

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Запорізький національний технічний університет

Конспект лекцій

з дисципліни

«Риторика»

для студентів 5 курсу спеціальності «Германські мови та літератури»

всіх форм навчання

2018

Конспект лекцій з дисципліни “Риторика” для студентів 5 курсу спеціальності «Германські мови та літератури» всіх форм навчання / Укл. В.І. Волошук, О.М. Хавкіна. Запоріжжя: ЗНТУ, 2018.- 104 с.

Укладач: В.І. Волошук, професор, к.філол.н., О.М. Хавкіна, доцент, к.філол.н.

Рецензент: Г.А.Лещенко, доцент кафедри теорії та практики перекладу ЗНТУ, к.філол.н.

Відповідальний за випуск: В.І. Волошук, професор, к.філол.н.

Затверджено
на засіданні кафедри теорії та
практики перекладу ЗНТУ

Протокол № _____ від _____.2018р.

Схвалено науково-методичною комісією
ГФфакультету
Протокол від. “1” від 28.08.2018 року № ____

ПОЯСНОВАЛЬНА ЗАПИСКА

Викладання курсу «Риторики» у вузах набуває всезростаючої значущості у сучасних умовах. Адже для повноцінної лінгвістичної підготовки важливим є не лише знання фонетико-, лексико-, граматико- та синтаксично-стилістичних особливостей конструювання знакових систем, але й комунікативні здібності, можливості роботи із аудиторіями різного рівня та професійної спрямованості. Останнє не може бути реалізованим, якщо фахівець ставиться до мови виключно як до формальної семіотики, зв'язок між елементами якої забезпечується правилами морфології, синтаксису і стилістики. Осмислена, впливова та комунікативно-ефективна мова у більшості випадків тяжіє до високої ораторської культури, яка, у свою чергу, детермінована безліччю логічних, естетичних факторів. Отже «Риторика» є теоретичною дисципліною циклу фундаментальних та професійно-орієнтованих дисципліни підготовки магістрів зі спеціальності 063 – “Філологія”.

МЕТА І ЗАВДАННЯ КУРСУ

Метою навчального курсу “Риторики” виступає формування культури мовленнєвої поведінки, яка включає у себе уміння на основі орієнтації у понятійно-категоріальному апараті риторики здійснювати самостійну побудову промов різної спрямованості з використанням основних технологій раціонального та емоційного впливу на аудиторію і навички здійснення аргументованого, доцільного та коректного доведення власної думки, позиції.

Завдання дисципліни, зумовлені метою її викладання, полягають у забезпеченні:

- здатності студентів вилучати потрібні смисли у текстах різних видів та стилів, необхідні для побудови осмисленого текстуального масиву (комунікації);
- сформованості у студентів цілісних теоретичних уявлень про умови впливу мовлення на поведінку аудиторії;
- оволодіння основними поняттями, категоріями, методами та прийомами риторики, іманентною метою якого виступає формування вмінь та навичок реалізації риторичних технологій у практичній мовленнєвій діяльності;

- сприяння підвищенню професійної орієнтації у вивченні риторики, забезпечення наявності завдань, які передбачають прямі міжпредметні зв'язки.

Важливою функцією курсу є забезпечення студентів найважливішими методами аналізу текстів різних жанрів, що сприяє формуванню власної точки зору на одержувану інформацію, здатність вичленовувати потрібні смисли з невинного потоку інформації (щільність та тотальність якого, на думку багатьох сучасних філософів, виступає рівноцінним замінником цензури, оскільки не передбачає орієнтації у ньому та вибіркового ставлення з боку реципієнта) та критично ставитися до пропагандистських заходів і прийомів різних гатунків. Курс «Риторики» сприяє розвитку професійних якостей майбутніх педагогів та перекладачів, оскільки забезпечує їх знаннями техніки підготовки промов різних жанрів (у тому числі, й навчальних промов – лекцій, публічних виступів тощо) та умінням реалізації цих знань на практиці, а також допомагає поповнювати свої професійні знання, користуючись навичками роботи з довідковим матеріалом, здійснювати градування поняття, творення таксономічних схем тощо.

Реалізація означених вище мети і завдань навчального курсу відбувається шляхом цілеорієнтованого здійснення **міжпредметних зв'язків**, насамперед, у галузі дисциплін філологічного, філософського та соціально-гуманітарного циклу. Таким чином, матеріали навчального курсу розроблено на підставі синтезу знань, умінь та навичок студентів, отриманих у процесі попереднього вивчення стилістики, лексикології, теорії літератури, теорії перекладу, а також культурології, філософії, основ правознавства та конституційного права, історії України та інших дисциплін соціально-гуманітарного циклу, а також психології, педагогіки, лінгвокраїнознавства, історії країни, мова якої вивчається.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні:

знати:

- обсяг інформації, викладений в розділі «Зміст дисципліни»;
- етапи розвитку риторики як науки;
- систему понять і термінологію, розроблену у риторичці;
- арсенал риторичних мовних засобів, що сприяють ефективності мовлення;

- паралінгвістичні засоби, що сприяють ефективності мовлення;

- риторичні закони та модули публічного виступу;

- методику риторичного аналізу;

- етапи творчої діяльності оратора;

- риси харизматичної мовної особливості та професійного риторика.

вміти:

- аналізувати необхідний мінімум текстів, зазначених у розділі «Зміст дисципліни»;

- розрізняти етапи розвитку риторики як науки з характеристикою кожного з етапів;

- класифікувати виражальні засоби мови;

- членувати текст, визначати його тему, тези, риторичні мовні засоби (тропи і фігури);

- використовувати метод риторичного аналізу текстів різних типів промов;

- визначати стилі ораторського твору;

- будувати та відтворювати тексти різної комунікативної спрямованості та цільового призначення;

- диференціювати типи мовної особистості.

ЛЕКЦІЯ 1

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ РИТОРИЧНИХ ВЧЕНЬ

Екскурс в історію становлення риторики ми почнемо з її міфологічних витоків. У грецькій міфології риторика уособлювала одна з дев'яти мистецьких муз прекрасноголоса богиня Калліопа¹, донька Зевса і богині пам'яті Мнемосіни. Також в греків був бог глузування і лихослів'я Мом², що злословив про богів і людей. Зевс вигнав його з Олімпу, і в цьому виявилось негативне ставлення до лихослів'я у грецькому суспільстві.

Риторика разом із філософією взагалі перебувала в центрі давньогрецького розуміння культури. Те, що ми тепер називаємо "культурою", давні греки називали "*пайдейя*" ("виховання") - те, що передається і прищеплюється дитині. До складу її входили¹: *виховання думки- філософія*, яка шукає істину і, *виховання слова- риторика*, яка шукає переконання. Інколи риторика навіть займала більш високу позицію, ніж філософія. На користь цього свідчить те, що філософія, історія та мистецтво мали у Давній Греції одну заступницю - музу Кліо. А риторика охороняли три богині: Пейто - богиня переконання та дві Ериди - богині суперечки.

У Греції покровительками красномовства були три богині: богиня переконання Пейто (гр. ΡειΑο — переконання)², супутниця Афродіти і Гермеса, і дві богині Ериди (гр. Ερικ) — богині суперечок³. Одна Ерида — гармонійна, тобто така, що прагне гармонії у спілкуванні, злагоді, компромісу і хоче досягти мети, істини. Друга Ерида — дисгармонійна, яка йде до перемоги через конфлікт і навіть смерть, тому її вважали злою, на відміну від першої Ериди. Звідти ж іде традиція розрізняти два основні види суперечок: конструктивний, нині — це компромісний, консенсусний шлях розв'язання проблеми (греки називали його діалектикою) і деструктивний, конфліктний (у греків — агональний, аж до агонії, тобто передсмертного стану організму), його називали еристикою, або агональною еристикою. Згодом еристикою стали називати обидва види словесних спорів.

В римській культурі риторика зображалась в образі величної жінки — богині мистецтв, що сиділа на пишному троні в осяйному вбранні, на якому виткані мовні фігури. З прекрасних уст росла лілея, яка символізувала красу (огпайив), і меч, що символізував грізну

зброю (регіаіакіо). Риторика красою і силою живої мови переконує. Поруч зображені найвидатніші оратори минулого на чолі з Цицероном і Вергілієм.

Японська міфологія має сім богів щастя, одним з яких є бог красномовства Бенсай-тен.

У давньоіндійській міфології було дві богині красномовства. Донька бога любові Ками богиня слова Вач вважалася повелителькою богів, царицею богів, володаркою незліченних багатств, богинею мудрості. У відомому епосі «Рігведа» їй присвячено окремих гімн. Богиня священного мовлення Сарасваті була і богинею мудрості та красномовства. Її вважають винахідницею санскриту й алфавіту деванагарі, покровителькою наук і мистецтв.

V–VI ст. до н.е. (час політичної незалежності міст – держав Греції) та I ст. до н.е. (період розквіту та кризи республіканського Риму) красномовство стає соціально-значимим явищем. Від умілого слова часто залежали серйозні політичні рішення; оцінки того чи іншого суспільного діяча, суспільна думка загалом.

На розвиток риторики впливали філософські школи софістів: діалектики, елеати, піфагорійці.

Основою діалектики є ідея вчення Геракліта Ефеського (кінець VI — початок V ст. до н. е.) про рух і змінність світу («все тече, все змінюється»). Софісти поширили цю ідею на речі та людей, на те, що про будь-яку річ і про все може бути кілька думок і з різних, часом взаємовиключних, позицій. В дію мав вступати доказ, спрямований на переконливість певної думки. Мистецтво доказу породило логіку, яку Арістотель пізніше оформить як науку.

Елеати відстоювали багатоманітність думок, скептицизм стосовно істини і намагалися утверджувати свої думки за допомогою гімнастики розуму, майстерної вибудови доказів.

Піфагорійці під впливом вчення Піфагора про гармонію небесних тіл шукали гармонію в людині і знаходили її через мову, формували засобами мови, звучання, ритму, стилістичних прикрас.

Античні риторичні майстри володіли усним мовленням, законами логіки, вміли впливати на людей. Тривалий час здібність володіти словом розглядалась у древніх греків як божественний дар, тому й на тих, хто опанував красномовство, дивились як на рівних богам.

Очевидно, для поширення риторики мало значення й те, що в VII—V ст. до н. е. у греків був культ живого, а не писаного слова. Однак головною передумовою розвитку риторики був демократичний устрій Давньої Греції: верховний суд, народні збори і рада п'ятисот.

Першим з великих ораторів Афін був **Перікл**. Завдяки своєму хисту красномовства йому вдалося керувати Афінами впродовж 40 років, за що він одержав титул вождя афінської демократії. Його промови відзначалися логікою і впевненістю у правоті. На урочистому похованні захисників Афін, полеглих у Пелопоннеській війні, Перікл виголосив таку «Надгробну промову», що матері юнаків, яких він послав на загибель, на руках пронесли його містом. Перікл завжди готувався до виступів. Коли з аудиторії лунали заклики до виступу, то він нерідко відмовлявся, посилаючись на те, що не встиг підготуватися. Під час промови Перікл тримався спокійно, вираз його обличчя майже не змінювався, він не жестикулював, ніколи не сміявся і не смішив аудиторію забавними розповідями.

Про Перікла як видатного оратора свідчить така історія того часу: спартанський цар Архідам запитав Фукідіда - представника аристократичної партії, політичного противника Перікла - про те, хто з них є більш вправним у боротьбі. Фукідід відповів: "Якщо я у боротьбі повалю Перікла, то він скаже, що не впав, через це виявиться переможцем і переконає в цьому тих, хто це бачив".

