийоми непрямого впливу на слухача – промовцеві пропонувався широкий вибір паралогічних можливостей, використовуючи які він досягав переконливості промови.

Пізніші дослідники риторичної ввели поняття «риторичної функції мови». **Риторична функція** розуміється як функція паралогічного використання мови для передачі інформації, яку не можна передати засобами логіки. Разом із диспозицією елокуція звертається до тих самих операцій із судженнями й поняттями: градація, зіставлення, виведення одного з іншого тощо. Тільки здійснювати такі операції диспозиція забороняла, а елокуція, навпаки, передбачала.

«Молода була вже немолода», – зауважили Ільф і Петров про наречену Остапа Бендера. Таке висловлювання є порушенням законів формальної логіки й одночасно прикладом тропа – одиницею паралогіки.

Паралогіка – ґрунт для побудови висловлювань, це «логіка навпаки», яка встановлює специфічні відношення між об'єктами суджень:

- будь-які об'єкти й у будь-якій кількості можуть бути зіставлені одне з одним або поставлені у відношення аналогії;
- об'єкти, що зіставляються, є взаємозамінними, при цьому кожна фігура задає свою модель кореляції.
- на основі метафоричного (фігурального) висловлювання, за Тезауро, покладено кмітливість – мислення, що ґрунтується на зближенні несхожого, поєднанні непок'єднуваного.

У сучасній риторичі розділ елокуції складається з двох частин: вчення про стилі і вчення про фігури як про принципи і засоби фігурального вираження думки у мові.

2. Критерії до словесного оформлення промови

Класична риторика, теоретики ораторського мистецтва найбільш прискіпливо ставилися до мовленнєвого оформлення промови, а тому маємо численні класифікації різноманітних риторичних засобів, що забезпечували не тільки впливовість, але й красу промови, розроблені критерії до словесного виразу промови:

- правильність;
- ясність;
- краса;
- доречність.

Перші три критерії можна розвести по модусах публічного виступу (дивись основні поняття риторики: етос, логос, пафос) таким чином:

- правильність пов'язана з етосом оратора (дійсно, чи може аудиторія довіряти людині, яка не володіє правилами певної мови?);
- ясність пов'язана з логосом;
- краса пов'язана з пафосом (інколи навіть вважають, що фігури як основні засоби виразності промови якраз і виражають доводи до пафосу).

Критерій доречності ніби виражає загальну настанову ораторської промови – вплив – й об'єднує в собі три перші риси. Окрім класичних критеріїв, є й інші, не менш важливими є стислість, точність, логічність, багатство.

Слід зазначити, що на сьогоднішній день поняття правильності майже повністю переведене в площину культури мовлення.

Правильність – це відповідність ораторської промови певним мовним нормам.

Більш докладно питання мовних норм висвітлюються у курсі української ділової мови, їх ґрунтовний розгляд, з одного боку, виходить за межі риторики, однак з іншого, згадується вислів Цицерона *«Вміти правильно говорити... це не заслуга, а не вміти – вже ганьба, тому що правильне мовлення, по-моєму, не стільки достоїнство (чеснота) вправного оратора, скільки властивість кожного громадянина»*.

Найпомітнішими, а тому й найважливішими в публічному мовленні можна назвати лексичні, граматичні, орфоепічні норми.

Лексичні норми передбачають розрізнення значень і семантичних відтінків слів, а також закономірності лексичної сполучуваності.

По-перше, лексичні помилки часто виникають внаслідок плутання слів близьких за звучанням.

Наприклад: *пам'ятник* – *пам'ятка*; *формува*ти – *формулюва*ти; *декораційний* – *декоративний*; *рятівник* – *рятувальник*; *заступник* – *замісник*; *посмішка* – *усмішка*; *талан* – *талант*; *громадський* – *громадянський*.

По-друге, лексичні помилки в українському мовленні можуть бути пов'язані з проблемою українсько-російської двомовності (явище інтерференції). Наприклад:

неправильно	правильно
вклонятися від обов'язків (рос. уклоняться)	ухилитися від обов'язків, укр. вклонятися = рос. кланяться
лишитися батьківських прав (рос. лишиться)	позбавити, відібрати батьківські права, укр. лишитися = рос. остаться;
мешкати з відповіддю (рос. мешкать)	зволікати, гаятися, баритися, укр. мешкати = рос. проживать, жить.

Російське «отношение» перекладається українською п'ятьма словами: відношення катета до гіпотенузи, взаємини між батьками, дружні стосунки, відносини між країнами, гарне ставлення.

А чи правильно ви говорите: відсутність-присутність людей; брак-наявність речей, явищ; укласти угоду; я рахую гроші, але я вважаю, що...; товарний облік, але моральне обличчя.

Лексичні помилки пов'язані також з неправильним (невиправданим) сполученням слів. Помилкою є тавтологічні сполучення: своя автобіографія, вільна вакансія, колеги по роботі, великий мегапростір.

Граматичні норми передбачають вибір правильної синтаксичної форми, правильного закінчення. Наприклад: ректор університету, командир полку, уривок з тексту, немає екзамену, зміна принципу, ремонт пароплава.

Слід пам'ятати, що в російській та українській мовах одні і ті ж слова можуть належати до різних родів: *чужий біль нікому не болить* (рос. чужая боль); *у дворі злий собака* (рос. злая собака), *в далеку путь* (рос. далекий путь).

Під впливом російського в українському мовленні поширені помилки, пов'язані зі вживанням прийменників. Наприклад: рос. *болеет гриппом* – укр. *хворіти на грип*; рос. *по происхождению украинец* – укр. *за походженням*; *з походження, родом українець* (останній варіант – найкращий).

Дотримуватися важливо й орфоепічних норм – норм наголошування та вимови. Запам'ятайте також: завдАння, навчАння, запитАння, видАння. Під впливом російської мови в українському мовленні з'являються помилки при вимові числівників 70, 80, 11, 14 (правильно: сімдесЯт, вісімдесЯт, одинАдцять, чотирнАдцять).

Негативно сприймається слухачами й неправильна вимова. Слід пам'ятати, що в українському мовленні майже відсутня якісна редукція (тобто, як пишемо, так і читаємо). Наприклад, «Галава Верховної Ради», «напереднікі», «галасувать» у значенні голосувати – так українською не говорять.

Психологи свідчать: порушення мовних норм, особливо грубі помилки у мовленні оратора, які, як кажуть, «ріжуть вухо», зменшують довіру слухачів до нього, тож виголошуючи варто пам'ятати про це.

Але говорити правильно ще не означає говорити гарно, для гарного мовлення, зазначає український мовознавець Н. Бабич, необхідне й уміння відібрати в конкретній ситуації спілкування найбільш доречний, стилістично й експресивно виправданий варіант літературної норми.

Ясність. При публічному виступі оратор повинен прагнути до того, щоб промова була доступна і зрозуміла слухачам. Здебільшого ясність є результатом вдалої роботи оратора на етапі інвенції, коли він для себе зрозумів сутність певного предмета.

Вимога ясності є також головним правилом процесів аргументації й критики. А саме: теза й аргументи повинні бути сформульовані чітко та ясно. Суть його полягає в тому, що оратор:

- по-перше, може уточнити у разі необхідності всі терміни, які використовуються в тезі або аргументах. Особливо це стосується багатозначних мовних виразів, іншомовних виразів та виразів, які не мають чіткого загальнозживаного значення;

- по-друге, може уточнити певні характеристики аргументів. Тобто встановити, про яку кількість предметів йдеться (весь клас, частину чи окремий предмет); чи стверджуються в них можливі, необхідні чи випадкові властивості; чи виражають вони знання чи думку; чи стосуються вони теперішнього, минулого чи майбутнього стану справ; чи спираються на норми обов'язкового, дозволеного чи забороненого характеру; чи є аргументи істинними (достовірними) твердженнями, чи правдоподібними.

Краса – це здатність промови досягати естетичного ефекту.

В історії риторики існували думки про те, що краса промови є самоцінною категорією. Сама риторика в такому разі зводилась до «мистецтва прикрашання». Для цього створювались та вдосконалювались системи різноманітних засобів прикрашання, тобто риторичних фігур. У середньовічних риториках кількість фігур перевищувала 200. На сьогоднішній день треба відзначити, що завданням елокуції як розділу риторики не є самоцінна розробка засобів виразності. Використання фігур для виклику естетичних переживань характеризує насамперед художні тексти.

Метою ораторської промови є переконання аудиторії, тому вибір засобів виразності повинен підпорядковувати саме цьому. Застосування фігур в ораторській практиці покликане привертати увагу слухачів. Виразна промова примушує аудиторію уважніше слідкувати за тим, що говорить оратор.

Доречність у мовленні організовує його точність, логічність, чистоту, вимагає такого добору мовних засобів, що відповідають меті й умовам промови. Доречне мовлення відповідає темі висловлювання, його логічному змісту, емоційному забарвленню. Доречне мовлення обов'язково вимагає

врахування законів моделювання аудиторією, форм (усної чи писемної) мови. Передумови доречності мовлення:

1. Усвідомлення необхідності доречності мовлення.
2. Володіння культурою мовлення і спілкування.
3. Високий рівень вихованості людини.
4. Досконале знання мови, її функцій, форм і різновидів.

Засоби для досягнення мети спілкування і забезпечення його доречності досить різноманітні: монолог чи діалог, інтонація (заклична, спонукальна), риторичні запитання, різні види звертання, тональності тощо. Залежно від різних умов і мети спілкування доречність мовлення буває контекстуальною, ситуаційною, стильовою і психологічно обумовленою.

Контекстуальна доречність виявляється в єдності змісту і форми висловлювання. Контекст вимагає, щоб у ньому були гармонійно поєднані загальна тональність, слова, інтонація, структура речень. Щоб забезпечити контекстуальну доречність висловлювання, варто використовувати в усному мовленні неповні речення, звертання, інтонацію, у писемному – складні речення, вставні слова тощо. Контекстуальна доречність впливає і на порядок слів у реченні, а речень – у тексті.

Ситуаційна доречність мовлення залежить від ситуації спілкування. Саме цим зумовлено використання монологу, діалогу (полілогу), внутрішнього монологу, пошанної множини (називання на Ви), множини ввічливості, авторської множини, різних форм звертання (від інтимного до офіційного) тощо. Від ситуації залежать темп і тональність мовлення, добір слова, а в писемному – застосування схем, таблиць, графіків.

Важливою є *стильова доречність*. Кожен стиль будується на виборі мовних засобів, їх співвідносності, з якими Ви знайомитеся у курсі «ДУМ». Так, для наукового стилю доречне використання, термінів, а для офіційно-ділового – ділової лексики.

Доречність мовлення тісно пов'язана з його правильністю, логічністю, точністю, багатством тощо.

Точність мовлення пов'язана з умінням ясно мислити («Хто ясно мислить – ясно викладає»), зі знанням предмета мовлення, зі знанням точних значень слів. Точність мовлення – це суворі відповідності слів тим предметам, явищам дійсності, які вони позначають. Точність мовлення залежить й від позамовних факторів.

Реалізується точність передусім лексичними ресурсами мови, в першу чергу, за допомогою синонімів. Синоніми – слова близькі за лексичним значенням, але відмінні відтінками цього значення або емоційно-експресивними чи стилістичними можливостями. Аби точно передати думку слід добирати найбільш точні слова з синонімічних рядів, враховуючи предметно-понятійну, емоційно-експресивну відповідність слова предмету (явищу). Наприклад, слід розуміти, відчувати, як треба сказати: *відомий* письменник чи *славетний* письменник; *естрадний* співак чи *зірка естради*; *іrraціонально* чи *безглуздо*; *йти* чи *сунути*, *лізти*, *волочити* ноги; *радіація* чи

невидима смерть; нерозумний чи дурень; бандит чи правопорушник; шпигун чи розвідник; сумувати чи побиватися; недостойний чи негідний; розсердитися чи розгніватися.

Дуже важливою є вимога точності в науковому мовленні: тут вона пов'язана з точністю вживання термінів. В процесі викладу наукового матеріалу оратору варто переконатись (перевірити) чи однаково він та його слухачі розуміють використані ним терміни, (можливо аудиторії варто спочатку пояснити значення, суть даних термінів, понять). Загалом, слід пам'ятати, що не варто наукову доповідь перенасичувати складними поняттями, термінами, формулами.

Логічність мовлення проявляється на рівні висловлювання (речення) та на рівні тексту.

Логічність – одне з найважливіших якостей мовлення, що відбиває співвідношення мови і мислення і виявляє вміння мовця правильно викласти власні думки і побудувати зв'язний текст. Це невід'ємна якість будь-якого розгорнутого висловлювання, однак для риторичного виступу вона є обов'язковою. Якщо в невимушеній бесіді мовець часом дозволяє собі погрішити проти логіки і не завжди чітко структурує свою промову, то, наприклад, в політичній дискусії або судових дебатах він зобов'язаний бути максимально послідовним і логічно бездоганим.

Мова вважається логічною, якщо вона відповідає таким вимогам:

- доказовість, тобто опора на певну систему аргументів. Мова, особливо публічна, в якій немає чіткої системи доказів і фактів, не може викликати у співрозмовника довіри і справляє враження голослівною;

- послідовність – правильне розгортання висловлювання, наприклад від часткового до загального, від малого до більшого, від простого до складного, від відомого до невідомого і т.д. Послідовність оратора особистісна й у структурі промови викликає довіру слухачів;

- несуперечність, або відповідність предмета міркування основним законам логіки (тотожності, протиріччя, виключеного третього, достатньої підстави). Порухення логічних законів і ланцюжків побудови тексту також сприймається слухачами як показник низької комунікативної культури та відсутності навичок публічної промови. Іронічне сприйняття порушень законів логіки відображено в приказках: «У городі – бузина, в Києві – дядько»; «Почав за здоров'є, закінчив за упокій».

Тільки при дотриманні названих вимог оратор прийде до правильних висновків, і, навпаки, всяке порушення їх веде до помилкових висновків.

Безумовно, працюючи над промовою, оратор у ряді випадків може діяти інтуїтивно, знаходячи вдалий риторичне хід або прийом у промові неначе раптово, несвідомо. В історії науки і мистецтва зустрічається безліч прикладів раптового осяяння, коли прийнятий логічний шлях мислення, здавалося, заводив у глухий кут. Досить згадати легенди про відкриття закону всесвітнього тяжіння Ньютоном. Однак такі «осіяння» не відбуваються самі собою. Вони завжди є результатом тривалої підсвідомо-

інтуїтивної роботи мислення, яка може раптово перейти в свідомість. Подібно до будь-якого виду наукового або художньої творчості робота оратора в період підготовки промови включає, як зауважив колись американський винахідник і вчений Томас Едісон, 99% «потіння», тобто свідомої роботи з осмислення і логічної організації матеріалу, і 1% натхнення, або інтуїтивного «осіяння», яке нерідко якраз і визначає оригінальність мови.

Для того щоб уникнути логічних помилок і правильно будувати висловлювання, необхідно пам'ятати про основні закони логіки, які детально розглядалися у темі «Диспозиція».

Умовою, що забезпечує **багатство** мовлення є активний запас мовних засобів, тобто великий словниковий запас, запас моделей словосполучень та речень, запас типових інтонацій. Мовлення тим багатше, чим рідше повторюються в ньому одні й ті ж знаки (слова); мовлення тим багатше, чим різноманітніше воно за своєю структурою.

Багатство мовлення можна виміряти кількісно: кількість слів, що їх вжив у своїх творах С. Єсенін, – понад 18 тисяч, Сервантес – понад 17 тисяч, Шекспір – близько 15-20 тисяч, Гоголь – 10 тисяч слів тощо. Проте йдеться передусім про якість слововживань.

Урізноманітнюється мовлення використанням синонімів, заміною однієї частини мови іншою (дієслова – віддієслівним іменником), заміною слова на фразеологізм тощо.

Наприклад: *набути досвіду, стати досвідченим, досвідчена людина, пуд солі з'їсти*.

Урізноманітнювати слід і сполучні засоби: *і – та – й, але – та, щоб – аби, який – що, тоді як – у той час як, тому що – через те що, оскільки, позаяк*.

Багатство словникового запасу важливе для оратора й тому, що дає можливість уникнути штампів, які стандартизують мовлення, роблять його безбарвним, сухим, мертвим.

Приклади штампів (канцеляризмів): *у справі підвищення, з боку керівництва, з боку держави, втілити в життя, прискореними темпами, забезпечити належний порядок, фактор часу, враховуючи вищесказане*. І. П. Котляревський висміює канцелярську мову (канцелярит) у «Наталці-Полтавці», де один із персонажів, Тетерваковський, навіть освідчується Наталці канцеляризмами.

У книзі «Мова – явище космічне» Павло Мовчан причиною розповсюдження «канцеляриту» вважає хворобу тоталітарного режиму: страх сказати не те, що треба, не так, як потрібно. Саме тому й були тексти періоду радянського застою сухими, нецікавими, а відтак складними для сприйняття. Приклад: *«Необхідне істотне підвищення дієвості системи й механізму розповсюдження художніх цінностей, забезпечення більш широкого доступу народу до творів літератури та мистецтва, більш оперативне засвоєння ним естетичного багатства суспільства»* (з газети). Така канцелярська мова

свідчить, за словами П. Мовчана, *«про атрофованість свідомості, не спроможної до створення життєздатних мовних контекстів»*.

Значення **стислості** промов відзначено ще Лісієм. Можливо, слід зменшити кількість аргументів – відкиньте слабкі, ненадійні аргументи, велика кількість доказів втомлює і викликає недовіру. Пам'ятаймо мудру настанову наших предків: *«Вчись коротко говорити, зумій море в глек вмістити»*.

Виразність у мовленні досягається використанням спеціальних риторичних засобів. Власне, описом, класифікацією чисельних засобів виразності і займалась елокуція. Пам'ятаємо, елокуція дає відповідь на третє послідовне запитання в процесі підготовки промови: як сказати? І відповідь на це запитання не лише «красиво сказати». Хоча це досить важливо (Квінтіліан твердив, що краса промови сприяє успіху: ті, хто охоче слухають, легше розуміють, скоріше вірять). Краса мовлення підпорядковується головній функції ораторського мовлення – впливу на аудиторію, переконанню аудиторії.

3. Поняття мовленнєвого впливу та принципи підвищення його ефективності

Про мовленнєві можливості впливу на свідомість людини почали активно говорити науковці на початку ХХ ст., дослідженням цього питання займалися представники різних галузей: лінгвістики, психології, журналістики, літературознавства (поетика), філософії мови. Зокрема, у журналістиці поняття впливу часто ототожнюють з маніпулюванням, яке у своєму лексичному значенні вже передбачає прихованість впливу. А отже, є і відкриті способи впливу.

У сучасних риторичних дослідженнях використовуються і різні поняття на позначення діяльності впливу мовленнєвими засобами: мовленнєві тактики, мовленнєві види впливу, форми мовленнєвого впливу.

Мовний вплив – це вплив на співрозмовника в процесі спілкування за допомогою різних прийомів з метою змінити його погляди і думки або спонукати до якихось дій. Мовний вплив можна розуміти також як управління людською поведінкою, вироблене за допомогою мови і невербальних засобів спілкування.

У діалозі відбувається взаємний вплив учасників спілкування. Якщо ж спілкування має форму монологу, то вплив мовця на слухача має більш явний характер, ніж вплив слухача на оратора.