Наступним грецьким оратором був **Клеон**. Якщо Перікл походив з царського роду, то Клеон за походженням — чинбар (шкірник), який не мав освіти, благопристойності та виховання. Проте, як ремісник, звертався до найбільшій неосвіченій маси, був їй близьким, прийшов до влади як демагог (у перекладі з грецької означає «вождь народу») на дешевому популізмі, служив натовпу. Його вважали винним у занепаді афінської демократичної державності.

Проте риторика починається не стільки з самого красномовства, як з того періоду, коли настає усвідомлення того, що красномовству можна і треба вчитися. Красномовство набуває інтелектуальної сили. Ним починають займатися філософи-софісти (вчителі майстерності). Деякі вчені вважають що риторика зародилася на Сицилії, де поет **Емпедокл** очолив демократичний рух проти тиранів, виступав у ролі судового оратора.

Його послідовниками були **Корак, Лісій і Горгій**. Корак задумав за допомогою слова схилити демос до добрих слів, але з часом залишив громадську роботу і відкрив школу, щоб учити інших того, чого сам набув у судовій практиці. У школі він підготував хрестоматію зразків, які можна вставляти в промову. Його учень Лісій (бл. 459—380 рр. до н. е.) продовжив цю ідею і створив теоретичний посібник *техне*, в якому були поради щодо побудови промови.

Серед переваг Лісія слід відмітити його здатність готувати матеріал у досить невеликій строки, що встановлювались афінським судом. Його промови відрізнялись стислістю й чіткістю думки. Це забезпечувалось прагненням використовувати слова в їх власному значенні, уникати сміливих метафор, поетичних виразів тощо.

Зразком для риторів епохи еллінізму виступали давньогрецькі оратори класичного періоду. В III ст. до н. е. у Пергамській бібліотеці створюється відомий *канон десяти аттичних ораторів*, до складу якого увійшли **Антифонт, Андокід, Лісій, Ісократ, Ісей, Лікур, Демосфен, Гиперід, Динарх, Есхін**. До цього канону пізніше часто звертались видатні оратори, теоретики й вчителі ораторського мистецтва.

Першими, хто порушив цю традицію й виступив з твердженням, що красномовству можна навчатись і потрібне лише бажання, були софісти. Вони через слово впливали на аудиторію. Гіппій, Горгій, Продік, Протагор успішно поєднували педагогічну діяльність та державну службу і за плату навчали усіх охочих.

Для софістів головним було здобути перемогу в суперечці, незважаючи на те, чи виражають їх положення істину. Тому їх можна вважати виразниками індивідуалізму, адже думки співрозмовників для них не мали особливого значення, важливим було ствердити власну перевагу через володіння мистецтвом переконувати. Яскравим свідченням софістичного світорозуміння є думка, сформульована **Протагором**: "про будь-який предмет можна висловити два судження, протилежних одне одному".

Завдяки софістам красномовство стало розглядатись як обов'язкова умова повноцінної освіти. Вони створили перший в античності підручник із ораторського мистецтва, автором якого називають **Корак**; відкрили спеціальні риторичні класи, сформулювали основні положення риторики як науки, розробили

теорію красномовства. Із них, по праву, починається історія цієї дисципліни.

«Батьком софістики» вважають Горгія (485–380 рр. до н.е.), а його відома «Олімпійська промова Горгія» трактується як текст-об'єднання греків у боротьбі з противником. Він розробив теорію про загальну відносність. Прийоми доказів, які використовували софісти, породили особливий термін «софізм», що означає «спеціально продуманий неправдивий висновок. Софісти започаткували основи риторичної науки.

Першим критиком софістів став їх колишній учень Сократ (біля 470–399 рр. до н.е.). Якщо софісти надавали великого значення психологічному впливу під час промови, то Сократ акцентував на важливості логічного доказу, заснованого на істинності судження. Для філософа абсолютна істина божественна, вище людських суджень. Якщо думка істинна, то вона має силу і без риторичного переконування, а якщо ні, то навіть з допомогою риторики вона неефективна.

Багато схожих на Сократові судження було в Платона, який пристрасно виступав проти суб'єктивізму софістичної риторики з її культом слова. На його думку, вмілий ритор – це знавець психології людини. Тому, хто хоче вміло впливати на слухачів потрібно знати, коли найкраще говорити, а коли утриматись; володіти усіма видами виступів (стисле мовлення, жалісливе) і застосовувати їх вчасно й доречно. Пізнати ж істинну природу людських душ, за Платоном, може лише справжній філософ. Тому й красномовство, засноване на реальних знаннях, доступне лише філософу. Розділивши зміст та форму, явище і сутність, Платон відділив філософію від риторики.

Зі спогадів сучасників відомо, що Сократ був бідним, не маючи взуття, ходив босий, носив бідняцький одяг, але гроші за навчання не брав. Платний учитель нагадував йому продажну жінку, яка зобов'язана дарувати кохання тому, хто заплатив. Сократ не хотів витрачати час на платних учнів, він бесідував лише з тими, у кого бачив ознаки «душевної вагітності», в кого «працювали» душа й розум.

Проблемами риторики займався й Арістосель. Його трактат «Риторика», що складається з трьох книг, визначає місце ораторського мистецтва серед інших наук. У тексті проаналізовано принципи, на основі яких промовець може впливати на слухачів.

Ораторське мистецтво ґрунтується на трьох законах: самого оратора, предмета мовлення та слухача, який є «кінцевою метою всього». Аристотель пропонував типологію виступів, що залежать від особливостей слухача. У другій книзі «Риторики» автор наголошував, що мовець повинен пам'ятати про вік аудиторії, їх суспільне положення. У третій книзі йдеться про проблеми стилю й побудови виступу.

Аристотель скеровував увагу риторів і ораторів на такі чинники:

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

Майстерність риторики Аристотель вбачав у трьох видах засобів переконання: а) логічні докази; б) моральні докази (довіра до оратора); в) емоційні впливи. Обережно ставився Аристотель до іронії та гіперболи, бо їх можна використовувати лише в окремих конкретних випадках. Цікавими є думки Аристотеля про ритм ораторської прози. Якщо ритм буде метричним, то не переконуватиме і відволікатиме від суті проголошеного. Якщо ж не буде ритму, то не буде й відчуття межі, а все, що не має меж, є неприємним і незрозумілим.

Найбільшим політичним оратором Давньої Греції був Демосфен (384 р. до н. е). Як свідчать сучасники, першу промову Демосфена публіка зустріла градом глузувань: гаркавість і слабкий від природи голос оратора не імпонували темпераментним афінянам. Але в цьому кволому на вид юнаку жив воістину могутній дух. Безупинною працею та тренуванням він здобув перемогу над собою. У древніх письменників знаходимо: «Неясну, шепеляву вимову він долав, вкладаючи до рота камінці і читав на пам'ять уривки з поем, голос зміцнював бігом, розмовою на крутих підйомах...»... Щоб позбутися від мимовільного посмикування плечей, він вішав над собою гострий спис, що заподіявало йому біль при будь-якому необережному русі.

Оратор і великий політичний діяч Демосфен у своїх промовах закликав афінян до енергійної політики, викриваючи бездіяльність і продажність афінських правителів, і намагався згуртувати грецькі держави-карлики для спільної боротьби з ворогом. Його полум'яні

промови були результатом великої праці, а ораторські прийоми будувалися на глибокому знанні психології слухачів. Демосфен гармонійно поєднав ораторську майстерність із пристрасною борця, переконаного в правоті своєї справи. «Не слова і не звук голосу складають славу оратора, а напрямок його політики», - стверджував він.

Розповідають, що коли цар Філіпп Македонський прочитав третю філіппіку Демосфена, то сказав: «Якби я слухав Демосфена, я сам би подав голос за нього як за вождя в боротьбі проти мене».

Членування періодів, довгі склади і ритми, евфонія кінцівок колонів робили вимову Демосфена плавною, приємною. У промовах Демосфена слово вирізнялося логічним наголосом, ключові слова ставилися на початку або в кінці періоду, вони повторювалися, створюючи риторичну фігуру анафори. Улюбленими тропами Демосфена були метафора і гіпербола. Не цурається він фігури умовчання, ніби запрошує слухачів до співтворчості, продовжити думку і дати свою оцінку.

Не менш відомим є давньогрецький ритор Платон. Особливості філософських поглядів Платона відбилися й у його теорії красномовства. Він розрізняє річ і ідею речі, тіло й душу. Душу, ідея, знання, взагалі все людське поведження інтерпретуються в його філософських роботах, зокрема в діалозі «Федр» (у ньому він також викладає теорію красномовства), у вигляді ідеального прообразу на небі. З аналітичної ідеї Платона розвинулися пізніше наукові методи аналізу і синтезу. Багато думок Платона про риторику цитуються й нині: риторика — найбільше для людей добро, риторика — джерело влади. Якщо хто вирішив оволодіти красномовством по-справжньому, він має бути людиною справедливою.

Як наука риторика розвивалась і в Римі. Свого найбільшого розквіту ораторське мистецтво досягло в період Римської Республіки.

Давньогрецька риторика служила богам, тому шукала краси й пишності, а вже потім — гармонії, добра й істинності. Давньоримська ж мала пряме життєве призначення і йшла навпаки — від простоти і практичності до краси й пишності. Про це свідчить відомий афоризм Катона Старшого: «Тримайся суті справи — слова знайдуться». Грецьку риторику називали аттичною, римську — азіанською. Прихильники аттичного стилю говорили стисло, просто, без поетичних

прикрас. Любителі азіанського стилю надавали перевагу образним засобам, говорили урочисто, велично, пишно.

Для давньоримської риторики характерними є кілька ознак. Одна з них — інвективність, тобто розвінчуваність. Інвектива зазвичай супроводжувалася іншою ознакою неґації — грубуватим гумором, який дуже подобався плебсу. З розповіді Плутарха відомо, що одного разу, коли римляни домагалися хліба, Катон, аби відвернути їх від бунту, почав промову словами: «Важке завдання, громадяни, говорити зі шлунком, у якого немає вух».

Ще однією прикметною ознакою римської риторики є її афористичність: «Приватні злодії марнують життя в колодках і путях, громадські — у золоті й пурпурі» (Катон). Інші риторичні засоби — нагромадження дієслів, метафори, антитези — органічно ввійшли в римську риторичну мову. Проте основою її завжди були сумлінно дібрані і згруповані факти.

У той час відомим у цій царині стає Марк Туллій Цицерон (106–43 рр. до н.е.). Він створив власний ораторський стиль, який навки став взірцем красномовства. Свої думки оратор виклав у трьох трактатах: «Про оратора», «Брут», «Оратор». У першому автор детально розповів історію ораторського мистецтва. У праці «Брут або про знаменитих ораторів» Цицерон викладає історію римського красномовства з давніх часів до сучасної йому епохи. Крім різних думок про риторичну мову в трактаті багато корисних порад та практичних вказівок. Цицерон провів на форумі майже 40 років і був справжнім ідейним поводитирем римського Сенату. Цицерон відпрацював стиль, який дозволяв йому бути простим і блискучим, безпосереднім і пристрасним. Чудовими властивостями цицеронівської промови були мелодійність і ритмічність. Прославився він своїми знаменитими патетичними виступами і висновками. Складовими успіху оратора Цицерон вважав освіту, природний дар і ораторські здібності.

Пізніше видатний оратор Квінтіліан створив оригінальну систему навчання риторичній мові на основі принципів Цицерона у вигляді дванадцяти книг риторичних настанов. Квінтіліан говорив, що небо послало Цицерона на землю, щоб показати, до якої величі може дійти слово.

У трактаті «Оратор» Цицерон описує, яким повинен бути ідеальний ритор: поєднувати тонкощі діалектики, думку філософа, мову поета, пам'ять юриста, голос трагіка, жести й грацію великих

акторів. Ораторське мистецтво має служити високій і благородній меті. Красномовство — вершина науки, складне мистецтво, що вимагає від ритора чималих знань: уявлень про природу, керовану розумом, і про душу з чотирма добродійними ознаками — мудрістю, справедливістю, мужністю і помірністю. Оратор повинен бути уважним, з досконалою пам'яттю, гартувати волю.