О.С. Іссерс так характеризує об'єкт і суб'єкт мовного впливу: бути суб'єктом мовного впливу – значить регулювати інтелектуальну і фізичну діяльність свого співрозмовника за допомогою мови; бути об'єктом мовного впливу – значить відчувати вплив інших, здійснюється у словесній формі.

Фактично всі акти комунікації здійснюються для провадження певного мовного впливу на адресата. Будь-яка, навіть неформальна, розмова передбачає певний «акт здійснення влади» над іншою людиною. Більш сильний співрозмовник (більше вміло скористається можливостями мови)

виявляється провідним у спілкуванні і з допомогою мовних засобів може проявляти свою владу. Однак і адресат може активно відстоювати свою позицію.

Для підвищення ефективності мовного впливу необхідно мати на увазі три основних принципи.

1. Принцип доступності, який пов'язаний з необхідністю враховувати культурно-освітній рівень слухачів (співрозмовників), їх життєвий і професійний досвід.

2. Принцип експресивності, що вимагає використання засобів виразності (тону та гучності мови, інтонації, риторичних тропів і фігур, міміки, жестів).

3. Принцип асоціативності, що передбачає звернення до асоціацій слухачів.

4. Форми мовленнєвого впливу

Укладач підручника з риторики Н. А. Колотілова розрізняє пряму форму мовленнєвого впливу і непряму форму мовленнєвого впливу.

У сучасній лінгвістиці та філософії мови розрізнення між ними виражається у виборі прямих чи непрямих мовленнєвих актів.

Вибір прямої чи непрямой форми впливу передбачає врахування двох основних проблем: проблеми щирості та проблеми ефективності висловлювання.

Пряма форма мовленнєвого впливу – це таке використання оратором мовних одиниць, коли він має на увазі лише їх буквально значення, лише те, що він говорить.

Пряма форма мовленнєвого впливу є відкритою тактикою. Користуючись нею, оратор безпосередньо повідомляє аудиторії те, що він має на увазі. Відповідно, така форма впливу є точною, послідовною й узгоджується із критерієм щирості. З іншого боку, слід мати на увазі, що зв'язок між словом і предметом є довільним.

Для аудиторії сприйняття подібної мовленнєвої форми не викликає особливих утруднень. Слухачам не доводиться вгадувати те, що мав на увазі оратор, і думати, чи вірно вони зрозуміли його. Основа прямої форми в її незмінюваності, відсутності варіації.

Використання прямої форми мовленнєвого впливу передбачає ієрархічно структуровану комунікацію. При цьому більш високий рівень ієрархії займає оратор. Саме за таких умов він може розраховувати на ефективність своєї промови, яка забезпечується здебільшого конвенційним характером ситуації спілкування. Як правило, для кожної ситуації існує одна пряма форма мовленнєвого впливу. Подібну модель взаємодії оратора й аудиторії називають вертикальною.

Непряма форма мовленнєвого впливу – це такий вибір оратором мовних одиниць, при якому він має на увазі не тільки те, що він говорить, а й щось більше.

Аудиторії пропонується самій встановити, що криється в цьому «більше, ніж буквально значення». Непряма форма мовленнєвого впливу є прихованою тактикою. Оратор «каже не те, що він каже», тобто відкрито не проголошує аудиторії, що він має на увазі.

Відповідно, така форма впливу не узгоджується із критерієм щирості, при цьому це зовсім не означає, що оратор говорить неправду. Він свідомо обирає такі способи виразу, які в принципі дають можливість аудиторії сприйняти те значення промови, що приховане за непрямою формою. Тому інтерпретація непрямой форми комунікації передбачає додаткові зусилля з боку слухачів. При такій формі мовного впливу є високий рівень небезпеки того, що аудиторія зрозуміє оратора не так, як йому б хотілося.

Непряма форма мовленнєвого впливу задає, по суті, множинність способів сприйняття промови. У такий спосіб слухач приєднує до виголошеного оратором того змісту, що є актуальним для самого слухача. Ефективність непрямой комунікації якраз і виявляється в цій свободі аудиторії. Подібну модель взаємодії оратора зі слухачами називають горизонтальною.

Непряма форма впливу забезпечується використанням у промові певних засобів виразності, якими є риторичні фігури. З іншого боку, як зазначалося вище, риторичні фігури створюють красу промови.

5. Причини неефективного мовленнєвого впливу

Ефективність мовного впливу залежить від багатьох мовних, психологічних та соціальних факторів, без урахування яких неможливе досягнення цілей, поставлених комунікантами. Вона може знижуватися через допущення помилок у спілкуванні, а також через так звані комунікативні перешкоди, які можуть носити як лінгвістичний характер (наприклад, використання слів, що не зрозумілих співрозмовника), так і нелінгвістичний (наприклад, сторонні звуки або які-небудь відволікаючі дії, супутні спілкуванню).

Квінтіліан одним із перших дає класифікацію причин, що викликають сміх чи посмішку:

1. Вишуканість мовлення, що не відповідає темі.
2. Граціозність у вираженні думки, не адекватна ситуації (*Приклад: «Кулінарний технікум запрошує людей для навчання за спеціальностями: менеджер перших страв, дилер супів, спеціаліст із маркетингу компоту, дизайнер бутербродів...»*)
3. Пікантність (*Жінка – як калькулятор: додає проблеми, віднімає час, помножує витрати й ділить майно*).
4. Дотепність (*Приклад: Економіст – людина, яка знає про гроші більше, ніж той, у кого вони є*).
5. Добродушне кепкування (*Приклад: Естонці люблять у зоопарку спостерігати, як на гілках дерев бешикетують лівнівці*).

Не варто забувати і те, що всі ці пункти невдач можна обернути на свою користь у разі доречності. Відсутність ефективного мовного впливу

може бути пов'язана і з комунікативними невдачами, при яких висловлювання мовця не до кінця зрозуміле або зовсім не зрозуміле тим, хто слухає, тобто комунікативний намір того, хто говорить, здійснюється не повністю. Причини таких комунікативних невдач можуть бути пов'язані з відмінностями в картинах світу і осмисленні дійсності, з порушенням умов, що вимагають правильного вибору місця і часу комунікації, з поганим каналом зв'язку, використанням багатозначних мовних засобів, невірними прагматичними установками. Подібні фактори ведуть до нерозуміння або нерозуміння, що призводить до невірної інтерпретації ораторського висловлювання.

Комунікативні невдачі можна поділити на кілька основних груп:

1) **технічні**, пов'язані з недоліками каналу зв'язку, коли сказане не вдається як слід розчути (наприклад, при погано працюючому мікрофоні, неякісній телефонній зв'язку, при розмові з людиною, що має дефекти мови, при спілкуванні з маленькими дітьми);

2) **культурологічні** (соціокультурні), пов'язані з недостатнім знанням іноземцем або білінгвом (людина, що використовує у повсякденному спілкуванні дві мови) культурних феноменів, само собою зрозумілих для носіїв будь-якої мови

Наприклад: *«І куди йдемо, Сусанін? – Ти що, прізвище моє забув?»*; *«А він у нас справжній Кобзар! – Чому? Він зовсім не вміє грати на кобзі!»* – використані знайомі для української культури мовні звороти, є невідомими для представника іншої культури;

3) **психологічні** (психосоціальні), пов'язані з різними психологічними відмінностями співрозмовників, їх установками, прихованими бажаннями або думками, які ними володіють під час розмови.

Наприклад: *«Сьогодні сильний мороз? – Вже 10:00»*; *«Ніяк не розгладжується складка ... Голова болить ... – А ти можеш її пропрасувати через мокру ганчірку»*;

4) **власне мовні**:

а) **нерозрізнення значень паронімів**

Наприклад: *«Це дуже ефектний хід. – Не бачу нічого ефектного. Просто він результативний. – Ну так, я це і хотіла сказати. – Тоді він ефективний, а не ефектний»*;

б) **нерозрізнення відтінків значень синонімів** або слів однієї тематичної групи.

Наприклад: *«Проконсультуйся у свого друга. – Ти маєш на увазі Сашу? Він не друг, а просто приятель»*; *«Покажіть мені це кільце. – У нас кільце взагалі немає! – А це що?! – Це перстні!»*;

в) **неврахування можливої багатозначності слів або омонімій**.

Наприклад: *«Її аспірантка нарешті отримала відгук. Каже, зауваження приватні. Але вона відгук ще не роздрукувала. – Як же вона може знати зауваження, якщо навіть конверт ще не роздрукувала?! – Вона ж його отримала по електронній пошті і ще не надрукувала!»*;

г) недоречні семантичні звороти.

Наприклад: *«Батько дівчисько зовсім заточив ... – Так куди ж можна заточити сучасну старшокласницю? – Ну, як: все точить і точить, бурчить і бурчить ...»;*

д) неоднозначність форм слів і конструкцій.

Наприклад: *«За що він [собака] його вкусив? – За ногу. – Тьфу, не розумієш, чи що? дразнив він його чи може на хвіст наступив?»*

Зрозуміло, що вище перераховані тільки найбільш поширені різновиди комунікативних невдач, існують і інші. Крім того, можливі комунікативні невдачі, засновані на декількох перерахованих факторах.

Питання для самоконтролю:

1. Поняття елокуції в риториці.
2. У чому сутність елокутивної роботи?
3. Які наявні критерії до словесного оформлення промови?
4. Що означає поняття мовленнєвого впливу?
5. Які є принципи підвищення його ефективності?
6. Які існують форми мовленнєвого впливу?
7. Які є найпоширеніші причини неефективного мовленнєвого впливу?

Лекція 7: Елоквенція

ПЛАН

1. Риторичні фігури.
2. Тропи.

Література: 1, 2, 3, 7, 8, 13, 14, 23, 24, 34, 36, 38-40

Поняття і терміни: *риторичні фігури, риторичне звертання, риторичне запитання, риторичний вигук, риторичне заперечення, фігури скорочення, фігури додавання, фігури розташування, замовчування, асиндетон, еліпс, літота, анафора, епіфора, гомеотелевтон, кіклос, хіазм, гіпербола, інверсія, паратеза, парцеляція, тропи, метафора, метонімія, синекдоха, порівняння, епітет, алегорія, персоніфікація, іронія, пародія, алогізм, перифраз, антономазія, парадокс.*

1. Риторичні фігури

Риторичні фігури ще з часів Античності прийнято поділяти на дві великі групи: власне фігури і тропи.

В основі поділу Н. А. Колотілова покладає мінімальний об'єкт перетворення, зміни. У фігурах об'єктом зміни є речення або більша одиниця промови. У тропях об'єктом зміни є слово або словосполучення.

Найчастіше риторичні фігури й тропи визначаються як відхилення від звичайного способу виразу, встановленого нормами певної мови. Однак таке визначення навряд чи можна вважати прийнятним, оскільки тоді дуже важко розрізнити «риторичність» мови й «псування» мови. Тому подібне визначення варто уточнити таким чином: риторичні фігури становлять собою відхилення від стандартів з метою досягнення естетичного ефекту.

Риторичні фігури й тропи розглядатимемо насамперед як засоби виразності, які покликані, з одного боку, продемонструвати почуття промовця, а з іншого – викликати потрібні почуття в аудиторії.

Риторичні фігури (лат. «figura» – образ, вид) – це такі прийоми виразності, які реалізуються на рівні речення чи одиниці, більшій за речення, який застосовується для підсилення виразності виступу, впливу на почуття слухачів.

Найбільш поширеними фігурами є риторичне запитання, риторичне ствердження, риторичне заперечення, риторичне звертання, риторичні оклики.

Риторичне запитання – це висловлювання у вигляді запитання, яке не потребує відповіді на відміну від звичайного.

Воно використовується оратором здебільшого в усних промовах для підкреслення незвичайності ситуації, накалу почуттів, привертання уваги слухачів до певного предмета. Як правило, риторичні запитання ставлять у двох випадках:

По-перше, коли відповідь очевидна, відома аудиторії. Оратору потрібно тільки її актуалізувати для сприйняття слухачами.

Наприклад: *«Ви не змусите людину бути культурною, якщо не пробудите в неї потребу до культури. Чи стане вона їсти, якщо не голодна? Чи буде шукати, де тепліше, якщо їй не холодно? Або чи захоче вона якихось змін, якщо вона всім задоволена?»*.

По-друге, коли відповідь на запитання ніхто не знає або її взагалі не існує. Оратору потрібно підкреслити незвичайність певної ситуації.

Наприклад: *«Хто винен? Що робити?»* тощо.

Риторичні звертання – це звертання до абстрактних понять, неживих предметів або відсутніх людей як до присутніх: *«Благословенна будь, моя незаймана дівице Десно... Далека красо моя! Щасливий я, що народився на твоєму березі»* (О. Довженко).

«Чого являєшся мені

У сні?

Чого звертаєш ти до мене

Чудові очі ті ясні,

Сумні,

Немов криниці дно студене?

Чому уста твої німі?» (І. Франко)

Риторичні вигуки вживають як засіб заклику, вияву захоплення, радості.

Наприклад: *«Борітеся — поборете, Вам Бог помагає! За вас правда, за вас слава І воля святая!»* (Т.Г. Шевченко).

Риторичні заперечення мають форму відповіді на вірогідне припущення, думку уявного співрозмовника.

Наприклад: *«Ні, друже мій, не та родина! Сучасна пісня – не перина»* (І. Франко).

Риторичні ствердження – фігури, які підкреслюють незаперечність сказаного автором.

Наприклад: *«Так! Я буду крізь сльози сміятись»* (Леся Українка)

Як зазначалось вище, фігур існує дуже багато. Однак їх можна звести в цілому до такого прийому, який називається «синтаксичне перетворення».

«Синтаксичне перетворення» – це такий прийом, суть якого полягає у виборі потрібного оратору порядку слів у реченнях.

Так, наприклад, вибір тієї чи іншої форми призводить до того, що у слухачів складається різне уявлення про причинні відношення, про те, хто є агентом певних дій:

1) *«Поліція захопила демонстрантів»* і 2) *«Демонстранти були захоплені поліцією»*. Тут граматичні форми у прихованому вигляді, але вельми майстерно прямо вказують на різні контексти. У прикладі 1 поліція діє більш чи менш активно (поліція здійснила акцію, поліція вела наступ). У прикладі 2, навпаки, здається, мається на увазі, що демонстранти поводити

себе таким чином, що поліція була змушена вжити заходів (демонстранти діяли, демонстранти поводили себе зухвало).

Прийом синтаксичного перетворення реалізується через три групи фігур:

- фігури скорочення;
- фігури додавання;
- фігури розташування.

Фігури скорочення поділяють на: власне фігури скорочення і фігури зменшення.

Фігури скорочення – це риторичні фігури, суть яких полягає у пропущенні якихось елементів промови.

До них належать: замовчування, асиндетон, еліпсис тощо.

Замовчування (апосіопеза грец. *aposiopesis* – «мовчання») – це фігура при якій оратор свідомо не до кінця висловлює думку, розраховуючи на те, що слухачі самі здогадаються, про що він хотів повідомити.

У письмових промовах така фігура здебільшого виражається через три крапки і досить широко застосовується в заголовках.

Наприклад: *«Я б міг сказати вам всю правду, але...»*.

Асиндетон (грец. *asyndeton* – «безсполучення») – це фігура скорочення, що означає пропуск сполучників.

Прикладом може бути відоме висловлювання Г.Ю. Цезаря: *«Прийшов, побачив, переміг»* або М. Горького про новелу В. Стефаніка *«Новина»*: *«Як коротко, сильно і страшно пише ця людина»*.

Еліпсис (грец. *elleipsis* – «пропуск») – це фігура скорочення, що означає пропуск якогось члена речення, який можна відновити з контексту.

Досить часто в подібних конструкціях «випадає» присудок, хоча це можуть бути й інші члени речення.

Наприклад: *«Життя і смерть – у владі язика»*; *«Бліда, як смерть, безнадійно розбита і така сполум'яніла. Дивилась мить – і, здається, дивилась цілу вічність. З мукою»* (І. Багряний).

Фігури зменшення – це риторичні фігури, суть яких полягає у відсіканні від предмета якихось частин. До них належить насамперед літота.

Літота (грец. *Litotes* – «простота», «скромність») – це навмисне зменшення якості, значущості певного предмета, шляхом часткового чи повного її заперечення.

Наприклад: *«Тістечко таке маленьке, що нема чого їсти»*; *«Але ж яке ревіння безнастанне! Це описать – зламається перо»* (Л. Костенко).

Фігури додавання поділяють на: власне фігури додавання і фігури збільшення.

Фігури додавання – це риторичні фігури, суть яких полягає у повторі якихось елементів промови. До них належать: анафора, епіфора, гомеотелевтон, кіклос, хіазм тощо.

Анафора (грец. Anapherein – «нести вгору») – це фігура додавання, що полягає у повторі початкових частин суміжних речень. Розрізняють анафору лексичну, строфічну, синтаксичну, звукову.

Лексична: *«Без вітру не родить жито, Без вітру вода не шумить, Без мрії не можна жити, Не можна без мрії любити»* (М. Сом).

Строфічна: у вірші Б. Олійника «Мати сіяла сон» строфи починаються словосполученням *«Мати сіяла сон, льон, сніг, хміль»*.

Звукова: *«Любочці нашій складаю співаночку: Любонько, любь, любов'ю, любляночку»* (Любов Голота).

Синтаксична: *«А ти десь там, за даллю вечоровою, А ти десь там, за морем тишини»* (Ліна Костенко).

Крім того, анафора досить часто вживається у зверненнях оратора до аудиторії. У таких випадках краще застосовувати цей прийом тричі.

Наприклад: *«Шановні співвітчизники! Шановна громадо! Шановний народе!»*

Епіфора (грец. epiherein – «нести після») – це фігура додавання, що полягає у повторі кінцевих частин суміжних речень.

Наприклад: *«Усмішка твоя – єдина, Мука твоя – єдина, Очі твої – одні»* (В. Симоненко).

Гомеотелевтон (грец. homeo – нагадуючий і telos – закінчення) – це фігура додавання, що полягає у початковому римуванні, звуковому повторі окремих частин слів у реченні. На сьогоднішній день цей засіб виразності досить часто застосовують у рекламі.

Наприклад: *«Здорова мама – здорове й дитятко. Це знає й кенгурятко»* або: *«Я стала ще більше, і це так чудово! Ще 100 мл в мені безкоштовно!»*

Кіклос (грец. kuklos – коло) – це фігура додавання, що полягає у повторі початку й кінцівки речення.

Наприклад:

«Є щось вище за нас, я не знаю що, але воно є»

Хіазм (грец. chiasmus – «перехрещення») – це фігура додавання, що полягає у «хрестоподібному» поєднанні елементів речення. За умов такого поєднання один одному відповідають перший і четвертий елементи та другий і третій (як правило, третій член автоматично повертає до себе увагу, тому на нього робиться основний акцент).

Наприклад: *«Жити – чудово, а чудово жити – ще краще»*

Фігури збільшення – це риторичні фігури, суть яких полягає в наданні предмету тих елементів, яких він не містить. До них належить насамперед гіпербола.

Гіпербола (грец. Hyperbole – «кидання зверху») – це навмисне перебільшення якості, значущості певного предмета.

Наприклад: *«Я чув, як ваш син відповідав на іспиті: це була наукова симфонія!»*; *«Я піду за тобою на край світу»*.

Фігури розташування – це риторичні фігури, суть яких полягає у незвичайному розташуванні елементів промови.