Цицерон любив етичні антитези: «Адже на нашій стороні бореться почуття честі, на тій — нахабство; тут — сором 'язливість, там — розбещеність; тут — вірність, там — обман; тут — доблесть, там — злочин.; тут — чесне ім'я, там — ганьба; тут — стриманість, там — розбещеність; Невже при такому зіткненні, вірніше, в такій битві, самі безсмертні боги не дарують цим прославленим доблестям перемоги над стількома і такими тяжкими пороками».

Марк Фабій Квінтіліан (приблизно 35- 100 рр. н. е.) - ще один відомий ритор Давнього Риму - не був оратором форуму, а був адвокатом і шкільним викладачем риторики. У 70 р. у Римі імператором була створена державна риторична школа, керівником якої і був Квінтіліан. Його твір "Дванадцять книг риторичних курсів, що зберігся з давнини. У своєму «Керівництві з ораторського мистецтва» (12 книг) він не тільки зважав на весь досвід класичної риторики, але й узагальнив власний, двадцятирічний. Це була вершина ораторського мистецтва. Ні до, ні після не було робіт, які б так досконало аналізували красномовство.

Дидактичний напрямок в ораторському мистецтві, очільником якого був Квінтіліан, став останнім етапом розвитку римського і в цілому античного красномовства.

У розділі про елокуцію Квінтіліан докладно пише про ясність, прикрашання промови, тропи, фігури тощо. При цьому він намагається чітко відрізнити тропи від фігур. На його думку, троп - це використання слів у непрямому значенні для краси промови. Фігура - це мовленнєвий зворот, що відступає від загальноприйнятого виразу думки. Тут можуть використовуватись слова у прямому значенні й у звичайному порядку в реченні. Тоді як у тропях одні слова замінюються іншими.

Видатним оратором був Гай Юлій Цезар (100—44 рр. до н. е.) — засновник Римської імперії, військовий полководець, політик, письменник. Його промови сягали рівня промов Цицерона, але він не

надавав їм такого великого значення, як це робив Цицерон, і не зберіг їх. Увагу Цезаря більше привертало політика і державотворення. Цезаря можна вважати засновником преси і журналістики, принаймні першим організатором. Цезар почав видавати «Щоденні протоколи сенату і римського народу» і цим фактично започаткував пресу і журналістику.

Про нові течії у риторичі свідчила творчість популярного у I ст. н. е. філософа і мораліста Луція Аннея Сенеки. У філософських трактатах Сенека впроваджує нову форму тексту, новий стиль — діатрибу. Це проповідь-суперечка, в якій проблема розглядається одночасно з різних боків, тому текст має не лінійну композицію, аргументація тримається не на послідовності зв'язків, а на суміжності, сурядності окремих, коротких «набігів» думки.

В античній риторичі послідовно виробилися два риторичні ідеали. Для ораторів — носіїв першого ідеалу—головним у риторичній діяльності є переконливість, далі істинність переконливого мовлення, моральність на користь суспільству, чіткість і впорядкованість. Цей ідеал називають сократівським.

Другий риторичний ідеал вважають софістичним. Для носіїв і прихильників цього ідеалу характерною є формальна переконливість, надмірна словесна краса, пишність, вибагливість мовлення, самовираженість і корисливість оратора.

Третій риторичний ідеал сформувався в імперський і радянський часи. Цей риторичний ідеал називають тоталітарним, пропагандистським. Але згодом на Заході у зв'язку із загибеллю Римської імперії розвиток риторики на певний час завмирає, проте у Візантії вона продовжує квітнути.

Риторика Середньовіччя: особливістю середньовічної епохи риторики є її зв'язок із релігією. У той час церква впливала на економіку, політику, ідеологію. Основним різновидом риторичних текстів було духовне красномовство, що стало потужним інструментом церкви у справі захисту і зміцненню своїх позицій, а також сильним засобом впливу на народні маси. Проповідь «Про закон Божий» стала основною формою середньовічного красномовства. Священнослужитель повинен бути вправним оратором, йому треба переконати, залучити до віри.

В епоху Середньовіччя риторика була однією з основних загальноосвітніх дисциплін у західноєвропейських університетах і

входила до складу тривіуму. Тоді остаточно складається новий тип риторичних промов — церковний (проповідь). Пізніше в університетах відбувається формування лекції. Цікавим є також університетський диспут, для перемоги в якому потрібно було вміння вести суперечку, пропонувати свої положення, захищати їх і спростовувати думки опонентів.

Патристика – основне джерело середньовічної церковної риторики – це твори Отців Церкви. Твір Августина Аврелія “Про християнську доктрину” вважають найкращим у гомілетичі.

Іван Золотоустий (344 – 407) – чудовий оратор, діяч церкви, автор багатьох проповідей та коментарів до Біблії. Його проповіді емоційні та пристрасні, побудовані у формі моралізаторських міркувань на біблійні теми.

Становлення християнської гомілетики

Слово *гомілія* грецького походження і означає "промова перед народом, бесіда з кількома людьми". Воно вживалося ще в античні часи. На початку християнства це слово стало використовуватися для означення храмової проповіді священників, які переважно не мали відповідної освіти і тому пояснювали Святе Письмо якомога простіше.

Взагалі антична та християнська риторики докорінно відрізняються. Ці відмінності полягають у таких моментах¹:

- 1) в античності мовлення - це вираз думки, в християнстві - вираз істини;
- 2) в античності не існувало авторитетів, у християнстві авторитет - Святе Письмо.

Першим гомілетом у повному розумінні цього слова став блаженний Августин, чий твір "Про християнську доктрину" вважається класикою гомілетики як християнської науки.

Погляди Аврелія Августина на предмет риторики можна звести до п'яти основних положень:

1. Існує так звана *загальна* риторика, в тому сенсі, як розуміла цей предмет античність. Вона є корисною, але не обов'язковою. Християнинові достатньо знати Святе Письмо й церковну літературу, а проповідникові - коментувати писання з погляду догматичного та морального.

2. Але й для проповідника, і для рідора важливо мати мудрість, яка важливіша сама по собі від хисту красномовства. Отож, зміст важить набагато більше від форми навіть для рідора-язичника.

3. Говорити красиво *бажано*, оскільки й апостол Павло, і старозавітні пророки, й святий Амвросій Медіоланський, один з Отців Церкви, мали гарний склад мови.

4. З часів античної культури існують три стилі мовлення (високий, середній та низький), яких варто дотримуватися.

5. Власний погляд Августина полягає в тому, що він розрізняє в гомілеті натхнення *Святого Духа* (яке осявало проповідників у минулі, апостольські віки) та допомогу *Благодаті Божої*, що спостерігається пізніше та є чимось меншим, порівняно з першим. Тобто, замість святих тепер у церквах проповідують люди звичайні (або переважно звичайні).

Риторика Відродження: епохою, що повернула до ідеалів античності, стало Відродження. Італійські гуманісти цього періоду звертаються до забутої у середні віки античної культури. Для культури Відродження характерне живе поєднання старого і нового, єдності способу й логіки, тісний зв'язок мистецтва і науки. В усіх країнах Європи ораторське мистецтво стає невід'ємним елементом культури нового часу, безсумнівним кроком вперед у порівнянні зі схоластичною риторикою Середньовіччя.

Серед теоретичних праць із риторики епохи Відродження варто виділити "Риторику" німецького філолога Філіпа Меланхтона. Вона була перекладена російською мовою в 1620 р. з оригінальними доповненнями і використовувалась як підручник.

XV-XVI ст. - це епоха Реформації в Церкві. Поширення набувають письмові суперечки. Наприклад, відомий диспут між засновником лютеранської церкви Мартином Лютером (1469- 1536) і гуманістом Еразмом Роттердамським (1469-1536).

Крім цього, в добу Відродження риторика збагатилася живими національними мовами.

Революція у Франції спонукала до розвитку багатьох жанрів красномовства. Демократизація суспільного життя підняла хвилю політичних полемік. Наприклад, промови Жана-Поля Марата (1743 – 1793) уміло розкривали реальні політичні мотиви. Вони були відвертими та точними. Оратор часто використовував риторичні запитання, що чітко виражали задум. Найбільш відомим політичним

твором Марата є “Кайдани рабства”, спрямований проти абсолютизму. Відомими трибунами революції були Робесп"ер, Марат, Дантон, Сен-Жюст і інші.

Один із засновників філософії Нового часу - англійський філософ Френсіс Бекон (1561-1626) - писав, що риторика, як і логіка, - це наука наук. Отже, її слід вивчати на високому рівні, а не починати з неї.

У цілому для представників філософії Нового часу характерним було встановлення й обґрунтування тих способів доведення, які переважно використовуються в математичних науках.

Риторика нового часу Новий час - це період, коли бурхливо розвивається парламентське красномовство. Зокрема, важливою політичною традицією, спочатку в США, а потім і в інших країнах, стали виступи президентів під час їх вступу на посаду (інаугурації).

Серед теоретиків ораторського мистецтва цього періоду слід відмітити творчий доробок відомого німецького філософа Артура Шопенгауера (1788-1860). Він займався зокрема мистецтвом суперечки (еристикою). Досить цікавою є його робота "Еристика, або мистецтво сперечатися".

В країнах Європи у цей період інтенсивно розвивається судове, парламентське, урочисте красномовство. У першій половині сімнадцятого століття риторика стає навчальним предметом Гарвардського, а потім і інших університетів США.

Увага зосереджена на вивченні психології мас, особистості оратора, емоційному впливі слова. Закладаються основи теорії і практики маніпулювання свідомістю мас. Ораторське мистецтво розглядається як ефективний засіб ідеологічного впливу, що рівноцінний засобам масової інформації. Майстерності публічного виступу надається велике значення в ідеологічній боротьбі, воно служить ефективним засобом завоювання авторитету та популярності на політичній арені.

Красномовство у духовній культурі українського народу. 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 приходять і мистецтво красномовства, збагачене потужною античною та візантійською традицією.

В Київській Русі ораторський виступ звучав на зібраннях старійшин, народних зборах. Вічова промова характерна чіткою композицією, граничною лаконічністю, високою образністю, умінням стисло й енергійно висловити політичну програму.

У Київській Русі велике значення мало також військово-красномовство. Князі і воєводи зверталися до війська і народу з закликом зробити усе для перемоги над ворогом. Чудовою пам'яткою військово-політичного красномовства Київської Русі є «Слово о полку Ігоревім» - твір кількох жанрів: ораторської промови, військової повісті, героїчної пісні.

Найвідомішими ораторами Київської Русі були Іларіон та Кирило Туровський.

Іларіон (XI ст.) – перший руський митрополит, давньоруський письменник, талановитий оратор. Найвідоміша його проповідь – «Слово про закон і благодать», в якій він із патріотичних позицій оцінив діяльність давньоруських князів і роль Київської Русі на міжнародній арені. Кирило Туровський (XI ст.) – блискучий оратор і представник урочистого й учительного красномовства на Русі. Він закликав письменників і риторів уважно вивчати і вслухатися в те, що відбулося та прикрашати діяння героїв відповідними словами: «Прикрасять словами й звеличать царів... і, славлячи їх, похвалами кінчають».

У проповідях він використовував яскраві образні засоби: епітети, метафори, паралельні порівняння, антитези, які, безперечно, збагачували давню українську книжну мову.

До відомих риторів України належить і Іван Вишенський, стиль якого ґрунтувався на засадах античної риторики, та гомілетики (церковної риторики). Це видно з текстів послань, у яких є стилістичні засоби (фігури), відомі ще з часів античної риторики — риторичні звертання, запитання й оклики, анафори, нагнітання слів і речень, розгорнені антитези. Завдяки таким засобам, сильним, різким висловам послання Вишенського ставали вогненними полемічними памфлетами:

У Києво-Могилянській академії вчився останній видатний представник давньої книжної української мови, поет у стилі релігійного бароко, філософ Григорій Савович Сковорода. Його мовотворчість реалізувалась у різноманітних жанрах: філософські та педагогічні трактати, притчі, байки, оригінальна й перекладна поезія,

проповіді й епістолярій. Літературні твори Сковороди так чи інакше позначені рисами традиційної книжності (античної піітики, церковнослов'янської гомілетики).

Сковорода, за свідченням сучасників, говорив у житті простою розмовною українською мовою, добре знав український фольклор і життя всіх верств суспільства. Мова Сковороди — це мова «українського бароко з її обома полюсами — церковнослов'янщиною української редакції та народною мовою»², яка підготувала ґрунт для єдиної літературної мови на народнорозмовній основі.

Мовний стиль Г. Сковороди позначений риторизмом. Хоч і заявляв Сковорода, що істина має просту мову, сам же широко використовував фігуральні вирази, метафоричні конструкції, символи, майже весь арсенал поширених тоді у світській і духовній культурі прийомів і засобів красномовства (епітетів, антитез, перифраз, ампліфікацій, асонансів та ін.).

Будучи все ще гомілетикою (церковною), вітчизняна риторика все більше збагачувалася соціальними мотивами і мусила шукати простіші, доступніші форми вираження змісту проповідей. Найвидатнішими проповідниками і риторамі-педагогами цього періоду були Інокентій Гізель, Лазар Баранович, Іоанікій Галятовський, Антоній Радивилівський.

Інокентій Гізель — архімандрит Києво-Печерської лаври, історик, ректор колегії, автор оригінального публіцистично-проповідницького підручника для духовенства «Мир з Богом чоловіку» (1669 р.). Праця сповнена алегоріями, які, розкриваючи церковну мораль, виражали ідеї гуманізму. Соціальне зло (несправедливий суд, знуцання над беззахисними) — це гріх. Інокентія Гізеля називають українським Арістотелем, він відзначився у багатьох галузях знань.

Інший відомий проповідник ректор Києво-Могилянської колегії **Лазар Баранович** написав книгу «Меч духовний є глагол Божий» (1666 р.), у якій 55 слів-проповідей, написаних за правилами шкільної гомілетики, і «Труби словес проповідних», що містять 80 проповідей на різні свята. Самі назви книжок уже свідчать, що написані вони образно, високим стилем церковної риторики.

Учень Лазаря Барановича і також ректор Києво-Могилянської колегії, відомий український культурний діяч і письменник **Іоанікій Галятовський**, сам викладач риторики, розробив теорію новомодного красномовства.

Найповніше барокові тенденції у вітчизняній риторичній мові відобразилися у публіцистично-ораторській прозі талановитого українського письменника і культурно-освітнього діяча **Антонія Радивиловського**.

Стефан Яворський, викладаючи риторичну мову в Києво-Могилянській академії, написав працю, яку також можна називати підручником з риторичної науки, «Риторична рука», в якій виклав теоретичні засади риторичної науки стосовно п'яти її розділів (п'яти пальців «риторичної» руки): інвенція, диспозиція, елокуція (елоквенція), меморія, акція. У Яворського — це винахід, розміщення, вітійство (тропи і фігури), пам'ять і виголошення.

Праця найповажнішого ритора Києво-Могилянської академії Феофана Прокоповича називалася значно скромніше: «Про риторичне мистецтво». Це свідчило про появу нового напрямку в культурі і риторичній мові — класицизму, хоча барокових красавиць у ній ще чимало.

Феофан Прокопович був видатним слов'янським оратором, ученим, письменником, політичним і громадським діячем, автором трактатів та проповідей. «Риторика», яку створив Ф. Прокопович, увібрала у себе прогресивні ідеї Арістотеля і складалася з десяти книг, а саме: Ф. Прокопович завдання ораторського мистецтва бачив у тому, щоб навчити того, як у промові за допомогою слова дати відповіді на важливі питання й уміти переконати людей. Видатний ритор описав функції цієї науки, а саме: соціально-організаційну (засіб агітації, мобілізації людей), культурно-освітню (висвітлення життя народу, країни), одержання нових знань, виявлення почуттів, громадської думки, вплив на них.

Антична теорія трьох стилів знайшла в творах Прокоповича нове життя. За цією теорією, найвищий стиль використовується для опису дуже важливих, урочистих подій, учинків, він потребує емоційно піднесених слів, величній формі, вишуканих образних засобів. Середній стиль є більш узвичаєним, з помірною кількістю образних засобів, спокійним тоном. Він призначений для істориків, паперистів, які ведуть наукові, ділові справи. Низький, або простий, стиль використовується у промовах про буденні справи, але він не має опускатися до низької розмови.

Головними ознаками стилю мають бути правильність і ясність. Дуже важливою на той період була думка Ф. Прокоповича про те, що промови можна складати й виголошувати не тільки латиною, а й

живою народною мовою, дотримуючись правильності й чистоти, приймаючи ту живу вимову, якою користується більшість і яка зароджується в центрі народу, бо «кожна мова псується від сусідства з іншими».

Михайло Грушевський (1866—1933 рр.) — український історик, громадський діяч, учений, що мислив історично-філософськими категоріями. У творах він актуалізував питання національного визволення українського народу, яке він пов'язував із загальнодемократичними перетвореннями. Вчений підняв багато цікавого фактичного матеріалу, розкриваючи самотню історію українського народу.

Видатний вітчизняний учений-мовознавець О. Потебня розробив оригінальну психолінгвістичну концепцію формування мови. Рідну мову учений розглядав як першооснову виховання та освіти.

ЛЕКЦІЯ 2

ЗАГАЛЬНІ ПОНЯТТЯ РИТОРИКИ

Риторика(грец. rhetorike «ораторське мистецтво») - наукова дисципліна, що вивчає закономірності виникнення, передавання і сприйняття гарної мови і якісного тексту.

Термін "**риторика**" походить від давньогрецького слова "оратор" і означає теорію ораторського мистецтва, науку красномовства. Близьким за значенням до нього є латинське слово "*oratoria*". Ці терміни пов'язують з публічними виступами, живим словом. Ще в давнину люди, які майстерно володіли мистецтвом красномовства (ритори, оратори), відігравали значну роль у суспільному житті. Часна риторика – це теорія та майстерність ефективного (цілеспрямованого, впливового, гармонізованого) мовлення.

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

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

Друга традиція найбільш яскраво репрезентована у творчості давньоримського риторика Квінтіліана (I ст. н. е.). У її межах риторика визначається як "**мистецтво говорити витончено**". Відповідно до цієї традиції завдання оратора - краса, вишуканість, витонченість виразу думки. Переконавання ж виступає як можлива, але далеко не головна мета оратора. Тенденцію в риторичі, що бере початок від Аристотеля, можна назвати «логічною», а від Ісократ - «літературною».

У давній Русі це мистецтво називали по-різному: благоязичіє, доброречіє, красноглаголаніє, хітрословіє, Златоуста і, нарешті, красномовство. В давнину риторичу трактували і як предмет із морально-етичною складовою. Вона вважалася не тільки наукою, що навчає гарної ораторської мови, але й мистецтвом переконання.

Сьогодні можна говорити про мирне співіснування та взаємне збагачення «логічного» і «літературного» напрямків, але переважає все ж перший.

Мета курсу риторичи - це опанування навичок публічного виголошення ораторських промов. Для цього необхідно навчитись:

- розробляти предметну царину ораторської промови через підбір відповідного матеріалу;
- будувати аргументацію для обґрунтування власних тез;
- будувати критику інших відомих положень з певної теми;
- структурувати промову і забезпечувати зв'язок між окремими її частинами;
- застосовувати численні прийоми виразності при підготовці тексту промови;
- запам'ятовувати промову за допомоги спеціальних засобів;
- виголошувати промову з використанням невербальних прийомів впливу на аудиторію

Предметом вивчення сучасної загальної риторичи є закономірності мовленнєвої поведінки.

Більшість наук про слово, як-от: порівняльна і теоретична граматики, лексикологія, [стилістика](#), [історія](#) мови, [теорія](#) літератури та інші, обмежують свій предмет фактами мови - вони досліджують продукти мовленнєвої діяльності. Предмет риторичи - твір слова, яке треба створити.

Функції риторичи: *практична* - володіння мистецтвом слова. *Освітня* функція - опанування мистецтва слова неможливе без

вільного володіння літературною мовою, без систематичної освіти - знання богослов'я, історії, філософії, права, художньої літератури.

Риторика поділяється на гомілетику й ораторику. Гомілетика передбачає можливість багаторазового впливу оратора на аудиторію (церковне та академічне красномовство). Останнім часом сюди відносять і пропаганду в засобах масової інформації. Предметом вивчення ораторики є переважно одноразовий вплив ратора на слухачів, тому кожний виступ тут повинен бути завершеним.

Ораторика традиційно поділялась на такі різновиди: а) судову; б) побутову; в) соціально-політичне красномовство. У соціально-політичному красномовстві тепер ще виділяють адміністративну, дипломатичну, парламентську і ін.

Риторика – комплексна інтегративна наука, пов'язана з філософією, педагогікою, логікою, психологією, лінгвістикою, етикою, сценічною майстерністю, виразним читанням, тощо. Однак, це не просто сума різних змістових компонентів, а галузь, що інтегрує в собі необхідні знання з педагогіки, логіки, психології, філософії, лінгвістики, сценічної майстерності, етики.

Найпростіше визначення класичної риторики — мистецтво переконувати — реалізується через такі основні загальні поняття риторики, що мали назви в античній науці: логос, етос, пафос, топос.

Логос. У давньогрецькій мові слово *logos* означало такі дві групи понять:

а) **слово, мова, мовлення** і б) **поняття, думка, розум**, а точніше — єдність цих понять обох груп як всезагальну закономірність. Це відбилося в семантиці сучасних слів з коренем лог-, які зосереджені в основному у сферах логіки (науки про закони і форми мислення) та мовознавства: логічна граматики, логічне мовлення, логічний наголос, логічний суб'єкт, логічне судження, логотип, логограма, логічний предикат тощо.

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

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

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. Іороя — місце), **топіки** — це риторичне поняття, що означає загальні місця у промові. До них належать найтиповіші 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 любила топоси 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.

Основоположні розділи класичної риторики

Фактори, від яких залежить успіх публічного виступу, представляють у вигляді так званого риторичного трикутника:



Оратор - це людина, яка впливає на інших людей таким чином, щоб вони прийняли певні твердження або виконали певні дії.

Аудиторія - це група людей, у думках чи поведінці яких мають відбутися зміни, до яких прагне оратор. Промова - це мовленнєве повідомлення, з яким оратор звертається до аудиторії.

Кожний з етапів ораторської діяльності вивчається у відповідному розділі риторики:

- 1) інвенція (добір матеріалу);
- 2) диспозиція (розташування матеріалу);
- 3) елокуція (словесне вираження);
- 4) меморія (запам'ятовування промови);
- 5) акція (виголошення промови).

Інвенція (лат. *invenio* — 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 про інші 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 (dis)ро — 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).

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 від часів Горгія, римській часів Цицерона, традиційній ренесансній, просвітницькій, бароковій і особливо в шкільній риториці за тропами й фігурами закріплювалася прикрашальна функція.

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, вміння 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. асіо — дія, дозвіл) — п'ятий розділ класичної риторики, призначення якого полягало 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.