До них належать: інверсія, паратеза, парцеляція тощо.

Інверсія (лат. *inversio* – перестановка) – це фігура розташування, що означає використання незвичайного порядку слів у реченні. Наприклад:

інверсія

На білу гречку впали роси,
Веселі бджоли відгули,
Замовкло поле стоголосе
В обіймах золотої мли

прямий порядок

Роси впали на білу гречку,
Веселі бджоли відгули,
Стоголосе поле замовкло
В обіймах золотої мли.

У такому разі перший і третій рядки втрачають ритміку (чотиристопний ямб), у них зникає рима, вірш загалом перестає «звучати». В оригіналі це звучання у строфі забезпечувала передусім інверсія.

Найчастіше у подібних конструкціях наперед виноситься те, на чому оратор акцентує увагу. Порівняйте, наприклад, такі висловлювання: «*На таку альтернативу ми ніколи не погодимось!*» і «*Ми ніколи не погодимось на таку альтернативу!*».

Паратеза (грец. *parathesis* – додаток) – це фігура розташування, що означає вставку в завершену синтаксичну структуру певних елементів для закріплення саме того значення, яке оратор бажає донести до аудиторії (додаткового повідомлення, роз'яснення або авторського оцінювання).

У ролі таких елементів можуть виступати інші речення, словосполучення, слова. Досить часто в завершену конструкцію вноситься риторичне запитання.

Наприклад: «*У США від сальмонели (це вам не куряча сліпота!) щорічно вмирає 4000 чоловік і хворіють близько 5 мільйонів*».

Ця стилістична фігура створює у читача відчуття взаємної довіри і розуміння.

Парцеляція (лат. *parcellatio* – поділ на частини) – це фігура розташування, що означає розчленування речення з винесенням за його межі тих елементів, які посилюють основну думку. В результаті членування одного речення, переважно складного або досить поширеного, виникає дві частини, з яких основна (більша) називається базовою, а менша – парцелятом. Стилiстичний акцент зосереджується саме на парцеляті.

Наприклад: «*Я утомився, бо життя безупинно і невблаганно іде на мене, як хвиля на берег. Не тільки власне, а й чуже*» (М. Коцюбинський).

Парцеляція є експресивним явищем усної мови. Її виникнення пояснюється тим, що в безпосередньому живому спілкуванні немає можливості все до слова наперед продумати. У процесі говоріння виникає потреба інтонаційно виділити окремі одиниці, розширити й уточнити їх допоміжною інформацією.

Наведений перелік риторичних фігур далеко не вичерпує їх розмаїття. Тим більше, що з розвитком мови з'являються нові фігури, деякі відходять у минуле, а деякі переживають «друге народження».

2. Тропи

Традиційні терміни «троп» (гр. *tropos* – зворот) і «фігура» (лат. *figura* – образ, вид) позначають такі мовні явища, які мають між собою спільне і відмінне.

Спільним є те, що ці явища є відхиленням від загальноприйнятих висловлень, які можна вважати нульовим ступенем, тобто відхилення, і є властиво фігуральності. Стосовно нульового ступеня, який називають нейтральним, і фігури, і тропи не є нейтральними. Вони є суб'єктивно-емоційними, це виражають у змісті, мають конкретного автора-мовця і одночасно є аксіологічними, бо містять певну оцінність, заради чого вони, власне, і утворюються. Зрештою, і тропи, і фігури – це певне переосмислення з різною мірою зміни семантики. Тому тривалий час терміном «фігури» називали і фігури, і тропи в тому розумінні, що і першим, і другим властива фігуральність (образність).

Розрізняють тропи і фігури за дивергентними (лат. *divergentia* – розходження) ознаками:

- тропи – це операція фігуральності (відхилення) одного чи двох слів (щоправда, на фоні контексту); тропи – малі;
- тропи – це зміна (перетворення) основного значення одного слова чи словосполучення;
- тропи – це зміна значення слова за законами логіки, шляхом аналогії;
- тропи – це варіації значень;
- фігури – це операція фігуральності цілих груп слів; фігури – великі;
- фігури – це зміна або спеціальна побудова цілих структур;
- фігури – це перетворення в межах законів синтаксису і самих законів синтаксису;
- фігури – це варіації структур.

Тропи – це прийоми виразності, що реалізуються на рівні слова чи словосполучення

У сучасній літературознавчій стилістиці, лексикології називають переважно три тропи: метафору, метонімію і синекдоху, що виникають в результаті семантико-функціонального переносу.

Основними спільними ознаками тропів є їх аналогічний характер і паралогічність, тому що перенос відбувається за аналогією, що є ніби логічною помилкою, але такою, яка відкриває нові риси явища і збагачує читача, новими знаннями.

Метафора – це найпоширеніший і найпродуктивніший у риторичній троп, а тому найвідоміший мовцям і найбільше досліджений мовознавцями.

Намагаючись дістатися до суті метафори, дослідити її природу і механізм такого продуктивного процесу, як метафоризація, вчені

висловлюють різні думки стосовно того, чим є метафора, що лежить в її основі – порівняння, аналогія, тотожність чи подібність.

І те, що кожний дослідник має рацію, бо аналізований ним матеріал дає йому підстави висловити саме таку думку, вже переконує нас у тому, наскільки складним і різноаспектним явищем є метафоризація і наскільки розгалуженою і багатовимірною є метафора як троп. Йосип Мандельштам вважав, що «тільки через метафору розкривається матерія, бо немає буття без порівняння, бо й саме буття – це порівняння». Звичайно, поет, мабуть, мав на увазі порівняння в широкому розумінні цього поняття, яке включає в себе і зіставлення.

Порівняння має тричленну структуру: суб'єкт порівняння, об'єкт порівняння й ознака, за якою відбувається порівняння: дівчина гарна, як калина. Метафора відрізняється від порівняння тим, що третій член не названий, він тільки вгадується як «привид», а тому нечіткий, розсіяний. Це залишає великий простір для творчого уявлення слухача (читача) самому «вгадати» ту ознаку, яку він «бачить» або «хоче бачити» (дівчина така свіжа, як калина; дівчина така ніжна, як калина; дівчина така красива, як калина).

Метафори класифікуються за двома принципами: традиційним риторичним і лексико-граматичним.

За традиційним риторичним принципом серед метафор виділяють такі:

- **стерті метафори**, або загальнономовні, такі, в яких уже втрачено свіжість, несподіваність асоціативного зв'язку між віддаленими предметами. Їх вживають усі мовці, не відчувуючи фігуральності, відхилення. Значення цих метафор стає ніби прямим: *ніжка стола, носик чайника, вушко голки, ручка дверей*;

- до стертих метафор близькими є **фразеологічні метафори**, або метафори-формули: *пуд солі з 'їсти, сіль землі; камінь за душею, наріжний камінь, камінь спотикання; нагріти руки, тягти руку, мати руку, своя рука владика, дати по руках, під гарячу руку, їсти очима тощо*;

- **різку метафору** можна побудувати на протилежному полюсі асоціацій. Ця метафора вражає новизною, несподіваністю і непередбачуваністю асоціативного зв'язку. На перший погляд, такого зв'язку ніби немає. Тільки на фоні дискурсу, добре знаючи текст і підтекст, поміркувавши, повіриш у його істинність.

Наприклад: «*Отаке ти, людське горе, отака ти, чорна хлань, демократіє свободи і свободо німунань*» (В. Стус)

Метафора з часів античної риторики й філософії була і є в центрі уваги вчених-лінгвістів, філософів, психологів, бо це один з основних шляхів пізнання реальності й ідеалу шляхом перенесення понять з однієї сфери в іншу: від конкретно-чуттєвої до абстрактної, від матеріальної до духовної. Метафору можна назвати логікою в образі, настільки точно вона може передати сутність обраного явища, субстанції в образі.

Метафора є в науці, культурі, освіті. В часи розвитку інформаційних технологій, інтенсивного розвитку реклами, коли вимагається короткий,

чіткий, але ємний та образний вербальний текст, який би швидко запам'ятався, засвоївся і «збудив» свідомість саме на цей, актуалізований предмет, роль метафори у мовному спілкуванні зростає. Визначний філософ і письменник Х. Ортега-і-Гассет вважав, що метафора подовжує «руку» інтелекту, її роль у логіці можна уподібнити до вудочки на рибалці чи рушниці на полюванні.

Метафора виконує кілька функцій: пізнавальну, номінативну й образну. Метафорою користуються для опису і пояснення складних явищ у процесі наукового дослідження. В результаті сформувався цілий клас наукових метафор.

Метафору використовують як назву для нових предметів, речей, явищ: *мишка* (для управління комп'ютером), *лапка* (у швейній машині), *собачка* (деталь), *кросівки*, *вітрівка*, *в'єтнамки*, *бікіні* та багато інших. Так виникають загальномовні метафори, які через часту вживаність і поширеність втрачають свою фігуральну ознаку.

Проте найбільш помітною й експлуатованою є первинна і основна функція метафори – образна. Вона здатна швидко й точно активізувати перцептивні можливості слухача, викликати спрогнозований відгук у свідомості й почуттях. Вміння мовця творити свої, оригінальні метафори – це великий талант. Про це говорив ще Арістотель. Навчитися метафоризувати важко, але можливо. Механізм конструювання метафори складається з кількох етапів.

Перший етап – це формування ідеї і пошук основного образу для її вираження – суб'єкта метафори.

Другий етап – пошук додаткового об'єкта, який міг би стати образним компонентом і збудити у свідомості слухача певну асоціацію об'єкта метафори.

Третій етап – це синтез обраних об'єктів – суб'єкта та об'єкта, при якому ознаки обох створюють новий образ.

Як приклад можна навести пошук і створення метафори для рекламування мобільного телефону «Нокія», описані А. Бичковою у журналі «Реклама»:

Ознаки об'єкта:	Асоціації, що виникли за аналогією до цих ознак:
мініатюрний	іграшка, метелик, птах
забезпечує постійний зв'язок	бути завжди напоготові, контролювати, непомітно, поряд, дім, батьківщина
надійність	не підведе, можна йти в розвідку, Штірліц
відома торгова марка	популярний герой, радість впізнання, зірка, герой фантазій
престижний	крок до успіху, впевненість у собі, супермен
зручний, простий для використання	завжди зі мною, ти не один у лісі і полі

Наступний етап – зіставлення між собою асоціацій, в результаті чого народилася розгорнена метафора, в якій використано образні аналогії:

мініатюрний – птах;
 постійний зв'язок – мобільний телефон;
 надійність – не підведе, Штірліц;
 відома торгова марка – популярний герой;
 престижний – супермен;
 зручний – ти не один (а з телефоном).

В результаті відбору варіантів метафора втілилася в такий рекламний малюнок: Штірліц на фоні весняного неба з мобільним телефоном у руці мрійно дивиться на журавлів. Внизу напис: *«Краще «Нокія» в руці, ніж журавель у небі»*, модифікований з відомої приказки «Краще синиця в жмені, ніж журавель у небі».

Синестезія (одночасне сприйняття) – різновид метафори, побудований на поєднанні лексем, що позначають різні сфери чуттів або щось сприйняте одночасно різними органами відчуттів. В результаті синестезії утворюються синтетичні художні образи з акустичними компонентами:

Наприклад: *«Коливалось флейтами Там, де сонце зайшло; Гей над дорогою стоїть верба, Дзвінки дощові струни ловить»* (П. Тичина).

Метонімія (від гр. *metonimia* – перейменування) – це метафоричний троп, основу якого складає заміна одних назв іншими на ґрунті асоціації за суміжністю їх значень: *золото у вухах* (замість: золоті сережки чи сережки з золота), *кришталь на столі* (мають на увазі вироби з кришталю), *столове срібло* (прибори з срібла), *вивчали Шевченка* (твори Шевченка), *подай математику* (підручник з математики), *зібралася вся школа* (учні й учителі школи), *відділ у відпустці* (співробітники відділу), *немає серця* (жорстокий).

Метонімія справляє враження мовлення «навпростець» і є стильовою рисою живої розмовної мови. Як скомпресована, згорнена номінативна структура метонімія зручна для використання в усному мовленні, відповідно продуктивна, стилістично експресивна і не виходить за межі стильових норм.

Наприклад: *міністерство згодне, район знайшов кошти, інститут підтягнувся, його знає весь будинок, село повчало* тощо.

У художньому тексті метонімія цікава тим, що ніби вихоплює і висвітлює найважливіше слово, фокусує на ньому увагу. Метонімія може поширюватися за допомогою епітета, який і вказує на предмет метонімічного переносу.

Наприклад, чаїний жаль (замість крик): *«А десть же є і степові кринички, і степові озерецька, і чаїний жаль над ними»* (М. Стельмах).

Синекдоха (від гр. *synekdoche*) – це різновид метонімії, троп, в якому ціле подається через назву його частини, загальне – через його часткове вираження.

Наприклад: *влаштувався на роботу, може, яку копійку заробить; всі чекали вечері, бо досі не було й крихти в роті; не ступала людська нога; щоб*

і ноги твоєї там не було; він накинув оком; ділилися шматком хліба [дружно жили]; має десь руку; не показує носа.

Метонімія і синекдоха пов'язані функцією заміщення назв на ґрунті асоціації за залежністю і суміжністю. Проте, якщо метонімія заміщає назвою цілі його частини (слухав Шопена), то синекдоха заміщає назвою частини ціле, що складається з таких частин.

Наприклад: *«Ніхто з нас ще не написав «Реве та стогне...», тобто ніхто ще не може писати так, як писав Шевченко; «Старий Мартин, жебращий покровитель, з тобою тут поділиться плащем [дасть притулок і догляд]»; «Човни ж везли у десять пар волів, явивши тільки вуса з-під брилів»* (Л. Костенко). У риториках такі тропи називають фігурами заміщення.

Парономазія (гр. *paronomasia* – «біля називання») – троп, що виникає на каламбурному зближенні близьких за звучанням, але різних за змістом слів.

Наприклад: *«талант твій латаний»* (Т. Шевченко); *«вогонь вагань»* (Д. Фальківський); *«будьте безумні – не зимні, атоми утоми»* (П. Тичина); *«серпанок серпня»* (І. Драч); *«груди грудня»* (М. Вінграновський); *«у білій білоті недосягання»* (В. Стус); *«Зимно, зимно вітер над землею віє. І кричить, і виє, і когось шукає»* (О. Олесь).

Парономазію можна назвати звуковою метафорою, при якій ідея звукового зближення слів поширюється на семантику і веде їх до смислового зближення. Виникають нові несподівані умовно-асоціативні образи.

Наприклад: *«Синь уже синіє. Ніч іде нечутно, та для міста ночі наче і нема»* (В. Сосюра); *«Моє нечуване терпіння іще ніхто не переміг, бо за терпінням є Трипілля, а за Черніговом – Черніг»* (Л. Костенко).

Порівняння – троп, у якому один предмет, подія зіставляються з іншими, у яких ці особливості виявлені різко, яскраво. Порівняння виконують зображальну і емоційно-оціночну роль.

Наприклад: *дівчина струнка, як тополя; волошки сині, як небо; надворі тепло, як улітку; руки, як білі лебеді.*

В основі порівняння лежать логічні операції виділення найсуттєвішої ознаки описуваного предмета і пошук іншого предмета, для якого ця ознака є виразнішою, а потім зіставлення з ним і опис цієї ознаки.

Порівняння бувають *логічні й образні*. При логічних порівняннях встановлюється ступінь схожості чи відмінності між предметами одного типу, беруться до уваги всі властивості, якості, ознаки порівнюваних предметів, але виділяється щось одне.

Наприклад: *конкурс пройшов організовано, як і в минулому році; Все склалося так добре, неначе на замовлення.*

Логічні порівняння використовують у науковому, офіційно-діловому, розмовному стилях. Вони додають до предмета нову інформацію.

Образне порівняння відрізняється від логічного тим, що вихоплює одну якусь найвиразнішу ознаку, часом несподівану, і робить її основною, ігноруючи всі інші.

Порівняння може мати таке граматичне вираження:

1. Порівняльний зворот (непоширений і поширений) зі сполучниками як, мов, немов, наче, неначе, неначебто, ніби, нібито, немовби, немовбито.

Наприклад: *«Дівчина була невеличка на зріст, але рівна, як струна, гнучка, як тополя, гарна, як червона калина, довгобраз, як червонобокі яблучка, губи були повні та червоні, як калина»* (І. Нечуй-Левицький)

2. Форма орудного відмінка

Наприклад: *«А серденько соловейком щебече та плаче; Синє море звірюкою то стогне, то виє; І квіткою, й калиною цвісти над ними буду»* (Т. Шевченко); *«Червонобоким яблуком доспілим скотився день...»* (М. Рильський).

З часом деякі порівняльні конструкції з орудним відмінком фразеологізувалися: *стояти стіною, дивитися вовком [чортом]...*

Побудовані на принципі заперечення, порівняння допомагають виділити в суб'єкта певну ознаку (сему) через його спорідненість з об'єктом. Прийом заперечення ніби руйнує цю тісну спорідненість і тим загострює враження. Обов'язкова в цій порівняльній конструкції частка не розрізняє (на основі спільної ознаки) суб'єкт і об'єкт та створює роздільну порівняльну ситуацію, що виражається одночасно риторичною фігурою – синтаксичним (стилістичним) паралелізмом:

«Не русалонька блукає.

То дівчина ходить...;

Не сон-трава на могилі

Вночі процвітає.

То дівчина заручена

Калину сажас»(Т. Шевченко)

В аналогічних порівняннях часто суб'єкт означає істоту, а об'єкт береться зі світу природи або і суб'єкт, і об'єкт – з природи.

В українському фольклорі трапляються заперечні порівняння (*Ой то ж не зоря – дівчина моя з новенькими відерцями по водицю йшла*) та невизначені порівняння (*такий, що ні в казці сказати, ні пером описати; дівчина – ні малювать, ні описать*).

Антономазія (гр. *antonomasia* – перейменування) – різновид синекдохи, який формується в результаті переносу імені – перейменування. Це перейменування означає, що замість назви певної особи вживається назва такої її ознаки, риси, властивості, дії, речі, завдяки якій цю особу не можна сплутати з іншими.

Наприклад: *«Се той Первий, що розпинав нашу Україну, а Вторая доконала вдову-сиротину»* (Т. Шевченко)

Є два види антономазії:

1. Використання широко відомих власних імен персонажів у ролі загальних: закоханих називають Ромео і Джульєтта, залицяльника – Дон Жуан, ревнивого – Отелло.

2. Вживання загальних назв у ролі прізвищ або імен літературних персонажів. На такі приклади багата українська література: Пузир, Калита, Часник, Галушка, Марко Безсмертний, Тарас Трясило.

Антономазія вимагає попередніх фонових знань, тобто знань про ознаки і властивості того, чиє ім'я або назва використовується. Обидва види антономазії характеризуються виразною експресією, широко вживаються у публіцистичному, науково-популярному мовленні, у фольклорі, в усній розмові, в художніх творах піднесено романтичного або принижено сатирично характеру. У промовах слід використовувати обережно, лише у тому випадку, коли ви упевнені в тому, що перейменування є відомим вашій аудиторії.

Персоніфікація (лат. *persona*—особа + *facere*—робити) – уособлення, або різновид метафори, в якому ознаки істоти переносяться на неістот (предмети, явища, поняття, тварини), тому персоніфікацію ще називають одухотворенням, уособленням.