Після виступу настає етап **релаксації, розслаблення**, спад фізичного та інтелектуально-психологічного напруження. Гарний оратор використовує цей стан, щоб „по свіжих слідах” проаналізувати свій виступ, виділивши вдалі і невдалі місця, знайти їм пояснення.

РИТОРИЧНІ ЗАКОНИ



Перший закон (концептуальний) формує і розвиває в людини уміння всебічно аналізувати предмет дослідження і вибудовувати систему знань про нього (задум і концепцію).

Повноцінна, нормальна мисленнєво-мовленнєва діяльність людини починається з оволодіння нею концептуальним законом, за допомогою якого вона вчиться вираховувати наслідки своїх дій як найближчим часом, так і у перспективі, визначатися з метою своєї діяльності, виділяти головне і другорядне, логічно вибудовувати свою діяльність. Знання даного закону дає можливість людині виробити в себе дуже важливу якість – повагу до думки (інтелекту), а це, в свою чергу розвине в ній розуміння того, що без розвитку інтелекту неможливий прогрес суспільства, неможливе розв’язання сучасних проблем, неможливо вийти з найпростішого глухого кута. Яким чином можна навчитись грамотно створювати задум – концепцію?

Концепція, за визначенням Г.М.Сагач, це - система знань про предмет, виражена у стислій, короткій формі. Таке розуміння концепції найбільш відповідає її функціональному призначенню – бути першоосновою мисленнєво-мовленнєвої діяльності.

Процес розробки концепції складається з такої послідовності дій:

1. Своє бачення суб’єктом предмета (теми).
2. Аналіз предмета (теми), тобто вибір проблем для вивчення.
3. „Привласнення” суб’єктом чужого досвіду по вивченню обраної проблеми (прилучення до цінностей людського досвіду).
4. Пропускання чужого досвіду крізь призму свого бачення і навпаки (чуже + своє) і формування позиції.

Тобто, коли суб’єкт уже отримав своє бачення предмета, він починає усвідомлювати неможливість охоплення усього предмета і опиняється перед необхідністю вибору з предмета певних граней (проблем) – другий етап розробки концепції. Лише після того, як суб’єкт здійснив вибір проблем, він може звернутися до вивчення того людського досвіду, який накопичено з матеріалу, що його зацікавив. Такий підхід сприяє, по-перше, ширшій цілеспрямованості й поглибленню в роботі з літературою, ніж коли людина одразу починає вивчення чужого досвіду, як це практикується. По-друге, це допомагає людині позбавитись почуття розгубленості перед величезним обсягом

літератури і знімає нервозність у процесі роботи, що дозволяє зекономити час.

Четвертий етап створення концепції характеризується тим, що тут суб'єкт провадить складну операцію по критичному осмисленню двох досвідів – свого і чужого – на основі чого й формує власну позицію. Таким чином, суб'єкт начебто знову повертається до свого бачення предмета, але це бачення є вже якісно іншим, бо завдяки способу розвитку за спіраллю воно є збагаченим, поглибленим, конкретизованим і навіть переосмисленим.

Отже, процес створення концепції – це досить складна й напружена мисленнєво-мовленнєва діяльність людини, але не зробивши цієї досить нелегкої роботи, вона впадає в дилетантизм, що виражається в нездатності розв'язувати суперечності, сприяє появі і накопиченню безвихідних ситуацій.

Другий закон (закон моделювання аудиторії) формує і розвиває в людини вміння вивчати в системі три групи ознак, які позначають „портрет” будь-якої аудиторії:

Соціально-демографічні ознаки становлять собою перший ступінь вивчення аудиторії, спрямований на розкриття „зовнішньої оболонки” людини. До цієї групи можна віднести такі ознаки: стать, вік, національність, освіту. Професію, склад сім'ї тощо. Для того, щоб ці ознаки не перетворились на формальні характеристики, необхідно не лише займатися фіксацією цих ознак, але й співвідносити ознаки одну з одною, займатися їх аналізом, вичитувати ту інформацію, яка стоїть за тією чи іншою ознакою.

Соціально-психологічні ознаки характеризують поведінку декількох суб'єктів одночасно, тобто це ознаки, властиві одразу декільком суб'єктам. До них можна віднести такі: мотиви поведінки, потреби, ставлення до предмета мовлення та суб'єкта, який його викладає, рівень розуміння предмета.

Індивідуально-особистісні ознаки становлять собою наступний крок у вивченні внутрішнього світу людини, який направлений на розкриття особливостей кожного суб'єкта зокрема, тобто на дослідження будови внутрішнього світу суб'єкта: типу нервової системи, типу й способу мислення, особливостей характеру, типу темпераменту, ступеня розвитку основних функцій – інтелектуальної, емоційної, рухливої, інстинктивної тощо.

Соціально-демографічні та соціально-психологічні ознаки аудиторії необхідно вивчати ще на підготовчому етапі (до безпосереднього спілкування), тобто прогнозувати. Індивідуально-особистісні ознаки вивчаються в процесі безпосереднього спілкування.

Третій закон (стратегічний) формує і розвиває в людини уміння розробляти програму діяльності на основі створеної концепції з урахуванням психологічного портрета аудиторії:

- визначення цільової установки діяльності (навіщо?);
- виявлення і дослідження суперечностей у досліджуваних проблемах;
- формування тези (головної думки, власної позиції).

Стратегія (програма дій) характеризується такими ознаками: динамічністю, гнучкістю, варіативністю (порівняйте: концепція є щось універсальне, загальне, більш або менш стабільне). Інакше кажучи, та сама концепція може мати декілька стратегій залежно від аудиторії (на кожну аудиторію вибудовується своя програма дій) та етапів реалізації концепції (скільки етапів, стільки й стратегій).

З яких компонентів складається стратегія? Перш за все слід виділити цільову установку, заради якої готується виклад концепції. „Цільова установка” складається з двох компонентів: **завдання**, спрямованого на роз’яснення тих чи інших факторів, аргументів. Позицій і, зрештою, на переконання аудиторії у чомусь, та **надзавдання**, яке має емотивно-спонукальний характер. Термін „надзавдання” ввів К.С.Станіславський в теорію театрального мистецтва; він означає ту приховану пружину дії, яка, за задумом режисера, повинна протягом усього спектаклю утримувати емоції глядачів у руслі режисерського задуму.

Теза розглядається як головна думка або згусток думок, що розгортається суб’єктом у ході спілкування з аудиторією. Наявність тези дозволяє уникнути безмістовного викладу концепції. Інакше кажучи, теза виконує роль синтезатора усіх компонентів мовлення: концепції, запитань, цільової установки, аудиторії.

Четвертий закон (тактичний) формує і розвиває в людини уміння працювати з фактами та аргументами, а також активізувати мисленнєву діяльність співрозмовників (аудиторії), тобто створити атмосферу інтелектуальної й емоційної співтворчості. Аргументація розглядається як нежорсткий засіб впливу одного суб’єкта на погляди

та поведінку іншого суб'єкта. Нежорсткий означає, що аргументатор визнає реципієнта (аудиторію) вільною особистістю, визнає його інтелектуальне і моральне право відкинути аргументацію. (Порівняйте: фізичний вплив, наказ, команда, погроза).

Аргументація, на думку Г.М.Сагач, є явищем комунікативним, яке включає в себе два аспекти: гносеологічний (пізнання предмета, поглиблене його розуміння, пошук істини, поширення істинних думок та їх захист) та етичний (аргументатор визнає себе та реципієнта людьми, які мають рівне право вільного пізнання істини).

Класифікація аргументів, запропонована Г.М.Сагач:

Сильні	Слабкі	Неістинні
„доказ від факту” (доказ, побудований на аналізі факту, тобто на вивченні причинно-наслідкових зв'язків, які впливають з факту).	„Доказ від сумніву” (доказ, зумовлений особистими сумнівами переконуючого субекта); „доказ від авторитету” (доказ, який визначається загальною вірою переконуючого та переконуваного в авторитет „третьої сторони”); „доказ від впевненості” (доказ, який впливає з особистої впевненості переконуючого).	„Доказ від загрози” (доказ, заснований на загрозі аудиторії); „Доказ від обіцянки” (доказ, заснований на обіцянці аудиторії з боку переконуючого); „доказ від засудження” (доказ, заснований на засудженні мовця і аудиторії третьою стороною).

Для повного досягнення цільової установки необхідно, щоб аудиторія не тільки вбирала інформацію, але й активно її переробляла, тобто проектувала на себе, свою діяльність, свій досвід. Інакше кажучи, щоб виходила на рівень застосування одержаних знань.

Перший крок – зацікавити аудиторію – призначений для включення емоційно-естетичного впливу в адресата, яке досягається використанням:

- аудіовізуальних прийомів (графіки, таблиці, малюнки, схеми, відеоматеріали);

- психологічних прийомів (реклами);
- шокової терапії (створення несподіваного ефекту, який дозволяє переключати увагу аудиторії, концентрувати її на потрібних мовцеві аспектах);
- прийому „опудало опонента”, що становить собою змодельовану типову думку з обговорюваного питання, яке може бути домінуючим в даній аудиторії. Суб’єкт повинен ретельно проаналізувати цю думку (виявити всі плюси і мінуси) і потім запропонувати свій погляд. Цей прийом допомагає активно підтримувати інтерес аудиторії;
- прийому проблемного введення матеріалу, який дозволяє суб’єкту з перших хвилин спілкування оволодіти увагою аудиторії за допомогою проблемних питань.

П’ятий закон (мовленнєвий) формує і розвиває в людини вміння володіти мовленням (одягати свою думку в дієву словесну форму). Він становить собою систему комунікативних якостей мовлення (правильність, виразність, ясність, точність, емність, стислість, доцільність).

Правильність – це володіння нормами літературної мови (орфоепічними, орфографічними, граматичними, лексичними). Цицерон писав так: „... вміти правильно говорити... ще не заслуга, а не вміти – вже ганьба, тому що правильне мовлення, по-моєму, не стільки достоїнство вправного оратора, скільки властивість кожного громадянина”.

Виразність – це така комунікативна якість, завдяки якій здійснюється вплив на емоції, на почуття аудиторії, тобто за допомогою якої включається права півкуля головного мозку.

До засобів виразності можна віднести засоби художньої образності (порівняння, епітети, метафори і под.), фонетичні засоби (інтонація, тембр голосу, темп мовлення, дикція), приказки, прислів’я, цитати, афоризми, крилаті слова та вирази, а також не літературні форми національної мови (територіальні, соціальні діалекти, просторіччя), якщо вони вживаються суб’єктом усвідомлено та доцільно, оживлюючи, а не спотворюючи мовлення, синтаксичні фігури (звертання, риторичне запитання, інверсія, градація, повтор, період).

Ясність – це така комунікативна якість яка забезпечує адекватне розуміння сказаного (без деформацій), не вимагаючи від співрозмовника особливих зусиль при сприйнятті.

Точність – це комунікативна якість мовлення, яка виявляється у використанні слів у повній відповідності з їх мовними значеннями. Дана якість виробляє в людини звичку називати речі своїми іменами. Точність найтісніше пов'язана з наступним комунікативним аспектом – стислістю.

Доцільність – це особлива організація мовних засобів, яка зумовлює відповідність мовлення цілям та умовам спілкування. Основний спосіб розвитку доцільності – виступ з однією й тією самою темою в різних типах аудиторій. Ця якість, як жодна інша, відточує, шліфує мовне чуття суб'єкта, допомагає ефективно управляти поведінкою аудиторії.

Шостий закон (закон ефективної комунікації) формує і розвиває в людини уміння встановлювати, зберігати й закріплювати контакт з аудиторією як необхідну умову успішної реалізації продукту мисленнево-мовленнєвої діяльності.

Сьомий закон (системно-аналітичний) формує і розвиває в людини уміння рефлексувати (виявляти і аналізувати власні відчуття з метою навчитися робити висновки з помилок і нарощувати цінний життєвий досвід) і оцінювати діяльність інших, тобто визначатися, як допомогти іншому ефективніше здійснювати його діяльність, а також навчитися вбирати в себе цінний досвід іншого.

Аналіз якості (як зроблений продукт) здійснюється на всіх етапах мисленнево-мовленнєвої діяльності: підготовчому, виконавському, наслідковому.

Аналіз ефективності (результативності), ступеня реалізації цільової установки, співвідношення задуманого результату (мети) і одержаного результату проводиться на наслідковому етапі діяльності.

Системно-аналітичний закон базується на двох етапах критичної діяльності: на самоаналізові (суб'єкт аналізує свій продукт, свої дії) та аналізові інших (суб'єкт аналізує чужий продукт і дії іншого суб'єкта).

ЛЕКЦІЯ 3

РОДИ І ВИДИ СУЧАСНОГО КРАСНОМОВСТВА

Основоположник античної риторичної науки Арістотель виділяв три основні роди (типи) промов: **судові, дорадчі та похвальні (епідейктичні)**. Це означало, що на той час риторична практика вже нагромадила достатній досвід для диференціації і класифікації промов та систематизації засобів досягнення заданого ефекту від них. Учення про три роди промов у риторичі Цицерона дещо відрізняється від Арістотелевого вчення, який вчення про три роди промов розвинув у три види риторичі. Дорадчі промови можна вважати найпоширенішою, щоденною і велемовністю. У таких промовах люди дають іншим поради, пропозиції, оцінки, схиляють до своїх думок, спонукають до певних дій, вчинків або, навпаки, застерігають від небажаних думок, шкідливих дій, негідних вчинків. Судові промови — це звинувачувальні чи виправдовувальні промови позивачів, самозахисні виступи відповідачів, прокурорські звинувачення, адвокатські захисні промови, виступи суддів, свідків, громадських представників, присяжних тощо.

Судові промови характеризуються чітким формулюванням мети, переконливою аргументацією, знанням справи і ситуації, умінням знаходити аналогічні приклади, шукати найменші зачіпки, збільшувати або применшувати якийсь факт, передбачати розвиток подій, красномовством зворушливо впливати на судову владу. Джерела свідчать, що риторика почалася саме з судового красномовства у V ст. до н. е. в Давній Греції та Римі (зокрема, в демократичній державі Афіни), нагромадила великий досвід, витворилася у науку на захист закону, справедливості, демократії і гуманізму.

Епідейктичне, або похвальне, урочисте красномовство поряд із судовим досягло великого розквіту ще в античній риторичі. В епідейктичних промовах хвалять, прославляють, возвеличують особу, факт, подію або, навпаки, гудять, осуджують, ганьблять. Огуд-ливе красномовство мало значно вужчу сферу застосування. Найбільшу славу пожинали саме майстри епідейктичного красномовства (Перікл, Горгій, Ісократ, Демосфен, Цицерон).

Автори риторик виділяли п'ять основних типів красномовства:

1. Соціально-політичне красномовство — доповідь на соціально-політичні та політично-економічні теми, звітна доповідь, політична дипломатія, військово-патріотична, мітингова, ораторська промови, політичний огляд.

2. Академічне (наукове) та лекційне красномовство - лекція, наукова доповідь чи огляд, наукове повідомлення або інформація.

3. Судове красномовство - прокурорська (звинувачувальна) промова. Адвокатська (захисна) , самозахисна промова обвинуваченого.

4. Соціально-побутове красномовство - ювілейна, застільна або поминальна промови, "світське базікання" як щось легке, природне та приємне, без дискусій, суперечок і полемік.

5. Богословське — церковне (духовне) красномовство - проповідь, промова в соборі.

Деякі фахівці виділяють ще дискутивно-полемічне (або діалогічне) красномовство. Це - суперечка, дискусія, диспут, полеміка, бесіда, ділова нарада, інтерв'ю, прес-конференція, ділова гра, вечір запитань і відповідей.

Окремі вчені до головних видів красномовства причисляють ще

6. Дипломатичне спілкування - дипломатичний мовний етикет з його обов'язковими нормами, переговори і листування, складання суто юридичних документів, синхронний переклад.

7. Військове красномовство - бойовий заклик, бойовий наказ, статут, військові мемуари, радіозв'язок.

8. Педагогічне спілкування — розповідь і пояснення викладача, егоцентрична мова студента, усні розповіді студентів, їх письмові твори, лекція як складний акт педагогічного спілкування.

9. Діалоги з самим собою (внутрішня мова, уявна) - уявна підготовка до усного особливо письмового вислову, читання про себе, спогади та роздуми, внутрішнє планування і репетиція.

Найважливішим і найскладнішим у риторичній практиці є публічне ораторство. Антична риторика й виникла як наука про публічну (на площах, зборах, у судах) живу промову. У пізніші часи поступово почалося розгалуження інших видів і жанрів промов, розвинулося галузеве (академічне, військове, педагогічне та ін.) красномовство, збагатилося мовними засобами і специфічними технічними прийомами. Проте й досі головним випробуванням для

ораторів залишається жива публічна промова перед великою аудиторією, бо вона багатоаспектна, відповідальна і трудомістка.

Публічне красномовство комбінує й синтезує багато ознак. Це видно з таких його характеристик:

- за змістом воно є суспільно важливим і проблемним;
- за формою реалізації публічне мовлення є писемно-усним;
- за відношенням до форми мовлення є книжно-розмовним;
- за функціональним типом мовлення публічна промова може бути синтезом елементів усіх функціональних мовних типів — розповіді, опису, міркування, монологу;
- за характером реалізації публічне мовлення є підготовлено-імпровізаційним.

Писемно-усна форма реалізації публічної промови означає, що вся підготовча робота (задум, концепція, породження тексту: тези, положення, докази, факти, мовне вираження) фіксується на папері, тобто має писемну форму і належить тільки оратору. Цей писемний етап необхідний для того, щоб промовець сам умів викласти хід своїх думок послідовно, логічно, несуперечливо, нічого не забути з основних думок («не загубити думку»), докладніше розібратися у власних судженнях і відчутти їх вагу.

Академічне красномовство — це ораторська діяльність науковця та викладача, що доповідає про результати дослідження або популяризує досягнення науки.

Сфера його застосування — шкільна (різних рівнів) та наукова аудиторія. Слово походить від грецького "акаЗеціа" — так називались сади, що начебто належали міфічному героєві Акаде-му. Згодом цим словом почали називати філософську школу, засновану Платоном саме в цій місцевості.

В Україні зародження академічного красномовства пов'язане з функціонуванням Острозької школи та Києво-Могилянської Академії, хоча тут ще були дуже відчутні релікти схоластики. Згодом воно розвивається у стінах кількох університетів (Київський, Львівський, Харківський та ін.). Щоправда, лише у ХХ ст. в цій галузі права громадянства набула українська мова (особливо після здобуття Україною незалежності). Видатними представниками українського академічного красномовства були М.Максимович, М.Костомаров, В.Єрмаков та ін.

Головні риси академічного красномовства — *доказовість, бездоганна логічність, точність мислення, чітка, позбавлена будь-якої двозначності, термінологія.*

До жанрів академічного красномовства належать: наукова доповідь, наукове повідомлення, наукова лекція (вузівська та шкільна), реферат, виступ на семінарському занятті, науково-популярна (публічна) лекція, бесіда.

Лекція — основний жанр академічного красномовства. Це монологічний вид виступу, але погано, якщо лекція перетворюється тільки на монолог викладача без зворотного зв'язку з аудиторією. Аудиторія повинна не тільки слухати, а й активно сприймати матеріал. Для цього існує певна система прийомів: наприклад, проблемний виклад теми, коли лектор не дає готових оцінок, а розглядає різноманітні точки зору, які існують у науці, що можуть навіть суперечити одна одній — це провокує інтерес слухачів до матеріалу та їх розумову активність. Можна також (особливо це стосується середньої школи) під час лекції *давати завдання*: наприклад, виписувати на полях незрозумілі слова, складати хронологічні таблиці, план або тези — це урізноманітнить способи ведення конспекту.

Досвідчені викладачі широко використовують також різноманітні форми діалогу зі слухачами: *колоквіум, дискусію, диспут, усну рецензію, обговорення.*

Змістом публічних промов обирають, як правило, дуже важливі й часто проблемні для їх вирішення питання суспільно-політичного, громадського чи виробничого життя. Це ті, що потребують публічного ствердження чи заперечення, аргументації чи спростування, розв'язання конфлікту та обрання правильного варіанту.

У публічній промові роль писемної і усної форми мови майже врівноважується. На сучасному етапі писемну підготовку можна полегшити за допомогою комп'ютера. Писемно-усна форма реалізації публічного мовлення надає промові книжно-розмовного характеру, що виявляється найбільше на підготовчому етапі: у граматичній правильності, дотриманні норм літературної мови, у логічній послідовності, точності і стислості матеріалу, у доцільності добору художніх засобів.

Підготовчо-імпровізаційний характер публічних промов виявляється у тісному зв'язку двох основних етапів: підготовчого і виконавчого. На виконавчому імпровізація неминуча, тому що прочитаний без неї текст не стане промовою, а читанням, яке створюватиме ефект штучності. Проте спонтанне мовлення буде вдалим тільки за умови наявності попередньої доброї мовної підготовки.

Публічне мовлення має кілька різновидів за галузевим і жанровим критеріями.

- власне наукові, теоретичні: лекції, наукові доповіді й повідомлення;

- науково-методичні: навчальні лекції;

- науково-популярні: лекція-огляд, лекція-екскурсія, кіно- чи телелекція.

Наукові доповіді, повідомлення, лекції містять теоретичні положення з теми якоїсь актуальної проблеми чи питання, докази і факти, ілюстративний матеріал. Виклад повинен бути об'єктивним, незалежним від суб'єктивних уподобань доповідача, добре аргументованим. Тут діють не емоції, а сила доказу, логічність міркувань і закономірність результатів. Стан промовця також має бути стриманим. Такі лекції, як правило, є монологічними.

Науково-популярні тексти до логічно викладеного об'єктивного змісту потребують ще емоційно-експресивних доповнень для того, щоб задіяти всі психічні можливості сприйняття у реципієнтів, тому вони мають багато різновидів. Залежно від того, які елементи мовного спілкування використовуються в лекції, зокрема діалоги чи полілоги, виділяють: лекцію-показ, лекцію-огляд, лекцію-бесіду, лекцію-інструктаж, лекцію-інформацію, лекцію-підсумок тощо. Кожний із різновидів має свої композиційні особливості і прийоми активізації перцептивно-пізнавальних можливостей реципієнтів, і кожен педагог, як щоденний оратор, має знати про них і володіти ними. Лекція-показ—це розповідь з демонстрацією того, що і як треба робити. Лекція-інформація — це послідовний виклад теоретичних положень з великим фактажем. Треба знайти спосіб так подати його, щоб було все логічно і послідовно викладене. Лекція-бесіда — вміла комбінація монологу і діалогу, що значно активізує увагу і мислення слухачів, робить їх співучасниками творчого пізнання. До якого б виду не належала лекція, вона має продумуватися

і формуватися за певним планом, в якому треба передбачити риторичні засоби активізації уваги слухачів.

Політичне красномовство, його особливості і різновиди.

Політичне красномовство — це виступ оратора, що виражає інтереси тієї чи іншої партії (політичної сили) або роз'яснює якусь суспільно-політичну ситуацію.

Розрізняють такі різновиди політичних промов:

- 1) інформаційні - це пропаганда, політосвіта, наука;
- 2) переконливі та закличні, що спонукають до дії, — це агітація (наприклад передвиборна);
- 3) дискусійні, полемічні, навіть викривальні (обговорення спірних питань).