Є підстави думати, що персоніфікація належить до найдавніших метафоричних явищ мови, вона відображала анімістичний погляд людей на природу, при якому весь світ населявся духами: говорив, сміявся, плакав, тужив.

Персоніфікація конкретизує образ, уявно робить його доступним для сприймання кількома аналізаторами: візуальним, акустичним, тактильним тощо. Елементи персоніфікації є в епітетах на зразок: *глуха ніч, німий докір, сумна дорога, кучеряві хмари*.

Наприклад: *«Плачуть голі дерева, плачуть солом'яні стріхи, вмивається сльозами убога земля і не знає, коли усміхнеться»* (М. Коцюбинський).

Алегорія (гр. *allegoria* – інше говорю, іносказання, інакомовлення) – різновид образного називання.

Наприклад: *Слово – золотий ключ; Слово – срібло, мовчання – золото*.

В основі алегорії лежить порівняння смислу й образу. Образ несе певний закріплений за ним смисл. Алегоріями можна вважати ліричні вірші «Каменярі» Івана Франка та «Досвітні вогні» Лесі Українки. Як зазначав сам Франко, основою вірша були конкретні враження робітників, що «товкли каміння на дорозі». Проте одночасно твір є і «пластичною проекцією того настрою, який у ту пору переживав не тільки я сам, а певно, й не один інший». Автор на конкретних враженнях зробив широкі узагальнення: *«Ми рабами волі стали: На шляху поступу ми лиш каменярі; кров'ю власною і власними кістками твердий змуруємо гостинець і за нами прийде нове життя, добро нове у світ; ми ломимо скалу, рівняєм правді путі, і щастя всіх прийде по наших аж кістках»*.

Алегорія широко використовувалася в античній міфології, класичній риториці й поетиці, у гомілетичі.

Іронія (гр. *eironeia* – лукавство, глузування, удавання) – різновид антифразису, в якому з метою прихованого глузування вживається слово з позитивним значенням. Арістотель визначав її як «такий вид смішного, коли

говоримо інакше, ніж відчуваємо». Іронію важко точно визначити, встановити її межі, бо вона, по-перше, прихована в лексичній семантиці, отже, важко вловима, по-друге, різнооб'ємна, часто зосереджена не в одній одиниці, а розсіяна в тексті і виявляється тільки в зіставленні кількох одиниць.

У вузькому значенні іронію розуміють як вживання слова з позитивною оцінкою для вираження негативної оцінки. Вираз «Герой!» сприймається буквально як назва людини з виразними ознаками героїства. Однак інший вираз «От іще герой!» про того, хто зумисне зробив поганий вчинок, є виразно іронічним.

Іронією у широкому значенні називається така побудова тексту, при якій зовні позитивне або нейтральне ставлення мовця до особи, предмета чи явища насправді виражає негативну оцінку.

Наприклад: *«Квартира, де живе Іван Іванович зі своєю симпатичною сім'єю, складається тільки (тільки!) з чотирьох кімнат (не рахуючи, звичайно, кухні, клозету і ванної), себто: кабінету, їдальні, дитячої спальні (там же спить і мадемуазель Люсі) і спальні мого героя та його дружини. Словом, квартирна криза дала себе знати, і мій герой самовіддано пішов їй назустріч. Іван Іванович, наприклад, ніколи не вимагав окремої спальні для куховарки, і Явдоха спить на підлозі в коридорі. Бо й справді: яке він має право вимагати ще одну кімнату? Йому, звичайно, приємно було б почувати, що його власна куховарка має свій закуток, але... він же цілком свідомий партієць і добре знає, як живуть інші. Іншим ще гірше становище: буває й так, що мають не чотири, а тільки три кімнати...»* (М. Хвильовий).

Іронія в цьому прикладі виникла на разючій невідповідності реальної ситуації та її оцінки з позиції самого героя Івана Івановича: чотири кімнати, а куховарка Явдоха спить на підлозі в коридорі., бо квартирна криза. Іван Іванович для куховарки не може просити кімнати., тому що свідомий партієць. Іронія тим разючіша, що викриває себе сам герой через внутрішнє мовлення.

Парадокс – троп у вигляді несподіваного твердження, в основі якого лежить поєднання двох антонімів.

Наприклад: *Завтра починається сьогодні; Сила жінки в її слабкості; Найкраща оборона – це напад; Найкращий експромт – добре підготовлений; Піти, щоб повернутися; Тільки той ненависті не знає, хто цілий вік нікого не любив.*

Парадоксальні вирази привертають увагу слухачів, тому їх охоче використовують промовці. Однак творення оригінальних парадоксів вимагає від автора таланту.

Пародія (гр. *parodia* – жартівлива переробка) – посилена іронія, яка завершується повним роз'єднанням, відокремленням форми і змісту. Певний жанр, форма або індивідуальний авторський стиль заповнюється невідповідним йому змістом, а частіше прямо протилежним.

Пародія є засобом для створення таких уявлень, в яких особи і події постають у комічному вигляді. Пародійні тексти справляють гумористичний ефект. Наприклад:

«...Дівчино! Хай око твоє голубе, та не за фізичнії вади коханий любити не стане тебе, коли ти не любиш Невади. Юначе! Ти мусиш любити стократ сильніше, ніж любиш кохану, Колумбію – округ і Джорджіо – штат, Монтану і Луїзіану» (О. Ірванець).

Перифраза (від гр. *periphrasis* – описовий вираз) – троп, яким поняття не називається, а описується, тобто виражається двома або кількома словами. Певний час перифраз живе як свіжа, образна назва: *королева полів* (кукурудза), *чорне золото* (вугілля), *дочка Прометей* (Леся Українка), *гірська орлиця* (Ольга Кобилянська), *великий Каменяр* (Іван Франко), *Кобзар* (Тарас Шевченко), *народний філософ* (Григорій Сковорода), *лицар української поезії* (Василь Симоненко).

Алюзія (лат. *allusio* – натяк) – троп, дуже близький до аналогії та алегорії. Читач чи слухач повинен сам здогадатися, відтворити в пам'яті і потім зрозуміти суть тексту. Алюзію часто використовують у публіцистичному та художньому стилях, де в такий спосіб обігрується якесь явище суспільного життя, персонаж або факт художнього стилю.

Загалом же тропів, як і фігур значно більше і детальніше цими питаннями займається стилістика і літературознавство.

Питання для самоконтролю:

1. Що таке риторична фігура?
2. Які є найбільш поширені риторичні фігури?
3. Через які три групи фігур реалізується прийом синтаксичного перетворення?
4. Які існують види анафори?
5. Які визначають параметри спільного і відмінного у поняттях тропи і риторичні фігури?
6. Що таке метафора і які відомі різновиди її?
7. У чому полягає суть тропів: метонімія, синекдоха, порівняння, епітет, алегорія, персоніфікація, іронія, пародія, алогізм, перифраз.
8. Які існують ви антономазії?
9. У чому полягає суть тропів: парадокс, алюзія?

Лекція 8: Меморія

ПЛАН

1. Пам'ять у риторичній діяльності оратора та її види.
2. Способи запам'ятовування промови: механічний, логічний, мнемотехнічний.
3. Мнемотехніки.

Література: 1, 5, 8, 9,10, 16, 19

Поняття і терміни: *пам'ять, образна, словесно-логічна, рухова та емоційна пам'ять, мимовільна та довільна пам'ять, впізнавання; згадування; пригадування, способи запам'ятовування: механічний; логічний; мнемотехнічний, мнемотехніка, мнемотехнічні прийоми.*

1. Пам'ять у риторичній діяльності оратора та її види

Спостерігається цікавий парадокс – з одного боку, і старий і молодий скаржаться на брак пам'яті, а з іншого, це встановили багато психологів – ми всі користуємося тільки невеликою частиною своєї пам'яті. У середньому в людини на службі лише 3-8% пам'яті, а інші не використовуються при гострій її нестачі. Пам'ять у нас величезна. Мозок людини може запам'ятати майже стільки ж, скільки міститься в пам'яті середнього по потужності комп'ютера. Наскільки вона невичерпна, показують випадки видатної пам'яті окремих людей.

Психологам відомі сотні і сотні прикладів видатної пам'яті, і в основі цього феномену часто лежать не тільки природні задатки, але і постійні тренування, цілеспрямована робота по вдосконаленню пам'яті.

Стверджують, що Олександр Македонський був здатний впізнати в обличчя всіх солдатів свого тридцяти п'ятитисячного війська. Юлій Цезар знав в обличчя і по імені всіх своїх солдатів – до 30 тисяч чоловік.

Е. Гаон завчив напам'ять 2500 книг, які прочитав за своє життя. Мало того, він міг, не задумуючись, згадати з них будь-який уривок і назвати сторінку, на якій цей уривок написаний.

Наполеон якимось раз на початку своєї кар'єри був посаджений на гауптвахту, знайшов там книгу по римському праву. Прочитав її. Через багато років, коли він вже був головнокомандувачем армії, він міг легко наводити цитати з цієї книги.

Німецький археолог Генріх Шліман, щоб розвинути свою пам'ять, протягом багатьох років щодня вчив напам'ять по кілька сторінок тексту різних книг. Шляхом такого тренування він домогся того, що за 6-8 тижнів був здатен вивчити будь-яку іноземну мову.

Відомо, що одним із важливих етапів підготовки публічного виступу є запам'ятовування, що полягає в умілому використанні мнемонічних прийомів і підготовці до безпосереднього виголошення промови.

На сьогоднішній день пам'ять є предметом вивчення психології. Хоча меморія складала окрему частину ще класичної риторики. В сучасній психології існує багато теорій пам'яті, які по-різному пояснюють цю дивовижну здатність людини.

Пам'ять – це відображення минулого досвіду людини, що виявляється в запам'ятовуванні, збереженні та наступному пригадування того, що він сприймав, робив, відчував або про що думав.

Пам'ять – важливий чинник у діяльності всіх учасників спілкування: оратора і аудиторії. Оратор, виголошуючи промову, користується пам'яттю для відтворення підготовленої інформації та прогнозованих засобів її представлення перед аудиторією. Аудиторія ж сприймає та запам'ятовує те, що проголошує оратор, з метою усвідомлення, планування власних дій унаслідок почутого.

Так, Цицерон у праці «Три трактати про ораторське мистецтво» називає пам'ять «скарбницею всіх знань», оскільки *«само собою зрозуміло, що коли наші думки й слова, знайдені й обдумані, не будуть долучені пам'яті на зберігання, то всі достоїнства оратора, хоч би якими вони були блискучими, пропадуть даремно»*.

Людська пам'ять належить до основних пізнавальних процесів, за допомогою яких здійснюється прийом, переробка і засвоєння інформації. Вона не є одиничною функцією, вона являє собою складну сукупність процесів, що забезпечують фіксацію попереднього досвіду людини. Серед цього розмаїття функцій риторику цікавлять насамперед процеси «закарбування» в пам'яті певного матеріалу, однак без знання базових понять видів пам'яті, розвинути її буде неможливо.

Види пам'яті

В залежності від того, що запам'ятовується і відтворюється, розрізняють за змістом чотири види пам'яті: образну, словесно-логічну, рухову та емоційну.

Образна – виявляється в запам'ятовуванні образів, уявлень конкретних предметів, явищ, їх властивостей, наочно даних зв'язків і відносин між ними.

Залежно від того, якими аналізаторами сприймаються об'єкти при їх запам'ятовуванні, образна пам'ять буває зоровою, слуховою, тактильною, нюховою тощо.

Словесно-логічна – це думки, поняття, судження, умовиводи, які відображають предмети і явища в їх істотних зв'язках і відносинах, у загальних властивостях. Думки не існують без мови, тому така пам'ять і називається словесно-логічною. Словесно-логічна пам'ять – специфічно людська пам'ять, на відміну від образної, рухової та емоційної, яка є і у тварин.

Рухова – виявляється в запам'ятовуванні та відтворенні людиною своїх рухів.

Емоційна – виявляється в запам'ятовуванні людиною своїх емоцій та почуттів. Запам'ятовуються не стільки самі емоції, скільки предмети та явища, що їх викликають.

За тривалістю розрізняють такі види пам'яті: короткочасна, довгочасна, оперативна.

Короткочасна – характеризується швидким запам'ятовуванням матеріалу, його відтворенням і нетривалим зберіганням.

Довготривала – виявляється в процесі набування й закріплення знань, умінь і навичок, розрахованих на тривале зберігання та наступне використання в діяльності людини.

Оперативна – забезпечує запам'ятовування і відтворення оперативної інформації, потрібної для використання в поточній діяльності.

За способом запам'ятовування пам'ять буває: мимовільна та довільна.

Мимовільна – пам'ять, коли ми щось запам'ятовуємо та відтворюємо, не ставлячи перед собою спеціальної мети щось запам'ятати або відтворити.

Довільна – пам'ять, коли ставимо собі за мету щось запам'ятати або пригадати.

Умовами успішного запам'ятовування є:

- багаторазове, розумно організоване й систематичне повторення, а не механічне, що визначається лише кількістю повторень;
- розбиття матеріалу на частини, виокремлення в ньому смислових одиниць;
- розуміння тощо.

Залежно від міри розуміння запам'ятовуваного матеріалу довільне запам'ятовування буває *механічним і смисловим (логічним)*.

Механічне – здійснюється без розуміння суті матеріалу. Воно призводить до формального засвоєння знань.

Смислове (логічне) – спирається на розуміння суті матеріалу.

Умовами успіху довільного запам'ятовування є дієвий характер засвоєння знань, інтерес до матеріалу, його важливість, установка на запам'ятовування тощо.

Відтворення – один із головних процесів пам'яті. Воно є показником міцності запам'ятовування і водночас наслідком цього процесу.

Види відтворення: впізнавання; згадування; пригадування.

Впізнавання – найпростіша форма відтворення, що виникає при повторному сприйманні предметів. Впізнавання буває *повним і неповним*.

При *повному* впізнаванні повторно сприйнятий предмет відразу ототожнюється з раніше відомим, повністю відновлюються час, місце та інші деталі ознайомлення з ним.

Неповне впізнавання характеризується невизначеністю, труднощами співвіднесення об'єкта, що сприймається, з тим, що вже мав місце в попередньому досвіді.

Згадування – особливість цієї форми відтворення полягає в тому, що воно відбувається без повторного сприймання того, що відтворюється.

Згадування буває *довільним і мимовільним*.

Довільне – зумовлюється актуальною потребою відтворити потрібну інформацію (наприклад, пригадати правило, відповісти на запитання тощо).

Мимовільне – коли образи або відомості спливають у свідомості без будь-яких усвідомлених мотивів.

Пригадування – потреба виникає тоді, коли в потрібний момент не вдається згадати те, що необхідно. У цій ситуації людина докладає певних зусиль, щоб подолати об'єктивні та суб'єктивні труднощі, пов'язані з неможливістю згадати, напружує волю, вдається до пошуку шляхів активізації попередніх вражень, до різних мнемонічних дій.

Одним із варіантів довільного відтворення є спогади.

Спогади – це локалізовані в часі та просторі відтворення образів нашого минулого.

2. Способи запам'ятовування промови: механічний, логічний, мнемотехнічний

Для оратора суттєве значення мають, насамперед, види пам'яті, об'єднані за аналізатором, що переважає у процесах запам'ятовування, збереження і відтворення матеріалу. У більшості підручників з риторики виділяють три вагомих способи запам'ятовування:

- механічний;
- логічний;
- мнемотехнічний.

Перших два сьогодні вже розглядалися. Тож, *механічний спосіб* запам'ятовування – це такий спосіб, основу якого складає багатократне повторення того, що треба запам'ятати.

По суті, цей спосіб являє собою зубріння. Він снайбільш неефективний, але інколи необхідний. Як правило, подібне запам'ятовування відбувається без усвідомлення зв'язку між окремими елементами матеріалу.

Логічний спосіб запам'ятовування – це такий спосіб, основу якого складає усвідомлення смислового зв'язку між елементами матеріалу.

Користуючись таким способом, людина часто порушує послідовність у часі, перебудовує матеріал відповідно до смислових відношень. Осмислене запам'ятовування ґрунтується на розумінні цих відношень, на усвідомленні внутрішнього зв'язку між частинами того, що запам'ятовується.

Логічне запам'ятовування передбачає виконання двох умов:

- 1) усвідомлення того, для чого потрібно запам'ятати матеріал;
- 2) розуміння змісту того, що треба запам'ятати.

Мнемотехнічний спосіб запам'ятовування – це такий спосіб, який ґрунтується на тому, що матеріал переводиться в іншу знакову систему, в інші образи, які людині легше зберегти в пам'яті.

3. Мнемотехніки

Богинею пам'яті у давнину була Мнемозина. Її ім'я сьогодні використовують у назві методу, що полегшує процес запам'ятовування – мнемоніка (часто говорять мнемотехніка).

Мнемоніка – це система допоміжних засобів, що полегшують пригадування, найбільш важкий процес з трьох основних операцій пам'яті: запис, зберігання і витягання інформації. Вважається, що принципи

мнемоніки розробив ще Піфагор. Численні дослідження показали, що спровоковане згадування проходить легше, ніж самостійне. Перетворюючи самостійне згадування в спровоковане, яке приводить у дію пам'ять впізнавання, мнемонічні системи попереджають можливість забування.

Мнемоніка побудована на принципах асоціації образів і вербальної переробки, що передбачає роботу одночасно і візуальної і вербальної пам'яті (дуже ефективно поєднання). Мнемотехнічні прийоми можна розділити на три категорії: коди, підказки, стратегії.

Коди часто застосовують при запам'ятовуванні цифр, коли велике число, наприклад банківський рахунок або номер телефону, розбивають на частини і кожній частині присвоюють своє значення.

Наприклад: 2384110002354 – 23 серпня (8-й місяць) 41 року – день народження дядька Петра, якому я програв в карти 1000 гривень, а 23 травня (5-й місяць) виповнилося 4 роки моему синові.

Підказки виступають часто як вірші, аббревіатури.

Наприклад: фраза «Народив Роман Дитину, Зрубав Очеретину, М'ячик Кинув» – порядок відмінків; словесні ключі для запам'ятовування правил: Де Ти З'їси Ці ЛиНи?; МаВПа БуФ.

Стратегії – це організація інформації зручним для людини чином. Наприклад, при підготовці своїх промов стародавні грецькі і римські оратори згадували всі об'єкти, розташовані на дорозі, по якій вони щодня ходили. Потім до кожного з цих місць вони «прив'язували» тезу або аргумент мови. Скажімо, перша теза могла відповідати якійсь лавочці, друга – урні, третя – фонтану і т. д. Коли вони виголошували свою промову, вони подумки проходили по цій дорозі і «забирали» в кожному місці відповідний елемент.

Подібні прийоми визначає і О. Еренберг в книзі «Прийоми запам'ятовування інформації»:

1) *Рима* – один з найбільш дієвих способів забезпечити запам'ятовування матеріалу. Цей спосіб знайшов також широке застосування в рекламі. Заримовані рекламні ролики самі вриваються нам на згадку, незалежно від нашого бажання, і від них часто не так просто позбутися. Тому при зіткненні з важливою, але нелогічною і важко запам'ятовуваною інформацією, варто спробувати заримувати її.

2) *Абревіатури* не тільки скорочують довгі назви, але і сприяють їх запам'ятовування. Принцип абревіатури також використовується для запам'ятовування матеріалу, не пов'язаного логічними принципами, і полегшує процес викликання з пам'яті потрібної інформації.

3) *Кодування* інформації в просте речення, в якому всі слова починаються з перших букв слів, які потрібно запам'ятати.

4) *Метод розташування предметів* – спосіб запам'ятовування предметів за допомогою фіксації їх місця розташування. Цей метод можна також використовувати для запам'ятовування різних предметів, які асоціюються з певним місцем, сприяє запам'ятовуванню тому, що він

дозволяє групувати не пов'язані між собою предмети в такі, що мають сенс послідовності.

5) Застосування *слів*, які сприяють запам'ятовуванню.

6) Знаходження *зв'язку між цифрами та літерами*. Цей метод широко використовується для запам'ятовування чисел.

7) Використання *картинок*. Суть цього методу полягає в перекладі імен власних, різних назв і думок в картинки на основі їх звучання або смислового значення для поліпшення запам'ятовування.

8) Використання *ланцюжків*. При запам'ятовуванні будь-якого списку потрібно пов'язати кожен предмет з подальшим допомогою виникаючих асоціацій.

Для запам'ятовування слів, зміст яких нам невідомий, як правило, це **терміни**, можна скористатися методом картинок. Складність запам'ятовування термінів в тому, що потрібно запам'ятати не тільки саме слово, але і його значення. Тому для запам'ятовування термінів є своя методика – створювати образи не тільки для них самих, але і для їх дефініцій. В основі даного методу – все та ж техніка запам'ятовування абстрактних слів за допомогою образів. В кінцевому підсумку всі образи зв'язуються в загальну картинку.

Наприклад: «Кон/сен/сус» (домовленість, згода між сторонами). Картинка: кінь з візком, а в ній копиця сіна і сидять двоє чоловіків, які тиснуть один одному руки. На копиці сидить ховрак.

«Акреція» (падіння розсіяної речовини з навколишнього простору на поверхню космічного тіла). Картинка: на поверхню Сонця падають пелюстки акації і шматочки кремнієвих пластин.

«Аутопсія» (посмертний розтин і дослідження тіла). Картинка: в автомобілі намагається розкрити замки психічно хвора людина з якорем в руках (те, що це розтин тіла, а не машини, ви і так запам'ятайте).

Ці приклади, в яких використовуються зрозумілі кожному образи, наочно показують, як відбувається запам'ятовування термінів. Але слід мати на увазі, що запропоновані мною асоціації можуть для когось виявитися малоефективними. Врахуйте: доцільно використовувати ті образи, які відразу приходять в голову. Створити кілька образів з тим, щоб з них вибрати найбільш підходящий, – помилкова тактика.

Робота з текстами. Для роботи з великим обсягом інформації – запам'ятовування тексту промови чи лекції можна скористатися простим алгоритмом, що передбачає виконання таких кроків:

Крок 1. Читаєте повністю весь текст, занурюючись в його зміст.

Крок 2. Читаєте текст ще раз, виділяючи головні думки.

Крок 3. Ділите кожну головну думку на 2-4 речення. Це складе один абзац, в якому теж треба виділити основну думку.

Крок 4. Для такої основної думки підбираєте одне слово або словосполучення, якими можна було б її описати.

Крок 5. Для цього слова або словосполучення підбираєте конкретний образ.

Крок 6. Запам'ятовуєте цей образ.

Точно таким же способом треба обробити весь текст. Завдяки цьому алгоритму ви зможете досить швидко запам'ятати будь-яку доповідь і відчувати себе впевненіше. До того ж виступ оратора, який спілкується з аудиторією, набагато цікавіше, ніж переказ, прочитаний з папірця.

Спосіб повторення

Заучування матеріалу відбувається нерівномірно: частина завченого матеріалу буде погано відтворюватися в пам'яті, але з новими повтореннями пригадування заучуваного покращиться.

Також заучування відбувається стрибками, саме тому кілька повторень підряд не дають результату в пригадуванні, але з подальшими повтореннями обсяг матеріалу, який вивчається різко збільшується. Це відбувається через те, що людина пригадує відразу невелику кількість інформації.

Якщо матеріал для запам'ятовування легкий, то перші повторення дають більший результат, ніж наступні. Якщо ж матеріал складний, то процес засвоєння і запам'ятовування, буде спочатку повільним, а пізніше швидким, адже обсяг досліджуваного матеріалу збільшиться під час багаторазових повторень.

Повторення необхідне не тільки для того щоб вивчити, а й для того щоб закріпити отриману інформацію.

Повторення повинно бути активним і різноманітним, наприклад: спробуйте усно чи письмово переказати текст після його прочитання, можна також спробувати написати питання до цього тексту чи скласти його план.

Щоб краще засвоїти матеріал потрібно обов'язково його переказати, це не тільки поліпшить Ваші знання з даної теми, але й буде прекрасним тренуванням пам'яті і надовго закріпить вивчене.

Можна виділити два рівні повторення:

1. Коли подумки повторюються тільки вертикальні послідовності асоціацій (ключі), наприклад, на кожне питання асоціативно будується список ключових слів, за якими буде формуватися відповідь.

2. Повторення з пригадуванням всієї інформації, весь матеріал повторюється від початку до кінця, при цьому краще матеріал розділити на частини, щоб вистачило сил і терпіння повторити все відразу. При цьому матеріал повторюється послідовно частинами з невеликими перервами між ними, але без повернення до початку.

Повторення має бути раціонально розподілене, тобто повторювати краще через певний час, при цьому повторення мають бути різноманітними і активними, наприклад, усними і письмовими.

Заучувати матеріал одразу до кінця і повністю не варто, цей спосіб призведе до трьох З: зазубрив, здав, забув.

Природа пам'яті така, що всі створені взаємозв'язки (асоціації) самостійно руйнуються приблизно через 40-60 хвилин, якщо матеріал вивчався без повторення. Ось чому так важливо перше повторення подумки виконати відразу після запам'ятовування. Другий раз інформацію найліпше повторювати через 15-20 хвилин після першого. У цей же день інформація

повторюється втретє через 6-8 годин. А четверте повторення досліджуваного матеріалу слід проводити через 24 години, тобто на наступний день.

Способи запам'ятовування **іноземних слів**.

Для запам'ятовування точної інформації, іноземних слів зокрема, слід дотримуватися такого графіку повторень:

- друге повторення проводять через 40-60 хвилин після першого;
- третє повторення проводять приблизно через 3-4 години того самого дня;
- четверте повторення проводять наступного дня.

Проміжки часу між повтореннями потрібно по можливості збільшувати, але число повторень повинно бути таким, щоб протягом необхідного проміжку часу інформація не зникала.

Знання принципів запам'ятовування інформації дозволить Вам раціонально використовувати час, виділений на навчання, і при цьому засвоювати набагато більше інформації і на більш тривалий термін. Іншими словами, Ваша пам'ять буде працювати набагато ефективніше, ніж це було раніше.

Окрім цього варто розуміти важливість і **індивідуальні особливості пам'яті**: швидкість, точність, міцність запам'ятовування та готовність до відтворення.

Швидкість – визначається кількістю повторень, потрібних людині для запам'ятовування нового матеріалу.

Точність – характеризується відповідністю відтвореного тому, що запам'ятовувалося, та кількістю допущених помилок.

Міцність – виявляється в тривалості зберігання завченого матеріалу (або повільністю його забування).

Готовність до відтворення – виявляється в тому, як швидко та легко в потрібний момент людина може пригадати потрібні їй відомості.

В даний час особливого інтересу до мнемоніки немає. На жаль, зараз мнемонічними системами користуються вкрай рідко. Різка критика мнемоніки пояснюється неправильним підходом до навчання подібних прийомів. Не пояснюючи суть методу, людині велять просто завчити ту чи іншу річ, в результаті чого йому як і раніше доводиться покладатися тільки на свої власні сили. Людину потрібно навчити стратегіям пам'яті, щоб кожен вибрав ті прийоми, які більш зручні для нього. Крім того, мнемотехнічні прийоми слід розглядати як захоплюючу гру для пам'яті.

Питання для самоконтролю:

1. Яку роль виконує пам'ять у риторичній діяльності оратора?
2. Які є види пам'яті?
3. Які є способи запам'ятовування промови і чому їх суть?
4. Що таке мнемотехніка?
5. На які три категорії розділяють мнемотехнічні прийоми?
6. Які найефективніші способи запам'ятовування термінів?
7. Які найефективніші способи запам'ятовування великих текстів?
8. Які найефективніші способи запам'ятовування іноземних слів?

Лекція 9: Акція

ПЛАН

1. Акція як завершальний етап реалізації риторичної мети.
2. Проблема ораторського шоку, його причини та техніка подолання.
3. Зовнішній вигляд та манери оратора.
4. Паралінгвістичний фонаційний арсенал оратора.
 - 4.1 Техніка правильного дихання оратора.
 - 4.2 Техніка мовлення.
 - 4.3 Сутнісні характеристики голосу.
 - 4.4 Поняття модуляції звучання голосу: мелодійність, гучність, темп та інтонація, паузи.
 - 4.5 Гігієна голосу.
5. Різновиди невербальної комунікації.
6. Аудиторія і оратор. Техніка подолання опору аудиторії.

Література: 1, 3, 8, 10, 11, 19, 21, 22, 28, 39.

Поняття і терміни: *акція, поверхнєве дихання, діафрагмальне дихання, дикція, голос, сила голосу, висота голосу, тембр голосу, благозвучність голосу, модуляції звучання голосу, мелодійність, гучність, інтонація, паузи, інтонація; темп мовлення, невербальні засоби, проксемика*

1. Акція як завершальний етап реалізації риторичної мети

Акція (від лат. *actio* – дія, дозвіл) є завершальним етапом ораторської дії – виголошенням промови.

Продуманість, дотримання всіх попередніх рекомендацій розділів елокуції, диспозиції, елоквенції і меморії, на жаль, не гарантують вдалого виступу. Окрім підготовки, треба уміло подати, аби уникнути суті українського прислів'я: «Вміла готувати, та не вміла подавати». Тому п'ятий розділ риторики присвячений саме цьому завершальному акту риторичної дії – публічному виголошенню промови.

Основу цього розділу складають зовнішній вигляд та манери оратора і засоби встановлення контакту з аудиторією, кінесика, паралінгвістичний арсенал оратора, техніка правильного дихання оратора, логічний вимір усного мовлення тощо.

На попередньому етапі (мнемоніка) промову зміцнено в пам'яті, визначено порядок і послідовність її та «прив'язано» до можливих ситуацій. Тепер треба підготувати себе – оратора, пам'ятаючи, що трибуна, кафедра чи стіл для виступу – безжальні, промовець за ними «оголений» більше, ніж на пляжі.

Яким би гарним не був голос, але якщо це один і той самий, то він досить швидко втомлює слухачів. Тому не слід безперервно говорити більше 40 хв, а краще 20–30 хв.

Якщо вже підготовлено все, що треба сказати, то тепер промовець мусить застерегти себе від того, чого не треба казати, бо майстерним вважають оратора, який не тільки скаже, що треба, але й не скаже того, чого не треба говорити. На жаль, іноді трапляється так, що промовець захоплюється живим мовленням, заговорюється, виходить за межі запланованого, в результаті збільшується ймовірність мовних помилок, прикрих обмовок і просто зайвини.

Перед початком виступу промовця охоплює хвилювання, збентеження або навіть страх, тому бажано знати напам'ять перші вислови, рухи і жести, щоб не розгубитися перед ситуацією. Якщо вони будуть вдалимими, то наснажать промовця впевненістю до кінця промови. Помилки на початку виступу, коли промовець хвилюється, особливо небезпечні, бо не тільки зіпсують настрій оратору, а й можуть відхилити його від теми.

Треба пам'ятати, що хоч на перший погляд і здається нам легким живе побутове мовлення, насправді ж монологічний виступ «вживу» є надзвичайно складним. В ньому задіяні нейролінгвістична, анатомофізіологічна й акустико-артикуляторна системи, тому промовець повинен стежити за своїм здоров'ям і не виступати хворим, бо це може позначитися і на якості промови і на здоров'ї промовця.

2. Проблема ораторського шоку, його причини та техніка подолання

Страх перед аудиторією – явище досить поширене серед промовців. Він дається взнаки по-різному: може тремтіти голос, мов під час першого освідчення у коханні, може вкриватися червоними плямами обличчя, ніби доповідач щойно вчинив щось ганебне, може супроводжуватися повільним блокуванням будь-яких проявів волі. Ці ознаки – справжня напасть для доповідача. Найгірше ж те, що вони лише посилюють страх і доповідач зазвичай думає вже не про логічний виклад думок, а про якомога швидше завершення цієї екзекуції. Він усвідомлює, що прояви страху є очевидними для слухачів, і, як наслідок, поспішає, ще більше плутається, що часом призводить до завчасного завершення виступу.

Страх перед аудиторією відрізняється від емоційного напруження, що може виникати під час публічних виступів; останнє є навіть необхідним – ненатягнутий лук не може випустити стрілу. Емоційно врівноважений доповідач значно «небезпечніший» у своїй нудній промові, аніж той, у чиєму настрої присутня здорова доза нервового збудження.

Для того щоб зрозуміти, як подолати цю проблему, варто згадати: страх перед публічним виступом напевно прийшов із самого дитинства. Багато хто пам'ятає, що страх виступати перед класом призводила школяра в ступор, голос тремтів, дитина заїкалася, не могла зв'язати слова в речення. Навіть тоді, коли урок або вірш були завчені напам'ять, страх перед виступом приводив у паніку, і нічого з цим зробити не можна. Існує кілька загальних рекомендацій, які допоможуть набратися впевненості і спокійно виступити перед аудиторією, можливо, вони будуть марними.

1. Слід навчитися в потрібний момент розслаблятися, заспокоюватися. Кожна людина може виробити в себе індивідуальні ефективні вправи для того, щоб зняти напругу, що виникла, заважає говорити. Комуś може допомогти спеціальна дихальна гімнастика: кілька глибоких вдихів і видихів, іншому необхідно на пару хвилин закрити очі і поринути в себе, на час відірватися від усього земного. Таких методик безліч і кожному підходить саме своя, слід знайти для себе таку систему розслаблення перед публічним виступом, оскільки зі спокійною, ясною головою виступити буде легше.

Наприклад: зазвичай під час хвилювання м'язи усього тіла скорочуються, стискаються кулаки, рухи стають скутими, а дихання – неглибоким. Тому передусім кілька разів на повні груди вдихніть і видихніть (повним йогівським диханням) і надалі контролюйте, щоб дихання було глибоким. Розслабте м'язи рук, ніг, тулуба, голови (для цього позіхніть двічі або тричі) – і хвилювання почне спадати. Неквапливо пройдіться до трибуни, зберігаючи стан розслаблення і спокійного глибокого дихання, розкладіть рукопис виступу і, витримавши паузу, доки не настане тиша, почніть промову.

2. Один з найбільш поширених і дієвих порад для того, як подолати виникає страх перед майбутнім публічним виступом, є тренування вдома, бажано перед дзеркалом. В домашніх умовах людина завжди відчуває себе впевнено, спокійно і, якщо доповідь йому добре знайома, зазвичай не становить проблеми виступити перед самим собою або перед кимось із близьких чи родичів.

3. Щоб уникнути невпевненості і не розгубитися, безпосередньо перед публічним виступом, вже виходячи на зустріч до аудиторії, слід уявити собі ситуацію, коли ви були задоволені собою, мали успіх (адже напевно такі моменти мали місце в житті). Потрібно викликати в пам'яті той стан, який колись дозволило гідно відповісти на питання або з честю вийти з делікатної ситуації – цей епізод повинен завжди бути в голові під час виступу.

4. Жодної думки не слід допускати про минулі невдачі, однак і зациклюватися на цьому не варто, оскільки страх перед помилкою неодмінно її викличе. Якщо постійно боятися подумати про погане, про це неодмінно думаєш. Звучить трохи заплутано, але дехто, мабуть, чув про «ефект білої мавпи»? Психологами цей момент був вивчений досить добре і він означає наступне: якщо весь час намагатися не думати про білу мавпу, про неї неодмінно будеш думати. Так влаштована людська психіка, тому не слід бути в напрузі і боятися подумати про помилку – неодмінно її здійсниш.

5. Варто відкинути страх перед негативними наслідками виступу, потрібно твердо розуміти, що аудиторія зовсім не ворожа до виступаючого. Варто шукати підтримки в аудиторії. Завжди є люди, котрі усміхнуться, кивнуть чи якимось інакше схвально відреагують на ваш виступ.

6. Якщо почуття хвилювання все-таки не відпускає, варто намагатися виступити першим. Публічного виступу все одно не уникнути, а так можна

звести до мінімуму час жахливого очікування, який, до того ж, вимотує всі сили і нерви, не залишаючи їх для самого відповідального моменту.

7. Ознайомлення з місцем майбутньої доповіді. Слід вивчити приміщення, де буде проходити виступ, необхідно знати, як і в якій позі ви будете виступати.

8. Зручність і комфорт доповідача. Якщо людина впевнена в собі, найбільш значно і видовишно сприймається доповідь, зроблена стоячи. Однак, якщо «коліна підгинаються», краще всього говорити сидячи за столом, якщо є така можливість. Поза повинна бути невимушеною, вільною.

9. Чітке усвідомлення того про що говориш. Якщо людина публічно говорить про те, чого сам не розуміє, це теж, звичайно, може пройти «на ура». Однак, коли промовець сам усвідомлює, що несе нісенітницю, він стає невпевненим у собі і своїх словах, невпевненість відчувається аудиторією, що викликає ще більшу нервозність і, як наслідок, ступор і неможливість продовжувати мову. Тому, переконайтеся, що в разі потреби ви зможете швидко зорієнтуватися, зазирнувши у записи. Нотатки варто зручно розмістити, щоб ними одразу можна було скористатися.

3. Зовнішній вигляд та манери оратора

Особистість оратора, його стиль спілкування з аудиторією, на думку Е. Аронсона і Е. Пратканіс, – визначальні фактори ефективності виступу. Більш ніж за 300 років до н. е.. Арістотель писав: *«Ми набагато повніше і з більшою готовністю віримо хорошим людям, ніж комусь іншому ... Особисті якості оратора можна, назвати чи не найефективнішим засобом переконання, яким він володіє»*.

Зовнішній вигляд оратора – це те, що впадає у вічі слухачам відразу, як тільки він постає перед ними. Зовнішні дані оратора якщо і не завжди допоможуть, бодай не повинні зашкодити. Важко вимагати від кожного оратора довершеної статури. Але, постаючи перед аудиторією, ви повинні бути впевнені, що ваш зовнішній вигляд відповідає вимогам слухачів і обстановці. На службовій нараді або профспілкових зборах навряд чи треба бути чоловікам у краватці чи метелику, а жінкам – у вечірній сукні. І викладач не вимагає від студентів, які прийшли на лекційне або практичне заняття, бути вдягненими по-святковому. Але неохайність і недбалість в одязі можуть зашкодити. Зачіска має бути в порядку, руки і нігті – чисті, взуття – начищене, сукня чи костюм – випрасувані.

Оратору чоловікові краще виступати у костюмі, якщо не дуже спекотно. Бажано, щоб костюм було застігнуто на всі гудзики. Звісна річ, чоловік має бути добре поголеним, зайві речі не повинні випинати кишені, у боковій кишені не повинно бути ручок, окулярів і олівців.