Політична риторика диференціюється на такі основні жанри: *політичні промова, доповідь, виступ, інформація, огляд та бесіда.*

У політиці активно використовуються засоби масової інформації - радіо, телепередачі, але в моменти загострення політичної боротьби зростає роль живого слова, імпровізації. Це - виступ на мітингах, демонстраціях, що потребують досконалого володіння мистецтвом слова. Тільки за допомогою цього можна досягнути успіху. Тематика політичних промов різноманітна: боротьба за владу, міжнародні та міжнаціональні питання, економічні, етично-виховні, правові та науково-освітні, релігійно-конфесійні проблеми і складні питання життя, побуту, забезпечення людей.

На початку 1990-х рр. виразно прозвучала тема "мова влади". Мова державних діячів, керівників у сфері економіки, освіти та культури, у силових структурах завжди привертає увагу населення, оскільки в їхній мові, що передається через ЗМІ, міститься життєво важлива інформація (модель "влада- народ"). На жаль, не завжди державні діячі дотримуються правил і законів риторики, хоча це і не впливає на їхній успіх.

Риторична характеристика цього різновиду політичних виступів така: про них судять за ступенем повноти, "прозорості" у доборі фактів, зв'язків між ними і перспективою. Вони сприймаються слухачами; читачами неоднозначно.

Ще один різновид політичного красномовства - риторика революцій, якою послуговувалось чимало обдарованих ораторів: Че Гевара, Дж. Гарібальді. Для цього типу промов характерна переконаність лідерів руху в своїй правоті, емоційність, натхнення,

готовність до жертви, проголошення боротьби за свободу і щастя людей, всього народу. Револьюційна ораторика пристрасна, вона має впливати на багатьох. У політичному красномовстві важливе дотримання мовної норми, використання афоризмів, засобів наочної агітації: лозунги, плакати, транспаранти, портрети, різноманітна символіка, а також музика, кінофільми. Промови політичних ораторів нерідко видаються і перевидаються у брошурах, книгах і навіть багатотомних збірниках.

Суспільно-побутове красномовство, сфера його призначення.

Суспільно-побутове красномовство – це ораторство у сфері соціального побуту (народження, одруження, вітання, ювілеї, зустрічі, прощання тощо).

Соціально-побутове красномовство має виразно окреслений національний характер, воно зберігає і продовжує традиції та звичаї народу. Родини, хрестини, сватання, заручини, одруження, ювілеї, віншування й привітання зі святами та пам'ятними подіями і датами завжди супроводжуються красномовними звертаннями, вітальними промовами, тостами й побажаннями, примовками, тому воно (красномовство) має масовий характер і помітний вплив на культуру живої народної мови. На жаль, українське суспільно-побутове ораторство недостатньо досліджене, бо воно народжується і зникає в усному мовленні (фольклорні записи, спогади письменників, літературні тексти). Красномовними оповідачами були Остап Вишня, Максим Рильський, Олександр Довженко, Василь Сухомлинський, Олександр Ковінька, Юрій Смолич та багато інших.

Діалогічне (полілогічне) красномовство формується не одним промовцем, а двома або кількома. Основні види такого красномовства: бесіда, дискусія, суперечка, диспут, нарада, прес-конференція, інтерв'ю, ділова гра, вечір запитань і відповідей, вікторина, "круглий стіл" тощо. В умовах правової держави, коли авторитарний стиль змінюється демократичним, зростає роль конструктивного діалогу не тільки в політиці та пропаганді, а й у інших сферах суспільного життя, зокрема в культурі, освіті. Невміння вести конструктивний діалог призводить до непотрібного протистояння і протидії сил, до гальмування демократичного розв'язання проблем.

Діалог як вид красномовства є дуже давнім. Великим майстром діалогічного ораторства був Сократ. У грецькій риторичній мистецтві вести суперечку, полеміку називалось еристикою. Еристика

- складніший вид, ніж монологічне красномовство. Зазвичай учасникам діалогів і полілогів притаманні різні погляди, суперечливі думки й емоції, а це потребує неабиякої уваги співрозмовників, підготовки, відповідного настрою, переконливих доказів, тактовності тощо.

У діалозі-полілозі може відбуватись суперечка між людьми різних ідеологій, способів міркування, соціальних ролей, неоднакового життєвого досвіду, діаметрально протилежних душевних станів, різного рівня виховання, але, зрештою, їм треба дійти згоди і знайти конструктивне рішення. Тому оратори і педагоги, для яких також головною формою роботи з вихованцями є діалог-полілог, мають зважати на всі аспекти підготовки діалогу: мовний, логічний, психологічний, педагогічний, аксіологічний (оцінний), політологічний і соціологічний.

У контексті проблеми виділяють декілька різновидів діалогічного мовлення: дискусія, полеміка, диспут та ін.

Дискусія (від лат. *discussio* — розгляд, дослідження) — це обговорення певної проблеми або групи питань чи одного дуже важливого питання задля досягнення істини. Мовно-жанрові ознаки дискусії добре простежуються у порівнянні її з полемікою.

Полеміка (від гр. *polemikos* — військовий, ворожий) — обговорення певної важливої проблеми чи окремого питання задля досягнення перемоги через антагонізм різних поглядів, утвердження власного, хоч і на шкоду істині.

У дискусії ті, хто сперечається, називаються опонентами, у полеміці — супротивниками, конкурентами. У дискусії опоненти шукають істину, компроміс, консенсус, угоду, злагоду; у полеміці найголовніше — утвердження власного погляду, перемога своєї позиції. Дискусія ведеться за певними правилами і за згодою її учасників, а її тема формулюється заздалегідь або до початку. Її учасники почергово висловлюють свої положення, думки, спростування, тому вона набуває логічного, зв'язного характеру. Мовні засоби дискутування мають бути прийнятними для всіх учасників, толерантними. Використання непередбачуваних засобів осуджується і може зупинити дискусію без висновків і завершення. У полеміці не дотримуються таких правил, тут перемагає ініціатива суперників, ситуативність спілкування, непередбачувані і раптово

знайдені "під руку" засоби не завжди переконливої, але наполегливої аргументації.

Диспут (від лат. *disputo* — досліджую, сперечаюсь) — це заздалегідь підготовлена і проведена у певний час на обрану тему (наукову, політичну, літературну тощо) публічна суперечка між попередньо визначеними опонентами. Обирається тема зі складною проблематикою, різні тлумачення або різні шляхи її розв'язання. Саме тому не менше двох промовців повинні опонувати один одному, щоб уповні розглянути проблему і знайти шляхи її вирішення.

Дебати (фр. *debates*, від *debatte* — сперечатися) — це пропонування своїх ідей, поглядів, концепцій, програм, свого бачення розв'язання важливих державних, громадських питань як протиставлення ідей іншого учасника дебатів. У риторичі діалогічного мовлення сформувався певні правила, технологія і культура еристики. На основні та окремі з них варто звернути увагу освіченим громадянам, особливо тим, хто готує себе до активної державної, політичної, громадської чи якоїсь іншої публічної діяльності.

Дипломатичне красномовство як особливо вишуканий, елітарний вид мовлення.

Дипломатичне красномовство має кілька видів промов, серед яких поширені такі:

- промови на міжнародних та міждержавних конференціях, зборах, засіданнях, зустрічах;
- промови під час дипломатичних актів (угод, контактів, комюніке);
- промови під час візитів, прийомів, прощань, нагород тощо;
- дипломатичне листування.

Дипломатичне красномовство розвивається тільки у вільних державах, що проводять активну міжнародну політику. Воно потребує від ритора бездоганного володіння рідною літературною та іноземними мовами, бездоганної вимови, розвиненого чуття мови, вміння долучатися до потрібних тем, ідей, думок, цікаво розповідати, вимагає такту й коректності.

Для оратора-дипломата потрібні воля, сила, інтелект, обережність та обачність. Розвиток дипломатичного красномовства розпочався в античній риторичі. Для того, щоб досягти успіху в переговорах з представниками інших країн, треба було бути

майстерним оратором. Бувало так, що великі оратори ставали послами своїх країн і домагалися значних успіхів (Горгій, Демосфен).

Єдність загальноприйнятих правил, традицій, умовностей називають дипломатичним протоколом. Цим поняттям окреслюють практично всі сфери дипломатичної діяльності: визнання нових держав, встановлення дипломатичних відносин, відкриття місій і представництв, призначення глав дипломатичних представництв, вручення вірчих грамот, здійснення дипломатичних візитів, бесід, переговорів, скликання міжнародних нарад і конференцій, підписання конвенцій, комюніке, заяв, угод, договорів, зустрічі офіційних делегацій, реагування на святкові і трагічні події, на державну символіку країни-представника і країни перебування, дипломатичні прийоми і листування.

Основою дипломатичного протоколу є правила міжнародної ввічливості, закріплені Віденською конвенцією про дипломатичні відносини 1961 р. Протокол передбачає правила реакцій, дій, учинків, поведінки, проте основну і найбільшу частину його складають морально-етичні правила поведіння і мовний етикет в різних ситуаціях дипломатичного спілкування.

Етика красномовства виявляється через такі мовні знання й уміння промовця:

- знання, крім предмета викладу, дипломатичної термінології, яка здебільшого має іншомовне походження;
- знання мовних формул усіх типів (номінативних, атрибутивних, предикативних, адвербіальних) та умов використання їх відповідно до дипломатичних рангів промовців;
- володіння дипломатичним мовним етикетом залежно від рівня спілкування, рангів співрозмовників і жанрів дипломатичного дискурсу;
- володіння мовними засобами ідентичності, тотожності (різними видами синонімії) та опозиційності, контрастивності, альтернативності (різними видами антонімії), яке дає промовцеві можливість уникати прямолінійності суджень, категоричності відповідей (вміння не сказати ні "так", ні "ні");
- володіння такими комунікативними якостями мовлення, як логічна послідовність, точність, зрозумілість, стислість, доречність, виразність, образність і національна традиційність.

Оскільки традиції і правила дипломатичного спілкування сформувалися як результат довготривалого досвіду міждержавної співпраці, то до сучасної української дипломатичної термінології належить багато слів іншомовного походження. І хоча майже кожному з них є український відповідник, мовний етикет і правила дипломатичного мовлення потребують обов'язкового вживання слів і висловів саме іншомовного походження. Наприклад: *агреман* (фр.) — у міжнародному праві попередня згода держави на прийняття певної особи як глави дипломатичного представництва іншої держави (отримати агреман, запит на агреман, відмова в агремані). *Аташе* (фр.) — ранг співробітника дипломатичного представництва та відомства закордонних справ або особа, що відповідає за певні питання у дипломатичній місії (аташе з питань культури, військовий аташе); *комюніке* (фр.) — офіційне повідомлення про хід або наслідки дипломатичних переговорів (в комюніке повідомляється, опубліковано комюніке) та ін.

Частина дипломатичних термінів має вторинні значення і стала суспільно-політичними чи загальнонауковими термінами: аудієнція, альянс, глобалізація, декларація, імунітет, коаліція, конгрес, легалізація, місія, церемонія тощо. За походженням більшість іншомовних термінів у дипломатичній лексиці, як і у правничій галузі, є запозиченнями з класичних мов — грецької (протокол — *protokollor*, *protos* — перший + *kollo* — приклеюю) та переважно латинської (кодекс — *codex* — книга; декларація — *declaratio*, *declaro* — заявляю, оповіщаю; агент — *agens* (*agentis*) — діючий; місія — *missio* — посилка, доручення; конгрес — *congressus* — зустріч, збори; імунітет — *immunitas* (*immunitatis*) — звільнення, свобода; нота — *nota* — знак, зауваження; ратифікація — *ratificatio* < *ratus* — затверджений + *facere* — робити).