Жінка, безумовно, повинна знати, якої довжини у неї рукав, наскільки відкритий виріз горловини, як сидять на ній брюки чи спідниця, де знаходяться нагрудні кишені. Вона повинна попередньо оцінити, як виглядає її вбрання, коли вона стоїть, сидить чи ходить. Оскільки навряд чи доведеться виступати перед однією і тією ж аудиторією двічі, можна сміливо

одягати старі перевірені речі, у яких можна не думати про те, як ви вдягнені, а зосередити всю свою увагу на виступі.

Підбираючи мінімальний гардероб на всі випадки життя, жінці слід урахувувати комбінації кольорів таким чином, щоб можна було комбінувати варіації різних деталей одягу.

Бажано тільки обдуманно підібрати два базових кольори, які більше всього личать вам. Тоді стає можливим створити до сорока сполучень, маючи під рукою всього якусь дюжину речей.

Секрет гарного смаку прихований у виборі аксесуарів для одягу, оскільки саме вони допомагають виразити своє власне «я». За допомогою аксесуарів можна змінювати один і той же костюм, пристосовуючи його для різних сезонів і випадків.

Знайшовши свій індивідуальний образ, жінка може варіювати його за допомогою пасків, прикрас, шарфів, мереживних комірців, штучних квітів. Що стосується прикрас, то їх використання не повинне залежати від того, що в даний момент модне, а що – ні. Слід пам'ятати, що мода також немає значення, коли мова йде про те, що гарно і що погано виглядає на телеекрані або з трибуни.

Прикраси повинні підкреслювати зовнішність жінки, не привертаючи до себе уваги. Гарний смак виявляється в тому, щоб уміло користуватися декількома прикрасами, що чудово виглядають. Основне правило тут: позбавитись усього, що хитається, занадто блискуче, мінливе, дзвенить і шумить, тим самим відволікаючи увагу слухачів від вашого обличчя і від того, що ви говорите.

Що стосується взуття, то більшості жінок, причетних до політики, ділових кіл або зайнятих у певних сферах діяльності, подобаються прості «човники», хоча непогано виглядають туфлі з дірчастими узорами. Неприпустиме взуття яскравого або строкатого кольору та підбори незвичних форм.

У макіяжу тільки одне призначення: він повинен допомогти жінці показати свою природну красу, підкреслити переваги і трохи приховати недоліки. Він не повинен привертати до себе увагу, але водночас має відповідати вимогам моменту і стверджувати певний імідж жінки.

Щодо манер оратора, то їх загалом звести до кількох груп: манери мовлення і манери жестикуляції і рухів, тобто вербальні і невербальні комунікативні засоби впливу на аудиторію. Значну частину вербально-комунікативних засобів було розглянуто у попередніх розділах (елоквенції і диспозиції).

4. Паралінгвістичний фонаційний арсенал оратора

4.1 Техніка правильного дихання оратора. Для звичайної розмови цілком достатньо поверхневого дихання, що заповнює лише верхню частину легень. За трибуною слід дихати глибоко, на повні груди, використовуючи діафрагму. Наповнювати легені повітрям слід знизу вгору – вдихати так, щоб надувся живіт, далі наповнюється грудна клітка під ребрами, аж доки не буде

відчуття, що повітря піднялося до ключиць. Правильне глибоке дихання швидко насичує кров киснем, і, як результат, зникає скутість тіла, оратор відчуває себе спокійним і зосередженим. Ще один плюс глибокого діафрагмального дихання – воно непомітне, його не чують слухачі. Тоді як поверхнєве дихання – «голосне» і може відволікати увагу слухачів.

Діафрагмальне дихання дає можливість контролювати свій голос.

Риторична практика виробила кілька правил, виконуючи які можна відпрацювати дихання так, щоб воно було легким для промовця і непомітним та приємним для слухачів. Від дихання залежить самопочуття промовця і озвучення промови, адже звуки творяться на видихові.

На дихання оратора впливають зовнішні і внутрішні чинники. До зовнішніх належать розмір приміщення (замале або велике для певної кількості людей, з доброю або поганою акустикою, неестетичне, непровітрене, холодне), наявність сторонніх шумів, дій, людей, поспішність, доброзичливість або недоброзичливість аудиторії та керівництва тощо.

Внутрішні чинники залежать від самого промовця, тому, враховуючи їх та дотримуючись певних правил дихання і вимови і тренуючись, можна досягти значних успіхів на цьому шляху:

- Слід обрати зручне місце і зручну позу. Краще говорити завжди стоячи, з трохи піднятою головою, розправивши плечі, тоді мовні органи будуть вільними, не затисненими.

- Вдихати й видихати повітря треба безшумно, не втягуючи і не сопучи, не хекаючи і не крекчучи, не натужно, так, щоб слухачі не помічали дихання промовця, бо якісний звук утворюється тільки на спокійному струмені повітря.

- Вдихати повітря слід тільки через ніс, спокійно, вільно, безшумно.

- Починати мовлення можна лише тоді, коли в легені набереться повітря стільки, що його вистачить на вимову певної структурно-логічної частини тексту, щоб не робити позачергового, рятівного вдихання, яке може порушити плавність і ритм мовлення. Отже, цю структурно-логічну частину тексту треба уявляти внутрішнім зором або пробігти поглядом у тексті, щоб зорієнтуватися, наскільки вона довга.

- Слід витратити повітря рівномірно і не допускати повного видиху, тому що звучання може перейти на неприємний для слухачів фальцет (італ. *falsetto*, від *falso* – неправильний, помилковий). Складається враження, що промовець втратив насагу, а він же повинен бути для всіх невтомним. Не рекомендується починати промову репліками на зразок «Оце вже я втомився розповідати...».

- Щоб не втратити темпу мовлення, треба використовувати природні зупинки (паузи) між блоками тексту для добирання повітря в легені. Поповнювати запас повітря (піддихувати) треба своєчасно і непомітно.

- Промовець має орієнтуватися, яка сила звучання йому потрібна, щоб набрати відповідну кількість повітря. Якщо треба говорити гучніше,

сильніше (для великої аудиторії), треба більше набирати повітря. Проте й великий надлишок повітря також заважатиме утворенню звучання.

Ніколи не треба говорити на крайній межі сили свого голосу, особливо починаючи промову. Бажано обрати середній рівень, щоб за потребою можна було підняти силу голосу чи опустити.

У слухачів повинно скластися враження, що промовець може ще говорити багато і гарно.

Кожний промовець повинен знати можливості і межі свого голосу і не перенапружувати голосові зв'язки, щоб не бути смішним. Риторична практика радить обов'язково готуватися до промови не тільки письмово (писати текст виступу), а й усно, тобто озвучувати промову. Добре, якщо є можливість записати промову на магнітофонну стрічку і прослухати себе, щоб уникнути помилок і вилучити все непотрібне.

4.2 Техніка мовлення – невід'ємна частина мистецтва звучної мови, ораторського мистецтва. І коли йдеться про неї, зважають не на самі тільки «техніцизм», «віртуозність», а й на технічні навички, без яких ораторського мистецтва не існує.

Під технікою мовлення в широкому сенсі розуміється вміння оратора володіти голосом, інтонувати мову та управляти аудиторією. Техніка мовлення у вузькому сенсі складається з трьох аспектів – дикції, дихання, голосу (практично вони неподільні).

Дикція у перекладі означає «вимова» (лат. *сіісеге* – вимовляти; *сіісііо* – вимова), а під бездоганною дикцією вважається правильна, чітка вимова кожного голосного і приголосного звуків окремо, а також слів і речень в цілому. Виразна вимова для оратора є обов'язковою, бо її недосконалість заважає сприйняттю та розумінню сутності «озвученої» промови.

Робота над диханням складається з того, щоб правильним способом знайти найбільш прийнятний, здоровий тип дихання, який сприяє подоланню технічних мовних вад, що трапляються у промовців.

Найскладнішою є робота над **голосом** так звана постановка голосу, під якою розуміється найповніший і всебічний розвиток голосових даних, таких, як збільшення обсягу діапазону голосу, розвиток сили, звучності, гнучкості голосу. Голос – озвучене дихання. Спеціальні вправи допоможуть позбутися очевидних голосових вад (гугнявість, горловий звук тощо).

Голос має деякі ознаки: силу звуку, висоту тону і тембр. Всі ці якості голосу неважко відшукати в будь-якій промові, що виголошується, їх наявність пояснюється самою природою, будовою і функцією мовного апарату людини. Але в публічному виступі звучність голосу, його тембр, висота тону свідомо використовуються оратором як засоби мовної виразності, як засоби впливу на слухачів. Тому оратор звертає увагу не тільки на фізіологічні, але й на психологічні основи зміни звучності мови, висоти і забарвлення голосу.

Утворення голосу. Процес творення голосу нерозривно пов'язаний з диханням, що є неодмінною умовою звучання мови. Повітря, яке ми

видихаємо з легень, проходить через бронхи (дихальне горло), а звідти в гортань. В останній розміщені голосові зв'язки, які мають властивість змикатися і розмикатися, утворюючи щілину. Під тиском повітря вони коливаються і створюють голос.

4.3 Основні властивості голосу

Голос – це звук, що утворюється в гортані коливанням наближених один до одного напружених голосових зв'язок повітрям, що під тиском видихається. Головні якості будь-якого голосу – це сила, висота, тембр. Для добре поставленого голосу характерні ще і такі властивості, як благозвучність, польотність, рухливість і різноманітність тону.

Сила голосу – це його гучність, залежно від активності роботи органів дихання і мови. Людина повинна уміти варіювати силою голосу залежно від умов комунікації. Тому однаково необхідне вміння говорити як голосно, так і тихо.

Висота голосу – це його здібність до тональних змін, тобто його діапазон. Для звичайного голосу характерний діапазон в півтори октави, проте в побутовій мові людина найчастіше використовує лише 3–4 ноти. Розширення діапазону робить мову виразною.

Тембром голосу називають його неповторне індивідуальне забарвлення, яке обумовлене будовою мовного апарату, головним чином характером обертонів, що утворюються в резонаторах, – нижніх (трахея, бронхи) і верхніх (порожнина рота і порожнина носа). Якщо нижніми резонаторами ми не можемо довільно управляти, то використання верхніх резонаторів може піддаватися вдосконаленню.

Під **благозвучністю голосу** розуміється чистота його звучання, відсутність неприємних призвуків (хрипоти, сиплості, гнусавості і тому подібне). У поняття благозвучності включається перш за все дзвінкість. Голос звучить дзвінко, коли він резонує в передній частині порожнини рота. Якщо ж звук формується у м'якого неба, він виходить глухим і тьмяним. Дзвінкість голосу залежить і від зібраності звуку (його концентрації у передніх зубів), від спрямованості звуку, а також від активності губ.

Благозвучність голосу має на увазі, крім того, і свободу його звучання, що досягається вільною роботою всіх органів мови, відсутністю напруги, мускульних затисків. Така свобода досягається ціною довгих вправ. Благозвучність голосу не слід ототожнювати з благозвучністю мови.

Недоліки тембру:

1. Задишка – недолік, що пов'язаний з неправильністю дихання та невпевненістю доповідача у собі. Для перевірки наявності цього недоліку необхідно з різною силою і тривалістю вимовити слова, що починаються на с, х, т, п, та поспостерігати, як потік видихуваного повітря впливає на якість звучання наступних звуків. Якщо недолік має місце, необхідно виконувати вправи на постановку дихання та вдосконалення тембру. Працювати над упевненістю у собі.

2. Хриплість – недолік вібрації голосових зв'язок. Причинами цього недоліку можуть бути: неготовність голосових зв'язок до роботи; хвороби гортані, зокрема її хронічний катаральний стан або перевтома.

Якщо недолік має місце, потрібно дати можливість горлу відпочити: не говорити багато і довго. Після зникнення хриплості варто регулярно виконувати відповідні вправи щодо покращення тембру.

3. Гортанність – недолік, для якого характерним є проковтування звука, його зосередження глибоко в ротовій порожнині. Зовні схожа на притишений звук. Причинами цього недоліку можуть бути: малорухливість щелепи, напруженість гортані та нижньої щелепи. Якщо недолік має місце, потрібно систематичне тренування з вироблення стійкого і рівномірного тиску потоку видихуваного повітря на голосові зв'язки (вправи на фонаційне дихання та висоту звучання голосу).

4. Гугнявість – недолік, який пов'язаний з вираженням носовим резонансом будь-яких звуків, крім м, н, г. Чинниками даного недоліку можуть бути: мала рухливість нижньої щелепи; потік видихуваного повітря до носової порожнини більший, ніж вихід через ніздрі. Внаслідок цього має місце так зване «стисле» звучання, що зумовлює надмірне напруження гортані. Якщо недолік має місце, потрібно вправлятися у розслабленні гортані, розвивати рухливість нижньої щелепи, керувати гнучкістю м'якого піднебіння.

Благозвучність мови – це відсутність в мові поєднання або частого повторення звуків, які різють слух. Благозвучність мови припускає найбільш досконале поєднання звуків, зручне для вимови і приємне для слуху. Наприклад, викликає какофонію (тобто оцінюється так, що погано звучить) повторення в межах фрази або словосполучки свистячих і шиплячих звуків без спеціальних стилістичних цілей: *«у нашій школі щоденно перевіряють щоденники»*; нанизування слів з декількома приголосними підряд: *«від під'їзду від'їжджає бджоляр у відрядження»*; не рекомендується будувати фрази так, щоб виходило з'янення голосних: *«і у Іоанна»*. Проте до техніки мови проблеми її благозвучності не відносяться.

4.4 Поняття модуляції звучання голосу: мелодійність, гучність, темп, інтонація тощо

Польотність голосу – це його здатність бути добре чутним на значній відстані без збільшення гучності.

Рухливість голосу – це його здатність без напруги мінятися по силі, висоті, темпу. Ці зміни не мають бути мимовільними, у досвідченого оратора зміна певних якостей голосу завжди переслідує певну мету.

Під **тоном голосу** мають на увазі емоційно-експресивну забарвленість голосу, що сприяє виразу в мові того, хто говорить певних відчуттів і намірів. Тон мови може бути добрим, злим, захопленим, офіційним, дружнім і т.інш. Він створюється за допомогою таких засобів, як збільшення або ослаблення сили голосу, паузації, прискорення або уповільнення темпу мови.

Темп мови не є безпосередньою властивістю самого голосу людини, проте уміння варіювати при необхідності швидкістю вимовляння слів і фраз.

Наголоси і паузи. Готуючись до виступу, слід наперед уявити його звучання. Ритм промови має за основне зміну певних частин промови за довжиною звучання, а також чергування мови, що звучить, та пауз. Багато мовотворчих, вимовних порад, які пропонував акторам К. Станіславський, не зайві і для звичайного промовця. Наприклад: *«Нехай паузи поділять думку, що викладається, на її складові частини, але щоб кожна з цих частин не втрачала своєї належності і безперервності»*.

Пауза (лат. *pausa*) – зупинка між мовними тактами, окремими словами і складами слів. Відповідно до змісту, почуттів і мети висловлювання, обставин, місця і часу, в яких здійснюється це висловлення прийнято поділяти паузи на:

- а) синтаксичні;
- б) логічні;
- в) психологічні;
- г) ритмічні (віршові);
- д) фізіологічні.

Синтаксична – пауза, викликана синтаксичною структурою речення, передана за допомогою пунктуації, залежить від характеру розділового знаку.

. ! ? завжди відповідають паузам, оскільки означають межу між висловлюваннями.

; – : теж обов'язкова пауза.

Бувають випадки, коли за вимогами пунктуації кома потрібна, а пауза – ні (Кома при звертанні в середині та в кінці речення – це традиція вимови) вставні слова, короткі порівняльні звороти, повторювальні слова.

Логічні паузи пов'язані зі змістом, логікою промови. За їх допомогою оратор здійснює роздрібнювання потоку слів на змістовні частини. Це нібито поділ або поєднання слів у мовні такти. Мовний такт – відрізок фрази, цілісний за значенням, об'єднаний інтонаційно і відокремлений з обох боків паузами. Зауважимо ще раз: логічна точність і виразність мови досягається постановкою логічних наголосів.

Логічний наголос – підкреслена вимова етапних речень у промові (тези, висновки), а також найзначніших слів і словосполучень у фразах.

Якщо на підготовчому етапі логічне структурування інформації (матеріалу про предмет) вдало проведено, то воно допоможе віднайти потрібні логічні паузи і логічні наголоси у тексті, завершити текст закономірним умовисновком.

Психологічна пауза – зупинка на початку, в середині або в кінці фрази, яка виправдовується психологічно і зосереджує, затримує увагу слухачів на важливих моментах змісту тексту і викликає певний настрій – переживання, аналогічні авторів, його героям і самому читцеві.

Вони можуть збігатися з паузами логічними, ритмічними, але в таких випадках вони тільки продовжують їх тривалість (мінімум //).

«Логічна пауза служить розумові, психологічна почуттю» (К. Станіславський).

Завдання психологічної паузи як засобу впливу на слухача зводяться, по-перше, до того, щоб зосередити увагу слухачів на важливості змісту слів, що йтимуть після неї, викликати певні переживання, і, по-друге зосередити увагу слухачів на важливості змісту вже сказаних слів і дати можливості слухачам їх сприйняти, пережити.

Розрізняють різновиди психологічної паузи:

1. Пауза настороженості. Вона супроводжується, стимулюється вигуками: «Ах!», «Тсс!», «Стій!» ..., які передають подив, зачудування, вагання, страх.

2. Пауза емоційного підсилення. Робиться між повторюваними словами і служить своєрідним перемикачем на посилення емоційного заряду цих слів.

Наприклад: *«Іде, // іде!» – хором підхопила малеча (радість). «Геть. Згинь!» – простогнала Уляна (гнів).*

3. Пауза пригадування. Показником паузи є трикрапка. Слова після паузи характеризують згадане.

Наприклад: *І куди ж вона поділася? ... Здається я віддав її Володі.*

Розрізняють ще паузи замовчування, емоційного порівняння, жалю, роздумів, залякування, спонукування, напруження тощо.

Отже, психологічні паузи

а) є засобом передачі психологічного змісту тексту і власного мовлення;

б) концентрують увагу читця в процесі підготовки і при читанні тексту, а також увагу слухачів;

в) спонукають до осмислення внутрішнього змісту тексту з позицій автора.

Психологічна пауза – це вже результат інтенції мовця, його настановлення на промову, його задуму, тобто всього того, що було вже здійснено на першому етапі підготовки промови – інвенції, сформовано в тезах і доведено на наступному етапі – диспозиції, що, можливо, залишилося поза словами на етапі мовного оформлення виступу – елокуції, того, що передумано і пережито мовцем на етапі мнемоніки, тобто зміцненні майбутньої промови у пам'яті.

Психологічна пауза з'являється на останньому етапі підготовки промови – в акції, тобто в процесі виголошення промови, і тому вона ніби самотійна. Проте тут вона є просто зовнішнім виявом того, що оратор пережив і хоче сказати для слухачів, а у промовця вона зароджувалася, можливо, навіть із задумом в інвенції.

Віршова (ритмічна) пауза – зупинка в кінці віршового рядка лише при переносі з нього думки в наступний рядок (нема розділового знаку). В інших випадках збігається із синтаксичною, логічною. Вона передає ритмічно організовану мову вірша. (Вірші Т.Шевченка).

Фізіологічні паузи викликані необхідністю вдихнути повітря. Як правило, вони збігаються з іншими паузами – граматичними, логічними і психологічними.

Тривалість пауз. Для правильного вираження певної думки має значення не тільки наявність пауз, їх характер, а й тривалість. Тривалість логічної, ритмічної, психологічної, фізіологічної пауз диктується їх змістом, почуттям, обставинами.

Синтаксична пауза має певний ґрунт – розділовий знак, проте враховуються конкретні ситуації за тривалістю:

- а) короткі / 1 сек.;
- б) середні / 2 сек.;
- в) довгі / 3 сек.

4.5 Гігієна голосу. До і після постановки голос читця потребує постійного догляду, щоб не допустити псування і втрати його. Для цього слід дотримуватися певних правил роботи мовного апарату і загальної гігієни голосу, зокрема:

1. У процесі читання, розповіді не допускати висоти голосу поза межі виробленого, встановленого, можливого діапазону, а також надмірної гучності і тривалості мовлення. Це може призвести до зриву голосових зв'язок.

2. Не допускати простудних захворювань, гострих або хронічних катарів верхніх дихальних шляхів, нервових зворушень тощо. Це може призвести до захворювання органів, які беруть участь у голосоутворенні (гострого, хронічного і професійного ларингіту – запалення слизової оболонки гортані, внутрішніх вузликів на голосових зв'язках).

3. Не перевищувати денних норм голосового навантаження (4-5 академічних годин підряд). У процесі тривалого мовлення варто робити кількахвилинні перепочинки 5-8 повільних і спокійних видихів.

4. Дотримуватися профілактики носоглотки. При найменших неприємних відчуттях сухості в горлі треба його прополоскати відваром ромашки чи листя евкаліпту. Можна загартовувати носоглотку: кожного дня протягом певного часу полоскати холодною водою з поступовим зниженням температури від +20 до + 12 °С.

Найкращий спосіб збереження професійного звучання голосу, як зауважує С.Т. Нікольська, це зарядка, до якої входить дихальна і артикуляційна гімнастика. Якщо кожного ранку після дихальних вправ (10-15 хв) ви прочитаєте протягом 10 хвилин гекзамером, дотримуючись усіх правил дикції, дихання голосу, то це сприятиме не тільки постійній підтримці мовного апарату, а й доброго робочого стану всього організму.

5. Різновиди невербальної комунікації

Невербальна комунікація – комунікація за допомогою невербальних засобів (жести, міміка, паузи, манери, зовнішність).

Психологами встановлено, що у процесі взаємодії менеджера до 80% комунікації здійснюється за рахунок невербальних засобів. А австралійський

спеціаліст «з мови рухів тіла» А. Піз стверджує, що за допомогою слів передається лише 7% інформації, тоді як за допомогою звукових засобів (тон голосу, інтонація тощо) – 38%, а за допомогою міміки, жестів, пози – 55%.

Спілкування як живий процес безпосередньої комунікації виявляє емоції тих, хто спілкується, утворюючи невербальний аспект обміну інформацією. Засоби невербальної комунікації як «мова почуттів» значно посилюють смисловий ефект вербальної комунікації, а за певних обставин можуть її замінювати. У діловій розмові вони мають часом більше значення, ніж слова. Для оратора винятково важливо, з одного боку, уміти контролювати свої рухи і міміку, а з іншого боку – розуміти мову жестів і міміку аудиторії, правильно інтерпретувати їх. Неувага до невербальних засобів у діловому спілкуванні може дезорієнтувати співрозмовника, якщо неправильно сприймати його міміку, жести, поведінку у типових ситуаціях або необачно самому поводитися.

До невербальних засобів вчені відносять рухи тіла, жести (рухи рук, ніг), просторове поле між співрозмовниками, вираз очей та неправильність погляду, вираз обличчя, акустичні засоби (пов'язані з мовою і непов'язані з нею), тактильні засоби (потиск рук, поцілунки), посмішка, косметика, реакції шкіри (почервоніння, збліднення), запахи (парфуми, алкоголь), одяг та його колір, манери та ін.

За спорідненими ознаками ці засоби класифікують:

Акустична:

а) *праксодика* – невербальні засоби, що стосуються голосу та його вокалізації (інтонація, гучність, тембр, тональність тощо);

б) *екстралінгвістика* – вкраплення у голос (сміх, плач, покашлювання, дикція, паузи тощо). З цим видом невербальної комунікації ми вже обізнані.

Оптична:

а) *кінетика* – жести, міміка і пантоміміка, рухи тіла, контакт очима;

б) *проксемика* – система організації простору і часу спілкування (відстань між мовцями, дистанція, вплив території, просторове розміщення співбесідників тощо);

в) *графеміка* – почерк, символіка скорочення тощо;

г) *зовнішній вигляд* – фізіономіка, тип і розміри тіла, одяг, прикраси, зачіска, косметика тощо.

Зупинимось на деяких рекомендаціях фахівців стосовно оцінки та володіння засобами невербальної комунікації.

Найважливішою серед невербальних засобів спілкування вважається кінетика. Кінетика є «мовою тіла» (будь-який рух тіла або його частин), за допомогою якої людина свідомо чи несвідомо передає зовнішньому світу своє емоційне послання.

Жести, поза співрозмовника виражають внутрішній стан людини. Їх, як і інші компоненти невербального спілкування, не завжди можна інтерпретувати однозначно.

Багато чого залежить від загальної атмосфери і змісту бесіди, а також від індивідуальних особливостей співрозмовника. Значну роль також відіграє самовладання і ступінь володіння невербальними засобами спілкування. Так, адвокати, актори, політики і т.д. або взагалі відмовляються від жестикуляції, або спеціально відпрацьовують міміку, жести і пози, що змушують вірити тому, що вони говорять.

Проте, можна навчитися досить точно розпізнавати внутрішній стан співрозмовника.

На думку психологів, вимовляючи що-небудь, людина, сама того не усвідомлюючи, робить певні рухи. Розглянемо деякі з них.

Ставлення людини до співрозмовника передає його **поза**.

- Якщо співрозмовник тягнеться до іншого, ловить його погляд, робить скуті жести, то можна сказати, що він прилаштовується знизу до іншого.

- Якщо під час бесіди ваш партнер направляється чи повертається убік дверей, якщо його ноги звернені до виходу, це означає, що йому хотілося б піти.

- Співрозмовник, що ходить по кімнаті, найімовірніше, ретельно обмірковує складну проблему, приймає важке рішення.

- Якщо співрозмовник однією рукою спирається на одвірок чи стіну, а іншу тримає на стегні – значить він прагне очолювати. Про це ж говорить і така поза: обидві руки на стегнах, ноги злегка розставлені.

- Співрозмовник, що сидить на стільці, недбало, закинувши ногу на ногу, – вважає себе господарем становища. Той же, хто сидить на краєчку стільця, склавши руки на колінах, навпаки – схильний підкорятися.

- Якщо людина намагається виглядати вищою за співрозмовника, споглядає на нього зверхньо, демонструє самовпевненість, то вона намагається бути покровителем.

- Якщо співрозмовник піднімає плечі й опускає голову, виходить, він скривджений чи ображений, особливо, якщо при цьому він ще і починає щось креслити на листі паперу (різні геометричні фігури, стріли і т.п.).

- Помітивши, що співрозмовник нахилився всім корпусом уперед, а руки при цьому поклав на коліна чи тримається ними за краї сидіння, негайно запропонуйте закінчити зустріч: саме до цього прагне ваш співрозмовник.

- «Пощипування перенісся» – знак глибокої зосередженості і напружених міркувань, при цьому людина звичайно закриває очі.

- Якщо ваш співрозмовник почухує підборіддя (як правило, при цьому він ще і прищурюється), значить приймає рішення.

- Якщо ваш співрозмовник підпирає підборіддя долонею з витягнутим вказівним пальцем, значить він відноситься до ваших пропозицій критично.

- Коли людина говорить нещиро чи чує, як говорить неправду хтось інший, він мимоволі намагається закрити руками рот, очі і вуха. Той, хто

вимовивши що-небудь, прикриває рукою рот (великий палець звичайно притиснутий до щоки, жест нерідко супроводжується удаваним покахикуванням), найімовірніше, говорить неправду. Аналогічним жестом у момент вашої мови співрозмовник виражає сумнів у вашій правдивості.

- Про неправду можуть свідчити і легкі швидкі дотики до носа чи ямочки під носом. Фахівці пояснюють це тим, що в момент проголошення неправди в людини виникає сверблячка, роздратування нервових закінчень носа, і він змушений почухати його чи хоча б доторкнутися до нього, щоб позбутися від сверблячки.

Варто пам'ятати, що дотик до носа чи швидке його потирання не може бути стовідсотковим доказом нещирості співрозмовника. Іноді такий жест виражає сумнів людини в чому-небудь, напружене міркування, пошук точного формулювання відповіді. І, нарешті, ваш співрозмовник може почухати ніс просто тому, що він чешеться. Правда, при сверблячці, пов'язаній, наприклад, з алергією, ніс потирають енергійно, а для потирання – жесту характерний легкий дотик.

- Неправда викликає сверблячку в повіках очей, а також у м'язових тканинах шиї. Тому деякі нещирі співрозмовники іноді «відтягають» комірець. Потираючи віко, чоловіки роблять це енергійно, а жінки, як правило, тільки проводять пальцем по нижньому віку.

- Потирання віка пов'язане також з бажанням уникнути погляду в очі співрозмовника, якому говорять неправду.

- Про неправду чи, щонайменше, про прагнення щось приховати можуть свідчити потирання чола, скронь, підборіддя.

- Почісування вуха може бути рівнозначно фразі: «Я не бажаю цього чути».

- Мочку вуха смикають у стані хвилювання, розладу, а потягують її – якщо людині набридло слухати і він хоче висловитися сам.

- Про бажання перервати співрозмовника більш виразно сигналізує невисоко піднятий нагору вказівний палець. Цей жест виражає прагнення заперечити, перейти до наступного питання, чи навпаки, повернутися до попереднього і т.п.

- Якщо ваш співрозмовник у момент вашого висловлення збирає з костюма якісь непомітні ворсинки – він не схвалює ваші слова, хоча і не висловлює своєї незгоди вголос. Якщо протягом усієї бесіди він на словах погоджується з вами, але постійно збирає з одягу неіснуючі ворсинки – це ознака того, що в дійсності він з вашою думкою не згоден.

Положення рук. Руки у певному положенні підтверджують ставлення до співрозмовника:

- Людина, що відчуває власну перевагу, закладає руки за спину, охоплюючи зап'ястя. А от руки за спиною, сплетені в замок, говорять про те, що людина намагається заспокоїтися або хоча б приховати своє хвилювання.

- «Закладання рук за голову» – ще один жест, що виражає перевагу.

– «Шпилеподібний жест». Пальці рук торкаються один одного, утворюючи шпиль, вістря якого може бути спрямоване нагору чи вниз. Цей жест виражає впевненість у собі, у своєму рішенні, а точно інтерпретувати його зміст можна тільки на підставі супутніх йому рухів, наприклад, бігаючий погляд чи схрещені на грудях руки свідчать про намір відмовитися від угоди і закінчити бесіду.

– Схрещування рук на грудях у більшості випадків виражають психологічний дискомфорт, почуття небезпеки. Просте схрещування рук означає, наймовірніше, що співрозмовник зайняв оборонну позицію.

Іноді, якщо бесіда проходить мирно і ніяких основ для конфронтації нема, схрещування рук на грудях може означати простий спокій і впевненість.

– Буває, що співрозмовник не просто схрещує руки на грудях, але ще і стискає пальці в кулаках. Це означає, що він налаштований агресивно.

– Якщо співрозмовник кистями схрещених рук обхоплює свої плечі (іноді дуже міцно), знайте: він ледве стримує негативну реакцію на ваші пропозиції. Якщо співрозмовник особливо розлютований, то схрещені руки можуть доповнюватися холодним поглядом з легким прищуром, а також штучною посмішкою.

Положення плечей і голови. Коли людина розслаблена її плечі зазвичай опущені. У стані напруги людина мимоволі піднімає плечі. Тим, хто виступає з трибуни перед численною аудиторією, рекомендується звернути увагу на плечі і голови слухачів. Це допоможе зрозуміти настрій тих, хто зібрався і відповідним чином почати виступ. Чим більше піднятих плечей, тим більш ворожий настрій має аудиторія.

– Співрозмовник з піднятими плечима й опущеною головою відчуває найімовірніше, інтерес, розташування до партнера, спокій.

– Співрозмовник з опущеними плечима і піднятою головою може почувати невпевненість, незадоволеність, страх, почуття презирства до партнера. Така поза – характерна для замкнутих людей.

– Коли співрозмовник, слухаючи вас, трохи нахилиє голову набік, це може бути вираженням інтересу до ваших слів чи до вас особисто.

Міміка. Міміка – це виразний рух м'язів обличчя, що відповідає пережитим почуттям і настроям. Будь-які зміни у виразі обличчя добре помітні і дуже часто показують найменші зміни внутрішнього стану людини.

Найінформативнішим засобом невербального спілкування, найбільш достовірним і точним сигналом є *очі*.

Як правило, при зустрічі люди спершу кілька секунд дивляться один одному в очі, а потім відводять погляд. Існує припущення, що контакт очей при зустрічі необхідний для встановлення довірливих відносин, але затримка погляду на очах співрозмовника говорить про прагнення до домінування. Тому не рекомендується дивитися в очі співрозмовнику довго і невідривно, інакше його реакція може бути досить агресивною. Однак нетривала

затримка погляду в гострі моменти бесіди чи наприкінці зустрічі цілком припустима, вона виражає довіру до партнера.

У цілому ж протягом бесіди рекомендується зустрічатися поглядом зі співрозмовником приблизно 2/3 усього часу спілкування (якщо менше 1/3 – навряд чи він буде довіряти вам). Якщо ви помітите, що співрозмовник під час бесіди дуже часто відводить погляд убік, у вас є всі підстави думати, що партнер або нервує, або нудьгує і хоче скоріше припинити малоцікаву для нього розмову. Під час ділової розмови рекомендується дивитися на уявний трикутник на чолі вашого співрозмовника і не опускати погляд нижче його очей. Такий напрямок погляду створить у партнера враження, що ви настроєні по-діловому і допоможе вам контролювати хід бесіди.

У стані радісного настрою зіниці стають у чотири рази більші, ніж звичайно. І, навпаки, у пригнобленому стані, при виникненні невдоволення, ненависті зіниці помітно звужуються.

Якщо співрозмовник знає значення прийомів невербального спілкування і вміло направляє свій погляд, то вже реакцію своїх зіниць він напевно не зможе контролювати. Довіряйте мимовільним жестам більше, ніж словам, погляду – більше, ніж жестам, реакції зіниць – більше, ніж напрямку погляду.

Залежно від напрямку погляду і характеру супутніх рухів значення цих сигналів розрізняється:

- якщо співрозмовник підняв голову і дивиться нагору – він задумався;
- якщо співрозмовник підняв брови і зробив рух головою – він не зовсім зрозумів ваше висловлення і хотів би щось уточнити;
- якщо співрозмовник дивиться убік – він відноситься до вас без поваги, вашими пропозиціями він зневажає;
- якщо погляд співрозмовника спрямований у підлогу – він відчуває страх і бажання піти.

Іншу важливу для ділового спілкування систему невербальних засобів становить **таксика** – рукостискання, дотики, поплескування по плечах, поцілунок, посмішка тощо.

Рукостискання. Рукостискання – одна із найпоширеніших форм вітання. Ним традиційно починається і закінчується будь-яка ділова розмова. Рукостискання використовується не тільки при вітанні і прощанні, але й у знак висновку угоди, констатації взаємної поваги і довіри. Від виду рукостискання значною мірою залежить результат ділової зустрічі.

Розглянемо деякі характеристики рукостискання.

– Коротке і мляве рукостискання дуже сухих рук може свідчити про байдужність. Тривале рукостискання і вологі руки – ознака сильного хвилювання.

– Трохи затягнуте рукостискання в поєднанні з посмішкою, привітним поглядом і т.п. демонструє дружелюбність. Але, з іншого боку,

довго затримувати руку співрозмовника не рекомендується – це може викликати неприємну аналогію з капканом і дратувати співрозмовника.

– Якщо партнер протягає руку, трохи розгорнувши її долонею нагору, – він віддає вам ініціативу, виражає готовність до підпорядкування. Якщо долоня повернена вниз, – це говорить про прагнення до переваги, бажання очолювати. Якщо ж обоє партнерів однаковою мірою відчують один до одного почуття поваги і взаєморозуміння, то їхні долоні при рукостисканні знаходяться в рівному положенні (вертикальному). Таке рукостискання називається рівносильним.

– Про неповагу, прагнення зберегти офіційну дистанцію і нагадати про нерівність свідчить потиск прямої, незігнутої руки.

– Про бажання тримати співрозмовника на відстані свідчить і рукостискання, при якому в долоню партнера лягають лише пальці.

– Існує ще і «рукавичкове» рукостискання: потискуючи руку співрозмовника правою рукою, ліву руку кладуть на неї з іншої сторони. Таке рукостискання служить для вираження глибоких почуттів і доречно тільки при спілкуванні з добре знайомими людьми. Тому використовувати його при першій зустрічі з діловим партнером не рекомендується.

– Чим більший ступінь довіри і глибина почуттів, тим вище те місце на руці співрозмовника, якого торкається ініціатор цього рукостискання. Рука на лікті – виражає більшу глибину почуттів, ніж рука на зап'ясті. Про найтепліші почуття свідчить ліва рука, що охоплює плече співрозмовника.

Посмішка. Посмішка – знак дружніх почуттів, прихильності до партнера. Посміхнувшись один одному при зустрічі, співрозмовники тим самим знімають напруженість перших хвилин і створюють ґрунт для більш упевненого і спокійного спілкування.

Однак вона може бути не тільки дружньою, але й іронічною, глузливою, презирливою, запобігливою і т.д.

Чим сильніші дружні почуття, що відчуває людина, тим більше оголюються при посмішці зуби. Якщо при першій зустрічі з діловим партнером ви, посміхаючись, хоча б небагато оголите верхній ряд зубів, це може породити недовіру до вас, викликати негативну реакцію партнера. Тим більш недоречно при знайомстві широка посмішка, при якій відкриті обидва ряди зубів – вона характерна для неофіційного спілкування між друзями.

Посмішка не повинна суперечити ситуації спілкування, не повинна цілком розходитися з вашим внутрішнім станом. Наприклад, посмішка на обличчі співрозмовника, що нападає чи люто захищається, свідчить про те, що ця людина нещира.

У посмішці звичайно відбивається психологічний і фізичний стан людини. Якщо вона почуває себе добре, посміхається радісно, якщо вона почуває себе погано, посмішка на її обличчі виглядає стражденно. Урівноважена і вдоволена людина посміхається спокійною, безтурботною посмішкою.

Отже, переважна частина науковців сходяться на тому, що в ораторському мистецтві доречно використовувати:

- *Ритмічні жести*. Вони підкреслюють логічний наголос, уповільнення і прискорення мови, місце пауз.

- *Емоційні* – передають відтінки почуттів (стиснутий кулак, овальний рух руки, «відрубуюча» фразу рука).

- *Вказівні* – рекомендується використовувати в дуже рідких випадках, коли є предмет, наочне приладдя, на які можна вказати.

- *Зображальні* – наочно представляють предмет, показують його (наприклад, кручені сходи).

- *Символічні* – несуть визначену інформацію. До цієї групи відносяться жест категоричності (шабельне відмахування кистю правої руки), жест протиставлення (кисть руки виконує в повітрі рух «там і тут»), жест роз'єднання (долоні розкриваються в різні сторони), жест узагальнення (овальний рух двома руками одночасно), жест об'єднання (пальці чи долоні рук з'єднуються).

Розглядаючи питання спілкування ми не можемо обійти систему організації простору і часу спілкування (**проксеміку**), яку ще називають «просторовою психологією».

Фахівці виділяють чотири просторових зони, яких людина свідомо чи несвідомо дотримується при спілкуванні:

- *Перша зона* – інтимна (від 15 до 46 см). Цю зону людина найбільше оберігає. У ній можуть знаходитися, крім суб'єкта, лише найближчі йому люди.

- *Друга зона* – особиста (від 46 до 120 см). У цій зоні люди звичайно розміщуються під час дружніх зустрічей, на вечірках.

- *Третя зона*. – соціальна (від 120 – до 360 см). Цієї відстані люди дотримуються під час міжособистісного спілкування з малознайомими людьми, зокрема, на роботі.

- *Четверта зона* – громадська (понад 360 см). Відстань, на якій бажано знаходитись лектору, оратору.

Проксеміка також включає орієнтацію людей в просторі. Так психологами доведено що у людини навіть підвищується серцебиття, якщо вона сидить спиною до відкритого простору. Тому за європейськими правилами етикету в кафе чи ресторані кращим є те місце, коли за спиною відвідувача знаходиться стіна, що створює у людини стан захищеності і комфорту.

6. Аудиторія і оратор. Техніка подолання опору аудиторії

Взаємодія з аудиторією – це спільність психологічного стану оратора і його слухачів, що викликані спільними роздумами та співпереживаннями в процесі їх сумісної інтелектуальної роботи. Ця спільність визначається обопільною зацікавленістю й довірою одне до одного. Наявність контакту у взаємодії зі слухачами усвідомлюється оратором як позитивний чинник, що полегшує його роботу, адже в умовах взаємодії найбільш повно

розкриваються його особистісні риси. В свою чергу сам факт встановлення контакту дає оратору інтелектуальне й емоційне задоволення.

Досвід кращих ораторів доводить, що умовами встановлення взаємодії є:

- знання оратором предмета розмови;
- врахування ним потреб та настроїв аудиторії;
- проста, жвава мова оратора;
- постійний зоровий контакт зі слухачами, визначення їх реакції і внесення додаткових змін як у зміст, так і в методику викладення матеріалу;
- намагання бачити в кожному слухачеві співбесідника, товариша, не підніматися над аудиторією;
- залучення слухачів з перших хвилин до сумісного активного обговорення питань.

Метою оратора, смислом його діяльності є перетворення знання в переконання. Існує ілюзія, що для такого перетворення достатньо лише змістовно, повно, логічно викласти певну інформацію і мета досягнута. Для того, щоб забезпечити успіх виступу (реалізувати мету виступу і забезпечити свій інтерес), оратору необхідно, щоб інформація була сприйнята, засвоєна аудиторією, більше того – стало б системою, частиною тих її духовних цінностей, які зумовлюють мотиви поведінки. А щоб досягти цього, оратору необхідні не тільки знання предмета розмови, а й уміння зробити так, щоб аудиторія впродовж всієї промови слухала оратора, взаємодіючи з ним. Важливо знати, що у взаємодії оратора й аудиторії відбуваються суб'єкт-суб'єктні відносини, які передбачають двобічну активність, незважаючи на те, що вплив оратора домінуючий і здавалось би однобічно впливовий.

Засвоєння будь-якої інформації неможливе без участі емоційно-чуттєвого апарату. Люди ж помилково думають, що достатньо довести істину як математичну формулу, щоб її прийняли, або достатньо вірити самому собі, щоб інші повірили. Часто виходить не так: оратор говорить одне, а слухачі приходять до іншого висновку, слухаючи його. Чому так відбувається? Справа в тому, що перш ніж добратися до ядра, тобто до впливу на переконання слухача за допомогою знання, оратору необхідно перебороти два психологічних кола протидії, без чого знання просто не дійде до слухача, той почує тільки слова, не більше.

Перше коло – це інтерес, соціальний і особистісний. Причому, мова має йти не про зовнішню цікавість, а про те, щоб зачепити щось суттєве саме для цих конкретних слухачів. Це може здатися не досить значними тонкощами, і все ж, наприклад, в жіночій аудиторії будь-який аспект розмови, пов'язаний з дітьми та їх майбутнім, частіше всього приведе до успіху в переборюванні шару протидії сприйняття.

Припустимо, що перший шар переборений, інтерес аудиторії викликаний. Та не можна забувати, що по більшості питань у людей є свої уявлення, оцінки, висновки, засновані на життєвому досвіді, тобто буденна свідомість. Навіть повна відсутність уявлення про певний предмет розмови свідчить про рівень свідомості, оскільки говорить про те, що слухачі не

вважають це достатньо важливим і не звертають тому уваги на це. Оскільки для буденної свідомості характерна активна діяльність емоційно-чуттєвого апарата, то він виконує роль своєрідного відбіркового фільтру отриманої інформації. Інформація може бути абсолютно істинною й корисною і все ж таки залишитися неприйнятною. І навпаки – інформація може бути невірною й небезпечною, а сприймається активно, легко. Серцевиною цього «фільтру» є механізм довіри або недовіри, формування якого визначається не тільки і не стільки знаннями, а доволі складною системою законів психологічної взаємодії оратора і аудиторії, взаємодії живої особистості з цілою системою таких же особистостей зі своїми турботами, знанням, почуттями й мотивами до діяльності й поведінки.

Критерієм подолання кіл (шарів) протидії є зацікавлена увага аудиторії, забезпечення якої являє собою першу психологічну проблему контакту оратора й аудиторії на шляху до формування переконання (причому, переконання, що має конкретний, життєвий аспект, наприклад, винуватості або невинуватості підсудного), яке тільки тоді є дійсно переконанням, коли базується на свідомо засвоєних певних знаннях або принципах. Про це необхідно пам'ятати, приступаючи до подолання всіх кіл протидії, щоб не вийшло так, що те, що ви говорите спочатку, не прийшло б в суперечність з тим, що ви сказали потім, чим послабило б формування певних знань або принципів.

Подолання кожного кола являє собою певний етап до розуміння слухачами предмета виступу оратора і тому несе на собі не тільки психологічне, а й інтелектуальне навантаження. Тому психологічні аспекти слід продумувати у нерозривній єдності з аспектами мисленнєвими, змістовними.

Наприклад, оратор вирішив викликати інтерес до теми за допомогою гумору. Психологічно важливо, щоб разом з цим слухачі отримали й певний інтелектуальний поживок, адже гумор завжди оснований на суперечності, і в ньому в живій, яскравій формі просвічується, проглядається сутність речей. Тому жартівливий, на перший погляд, початок має в подальшому розгорнутися в серйозну, змістовну систему знань, важливих для слухачів.

Психологічно перший етап розуміння, тобто подолання першого шару протидії, важливий у досягненні мети оратора, якщо слухач внутрішньо сприйме тему і предмет виступу, як важливий для себе і цікавий, і буде готовий слухати їх.

Другий етап розуміння пов'язаний з подоланням опору повсякденної свідомості. При цьому варто підкреслити, що мова йде саме про подолання опору, оскільки формування наукових уявлень може упродовж виступу зводитися до того, щоб нейтралізувати з будь-якого питання укорінені стереотипи. Подолання опору виражається з інтелектуальної точки зору в усвідомленні аудиторією того факту, що багато чого з того, що є в житті, не укладається у звичні рамки розуміння і не може бути пояснене на основі існуючих у неї уявлень. А психологічно воно виявляється навіть чисто зовні:

у довірі до оратора, у прагненні записати, у проханнях щось повторити і навіть у незгоді, якщо вона носить не ворожий характер, а характер сумніву.

Про всі ці нюанси оратор має пам'ятати, відчувати їх і відповідно до цього будувати психологічну лінію поведінки.

Лише після того, як створені психологічні передумови сприйняття наукових знань, переборені психологічні бар'єри, можна в повному обсязі приступати до реалізації системи наукових знань. Але при цьому не слід забувати, що подолання опору в шарах соціального і психологічного інтересу, а також повсякденного інтересу, не здійснюється раз і назавжди. Цей опір може відродитися в тій або іншій формі чи дати себе знати в процесі змістовного викладу матеріалу, загальмувавши його сприйняття. Щоб цього не трапалося, протягом усієї промови оратору необхідно дотримуватися визначених психологічних і педагогічних (дидактичних) принципів, використовувати певні прийоми організації взаємодії з аудиторією.

Майстерність організації взаємодії залежить від багатьох складників: перш за все від майстерності самого виступу – його змістовності (це і науково-теоретична глибина, і практична спрямованість, і логічність), емоційності. Велике значення має технологія піднесення матеріалу, тобто правильний вибір форм і методів виступу в залежності від особливостей аудиторії.

В європейських риториках XVII ст. (за традицією Цицерона і Квінтіліана) поряд з ампліфікацією розглядали афекти як засоби створення настрою, впливу на душу слухачів. Серед них виділяли пафос (гр. *pathos*, лат. *affektus*) і етос (гр. *ethos*, лат. *moralis*).

Оратор має передбачити, як не втратити прихильних, здобути байдужих, заспокоїти агресивних. Цицерон вважав, що «вся міць і мистецтво красномовства полягають у тому, щоб або заспокоювати, або збуджувати душі слухачів». Досягти цього може тільки той, хто розуміє людську душу і знає причини, які викликають спалах чи заспокоєння.

Питання для самоконтролю:

1. Яку функцію покладено в основу п'ятого розділу риторики?
2. Які існують техніки подолання страху перед аудиторією?
3. Яким має бути зовнішній вигляд та манери оратора для успішного виступу?
4. Що входить до категорії паралінгвістичний фонаційний арсенал оратора?
5. Які властивості притаманні голосу?
6. Що таке модуляція голосу?
7. Яку роль відіграє наголос і паузи у звучанні промови?
8. Які види пауз існують?
9. Що треба робити, щоб голос не псувався і не зникав?
10. Які виокремлюють засоби невербальної комунікації?
11. Як інтерпретувати певні жести співрозмовника?

12. Які відомі вам техніки подолання опору аудиторії?

ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ ОПОРУ АУДИТОРІЇ

Опір аудиторії	Способи подолання
1. Зовнішні подразники (шум через ремонт в ін. приміщенні тощо)	А. Звернутися із запитанням: «Ви погоджуєтеся?» або «У вас є запитання?»
2. Люди розмовляють між собою, не слухаючи вас	Б. Не звертати уваги, поки це можливо, або ж прокоментувати ситуацію доброзичливо і запропонувати повернутися до теми
3. Люди підводяться і виходять із аудиторії	В. Спробувати перевести спілкування в іронічну площину: «Ви знаєте, це мені нагадало...» і розповісти якусь історію, афоризм, анекдот (із попередньо підготовлених вами)
4. Репліки непогодження з місця	Г. Сказати, що ви зрозуміли думку, але маєте інший погляд, а додаткові аргументи ви наведете пізніше
5. Провокаційні репліки з місця	Ґ. Не вступати в полеміку (навіть ввічливу!)
	Д. Постаратися перетворити в жарт: «Ну, тут немає чого додати. Ми говорили про...»
	Е. Використати прийом відкладеної відповіді: «Я зрозумів. Але ми зараз не можемо на цьому зупинитися. Трохи пізніше, якщо не заперечуєте»
	Є. Можна визнати: «Так, у цьому, що ви сказали, є проблема, але зараз ми її не вирішимо. Можливо, поговоримо окремо пізніше?»
	Ж. Попросити повторити голосніше й повільніше, ніби ви не розчули
	З. Попросити не заважати іншим (обов'язково доброзичливо!)

Список рекомендованих джерел:

1. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Риторика : навчальний посібник / С.Д. Абрамович, М.Ю. Чікарькова. – Львів : Світ, 2001. – 240 с.
2. Баби́ч Н.Д. Основи культури мовлення [Текст] : навч. посібн. для студ. ун-тів / Баби́ч Н.Д. – Львів : Вид-во «Світ», 1990. – 232 с.
3. Ванди́шев В. М. Риторика : екскурс в історію вчень і понять: навч. посібн / В. М. Ванди́шев – К. : Кондор, 2006. – 264 с.
4. Доценко Е.Л. Психология манипуляции : феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – М. : ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. – 344 с.
5. Еренберг О. Прийоми запам'ятовування інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.toptrening.ru/articles/1052/>
6. Каньоса П.С. Риторика : навчальний посібник / укл. П.С.Каньоса. – Кам'янець-Подільський ; видавець ПП Зволейко Д.Г., 2011. – 208 с.
7. Ключев Е.В. Риторика Инвенция. Диспозиция. Элокуция) : Учебное пособие для вузов. – М. : «Издательство ПРИОР», 2001. – 272 с.
8. Коваленко С.М. Сучасна риторика : навч.-практ. посібн / С.М. Коваленко. – Тернопіль : Мандрівець, 2007. – 184 с.
9. Колотілова Н.А. Риторика : навч. посібн / Н.А. Колотілова. – К. : Центр учб. літератури, 2007. – 232 с.
10. Корнєв М.Н., Коваленко А.Б. Соціальна психологія : підручник / М.Н. Корнєв, А.Б. Коваленко. – К. : Либідь, 1995. – 304 с.
11. Криксунова И. Создай свой имидж / И. Криксунова. – СПб. : Лань, 1997. – 173 с.
12. Крикун В.Ю. Риторика як наука та навчальна дисципліна : історія і сучасність) [Електронний ресурс] / В.Ю. Крикун // Гілея : зб. наук. пр. / Укр. акад. наук, Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. – Київ, 2014. – Вип. 87. – С. 301–305. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2014_87_82 (дата звернення: 16.03.16). – Назва з екрану.
13. Культура української мови : довідник / За ред. В. Русанівського. – К., Либідь –1990. – 304с .
14. Куньч З. Риторичний словник [Текст] / З. Й. Куньч ; Український НВЦ «Рідна мова». – К. : Рідна мова, 1997. – 341 с.
15. Куньч З. Українська риторика : історія становлення і розвитку [Текст] : навч. посіб. / Зоряна Куньч ; Нац. ун-т «Львів. політехніка». – Л. : Вид-во Львів. політехніки, 2011. – 248 с.
16. Лапп Д. Мистецтво пам'ятати і забувати [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.superidea.ru/intel/mem/lapp.htm>
17. Маслюк В.П. Латиномовні поетики і риторики XVII – першої половини XVIII ст. та їх роль у розвитку теорії літератури на Україні / В. П. Маслюк. – К. : Наукова думка, 1983. – 236 с.
18. Мацько Л. Вітчизняна риторика / Л. Мацько, О. Мацько // Дивослово. – 2002. – № 5. – С. 22-27.

19. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика: навч. посібник / Л.І. Мацько, О.М. Мацько. – Київ : Вища школа, 2003. – 311 с.
20. Молдованов М.І. Сучасний діловий документ: зразки найважливіших документів українською мовою / Молдованов М. І., Сидорова Г. М. – К. : Техніка, 1992. – 400 с.
21. Морозов А. В. Психология влияния / А. В. Морозов. – СПб. : Питер, 2001. – 512 с.
22. Наумовець А.Г. Ви віч-на-віч з аудиторією : дещо про «технологію» наукових доповідей, популярних лекцій, дисертаційних промов і конкурсних проектів / А. Г. Наумовець. – К. : Наук. думка, 2003. – 56 с.
23. Олійник О.Б. Сучасна ділова риторика : навч. посібн. / О. Б. Олійник – К. : Кондор, 2010. – 166 с.
24. Олійник О. Б. Основи ораторської майстерності : навч. посібн. / О.Б. Олійник. – К. : Кондор, 2010. – 181 с.
25. Олійник О. Б. Риторика : навч. посібн. / О. Б. Олійник – К. : Кондор, 2009. – 170 с.
26. Онуфрієнко Г.С. Риторика : навч. посібн. / Г.С. Онуфрієнко. – К. : Центр учб. літератури, 2008. – 592 с.
27. Панфилова А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности : учеб. пособ. / А. П. Панфилова. – СПб. : Знание, ИВЭСЭП, 2004. – 495 с.
28. Піз А., Піз Б. Мова рухів тіла. Розширене видання/ Пер. з англ. – К: ТОВ «Компанія ОСМА», 2015. – 416с.
29. Риторика загальна та судова: навч. посіб. / С.Д. Абрамович, В.В. Молдован, М.Ю. Чикарькова – К. : Юрінком Інтер, 2002. – 416 с.
30. Савенкова Л.О. Комунікативні процеси у навчанні (Елементи теорії і практики формування комунікативних умінь): навч.посібник / Л.О. Савенкова. – К. : КДЕУ, 1996. – 120 с.
31. Сагач Г. М. Золотослів [Текст] : навч. посіб. / Г.М. Сагач. – К. : Райдуга, 1993. – 366 с.
32. Сагач Г. М. Похвальне красномовство [Текст] : практ. посіб. / Г.М. Сагач ; Ін-т зміну і методів навчання. – К. : ІЗМН, 1996. – 154 с.
33. Сагач Г. М. Риторика / Г. Сагач. – К. : Видавничий Дім «Ін Юре», 2000. – 567 с.
34. Томан Іржі Мистецтво говорити / Пер. з чес. В.І. Романця. – 3-е вид. – К. : Україна, 1996. – 269 с.
35. Хоменко І.В. Еристика: Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 280 с. – Режим доступу: http://shron.chtyvo.org.ua/Khomenko_Iryna/Erystyka.pdf
36. Цеков Ю.І. Не заради дзвінкої фрази (Художній образ як елемент ораторської промови) / Ю.І. Цеков // Трибуна лектора. – 1981. – № 8. – С. 38–41.
37. Чепіга І.П. Ораторське мистецтво на Україні в XVI-XVII ст. / І.П. Чепіга // Українська мова і література в школі. – 1989. – № 10. – С. 64–68.

38. Чмут Т. К. Культура спілкування : навч. посіб. / Т.К. Чмут; Хмельниц. ін-т регіон. упр. та права. – 2-е вид., доп. і переробл. – Хмельницький : ХІРУП, 1999. – 354 с.
39. Чулінда Л.І., Ларимський І.С. Риторична майстерність : посіб. / Л.І. Чулінда, І.С. Паримський; Нац. акад. внутр. справ України, Укр. акад. зовніш. торгівлі. – К., 2000. – 79 с.
40. Яшенкова О.В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. / О.В. Яшенкова. – К. : ВЦ «Академія», 2010. – 312 с.
41. Інтернет-ресурси
www.ritorika.igro.ru
www.orator.biz

Навчальне видання

Ревуцька Світлана Казимирівна

Кафедра іноземної філології, українознавства та соціально-правових
дисциплін

КУРС ЛЕКЦІЙ З ДИСЦИПЛІНИ

РИТОРИКА

Формат 60×84/8. Ум. др. арк. 8,35.

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського
50042, Дніпропетровська обл.,
м. Кривий Ріг, вул. Курчатова, 13.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4929 від 07.07.2015 р.