Деякі вислови функціонують як українська літерація, проте не перекладаються: *де-юре* (лат. *de jure*) — юридично, за правом, формально; *де-факто* (лат. *de facto*) — фактично; *персона грата* (лат. *persona grata* — букв. бажана особа) — особа, кандидатура прийнята урядом цієї держави; *персона нон грата* (лат. *persona non grata* — букв. небажана особа) — дипломатичний представник, який не користується довірою з боку уряду однієї чи іншої держави, куди він призначається, або той, що втратив довіру і має бути відкликаний.

Ознакою дипломатичного мовлення є й високочастотне використання стійких словосполучень, які усталились як мовні формули обов'язкового використання. Ці мовні формули — складні назви держав, міжнародних організацій, назви представництв і офіційних осіб за посадами, рангами: Співдружність незалежних держав, Сполучені Штати Америки, Велика Британія, Організація Об'єднаних Націй.

Дипломатичним протоколом окремо передбачено, коли і які можна вживати синонімічні вирази на означення особи (Президент — глава держави — найвища посадова особа держави; Прем'єр-міністр — глава Кабінету Міністрів — глава уряду країни; глава управління закордонних справ держави — глава зовнішньополітичного відомства — особа, яка очолює відомство закордонних справ — міністр закордонних справ. Є також офіційний реєстр складноскорочених слів (абревіатур), які можна вживати.

Для дипломатичних промов обов'язковим є етос "міжнародної ввічливості", поваги і шани всього, що презентує і символізує свою державу і державу партнера. Він виявляється через мовні формули міжнародної і національної ввічливості та компліментів, без яких немислиме дипломатичне спілкування ні в усній формі (промови, заяви, виступи, діалоги, інтерв'ю), ні в писемній (дипломатичне листування). Мовні етикетні формули в дипломатії склалися віками, поєднуючи в собі елементи міжнародної й національної етики.

Комплімент (фр. *compliment*) є, мабуть, чи не найдавнішим засобом мовного впливу, він може виразити приязнь, увагу, вдячність, сподівання і т. ін. Формула компліменту ("Формула трафаретної ввічливості") є невід'ємною складовою дипломатичної практики. Він вказує на принцип взаємності, особливо за умови направлення ноти-відповіді.

Комплімент зазвичай «обрамлює» текст — лист починається і закінчується формулою ввічливості, тобто можна говорити про спеціальні формули початку і кінця тексту. Оскільки метою початкового компліменту є встановлення контакту, приязного тону, він містить, найперше, засвідчення поваги: *Міністерство закордонних справ України засвідчує свою повагу...*, *Посольство України в Австрійській республіці засвідчує свою повагу...* Часто засвідчення поваги поєднується з повідомленням: засвідчує свою повагу і має честь повідомити або з вишуканою формою прохання: *Дипломатична*

академія при Міністерстві закордонних справ України засвідчує свою повагу Посольству Королівства Нідерландів в Україні і має честь звернутися до Вас, Вельмишановний пане Посол, з проханням...

Судове (юридичне) красномовство — це ораторські виступи юристів, підсудного та цивільних осіб у процесі розгляду судової справи з позицій законодавства.

Судове красномовство виникло в Давній Греції як апології — промови на захист самого себе, що їх писали для населення логографи-софісти. Сучасний суд дуже відрізняється від судочинства античної пори. Це складна процедура, учасники якої чітко розподіляють ролі: прокурор, адвокат, свідки і т.д.

"Судова промова — це промова, звернена до суду та інших учасників судочинства і присутніх при розгляді кримінальної, цивільної, адміністративної справи, в якій містяться висновки щодо тієї чи іншої справи"¹. "Основними особливостями судової промови в порівнянні з іншими видами ораторського мистецтва є: офіційний характер промови; полемічність; спрямованість (до суду); попередня зумовленість змісту (справа, яку слухає суд); підсумковий характер судової промови"².

У суді виступають з промовами *прокурор (обвинувач)* та *адвокат (захисник)*. Звичайно визначають *прокурорську (звинувачувальну)* та *адвокатську (захисну)* промови. Судова промова повинна ефективно впливати на суд, допомагати формуванню переконань суддів та присутніх у залі суду громадян.

У судовому засіданні при розгляді кримінальних, цивільних, адміністративних, господарських справ можна виділити такі **види судових промов**:

1. Обвинувальна промова прокурора в кримінальних справах.
2. Промова прокурора в кримінальній справі при відмові від обвинувачення.
3. Захисна промова адвоката в кримінальній справі.
4. Промова адвоката – представника потерпілого, цивільного позивача і цивільного відповідача.
5. Самозахисна промова підсудного.
6. Промова потерпілого і його представника.
7. Промова цивільного позивача і цивільного відповідача або їхніх представників.
8. Промови прокурора й адвоката в цивільних.
9. Промови прокурора й адвоката в адміністративних справах.
10. Промови громадського обвинувача й громадського захисника в кримінальних справах.
11. Промови позивача та відповідача або їх

представників у цивільних справах. 12. Промови третіх осіб або їх представників у цивільних справах. 13. Промови уповноважених органів державного управління, профспілок, підприємств, установ, кооперативних організацій та їх об'єднань у цивільних справах. 14. Промови представників громадських і трудових колективів у цивільних справах. 15. Промови осіб, які притягаються до адміністративної відповідальності, та їх представників. 16. Промова потерпілого в адміністративній справі. 17. Захисна промова близьких родичів, опікунів або піклувальників підсудного в кримінальній справі.

Церковне красномовство — це проповіді, бесіди, напучення, коментування Біблії в практиці різноманітних християнських конфесій.

Релігійне красномовство характерне не лише для сфери християнської культури. В зародку воно існувало, наприклад, у Давній Греції.

Основним жанром церковного ораторства є *проповідь* — коментар до Біблії. Проповідник не повинен відділяти Біблію від мирського, світського, а навпаки, якомога інтенсивніше їх поєднувати. Так, виголошуючи проповідь про повернення блудного сина, священик може навести приклади з сучасного життя, коли політичні чи громадські діячі, або й багато звичайних людей навертаються до церкви, відвернувшись від того корита з жолудями, яке їм пропонувало безбожництво, і повертаються до дому Батька Небесного. Таким чином, підкреслюється мудрість Святого Письма, яке передбачає гріхи людини й дає відповідь на ті болючі екзистенціальні питання, які заново розв'язує для себе кожне нове покоління. Письма та подій церковного року, допомагало людині відчувати свою причетність до справ Божих. Проповідник же повинен закликати людей молитися.

Протягом століть склалася така загальноприйнята система, як чотири види проповіді: *проповідь-розповідь*, *проповідь-слово* (урочиста), *проповідь-повчання*, *бесіда-тлумачення Святого Письма* (гомлія).

Звичайна структура проповіді: *епіграф* (з Писання); *вступ* (зацікавлення, опис, оповідь); *основна частина*, або виклад матеріалу (міркування); *повчальна частина*; *закінчення-підсумування*; *заклик*.

Згідно з загальноприйнятою практикою, пастир долучає також до матеріалу Святого Письма ті проблеми, що, як це свідчить сповідь, особливо хвилюють його паству: політичні, філософські, побутові тощо.

Молитви є усталені, традиційні, або канонічні, серед них літургійні та індивідуальні.

Усталені молитви мають кілька структурних моделей. Основні частини в них такі:

1. Рамка: а) складник ініціальний (формули звертання, назва, імена); б) складник фінальний (формула завершальна, акламація);

2. Внутрішні сегменти: два перші члени — визначення адресата й ушлявлення його діянь; третій — прохання, складене у формулу впровадження, окреслено предмет прохання.

Зразки канонічних молитов подаються в молитовниках. В тексти таких молитов можна підставляти тільки якісь індивідуальні ознаки та імена молільника чи об'єкта молитви (за кого молились)

Військове красномовство зародилося та розвивалося в усі часи та в усіх народів у період відстоювання національно-політичних інтересів, боротьби з численними іноземними ворогами. Слово – це зброя, сила й могутність якої визнавалася й визнається провідними воєначальниками, політиками, державними діячами, а також спеціалістами в сфері ораторського мистецтва від часів античності й до наших днів.

Військова тематика і стиль героїчного епосу мають багату історію: «Іліада» Гомера, «Оповідь про Сигурде», «Пісня про Роланда», «Слово о полку Ігоревім» тощо.

Українське військове красномовство найяскравіше представлене в ораторській спадщині часів Київської Русі, Запорізької Січі, у документах, матеріалах, мемуарних спогадах провідних військових діячів періоду Великої Вітчизняної війни, коли хід військових подій залежав від сили переконуючого слова командира.

Усім відоме військове красномовство князів Київської Русі, котрі завжди попереджали ворогів про те, що йдуть на них війною: «Йду на ви!». Руські князі та воєводи неодмінно звертались із промовою до своїх дружин перед походом, початком битви. «Слово о полку Ігоревім» містить промову Ігоря Святославовича перед вирішальною битвою з половцями. Прославленими військовими ораторами в різні історичні періоди вважають: імператора Юлія

Цезаря, Олександра Македонського, Генріха IV, Петра Великого, Наполеона Бонапарта, Михайла Кутузова, адмірал Нельсона, Олександра Суворова і ін.

Досить важлива військова (теоретична й практична) спадщина О. В. Суворова – автора відомої праці «Наука перемагати», у якій вміщено розділ «Словесне повчання солдатам». Автором подано основні засади військового красномовства та поради: говорити з солдатами спільною мовою; мислити своєю головою; діяти відповідно до обставин, майстерно маневруючи; розвивати творчість, а не шаблонність у всьому для перемоги над ворогом, який може бути численнішим, але слабкішим духом від «солдат-героїв», «диво-богатирів».

У наш час у галузі воєнного мистецтва використовують різні види красномовства. Максимально лаконічна промова має виразно патріотичний характер, вона небагатослівна, позбавлена образних прикрас і завжди одухотворена ідеєю героїзму, вимагає від солдат мужності, вірності своїй Батьківщині. Однією із особливостей військової промови є те, що вона не підлягає обговоренню. Військове красномовство має такі різновиди:

· промова-наказ; · інструктивна промова; · виступ на військово-політичну тему; · промова-заклик.

Мова військових відзначається лаконізмом, наближеністю до розмовного стилю, насиченістю прислів'ями, приказками, цікавими випадками з життя. Військове красномовство – своєрідний жанр, що потребує ясності, лаконічності, сили та чіткості в побудові висловлювань. Яскрава і сильна особистість, стратег, оратор – ось ідеал полководця в усі часи.

Академічне мовлення	Лекція вузівська, шкільна Наукова доповідь Науковий огляд Науково-популярна лекція
Судове	Прокурорська (чи обвинувачувальна) Адвокатська (чи захисна)
Соціально-політичне	Доклад (виступ на з'їзді, конференції) Парламентська Мітінгова Воєно-патріотична

	Дипломатична Агітаторська Політичний обзор
Соціально- побутове	Юбілейна Вітальна Застольна (тост) Надгробна (поминальна)
Духовне (церковно- богословське)	Слово (проповідь) Офіційна церковна

ЛЕКЦІЯ 4

МОДУСИ ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ (ЛОГОС, ЕТОС, ПАФОС). ОБРАЗ РИТОРА. РИТОР І АУДИТОРІЯ

Проблема мовленнєвої поведінки передбачає відповіді на наступні питання:

- для чого ми говоримо (мета майбутнього повідомлення)?
- Що ми хочемо сказати (задум повідомлення)?
- Якими засобами ми це робимо (про текст промови)?
- Яка реакція на наше мовлення/промову (рівень адекватної реакції)?

Отже найширшою категорією класичної риторики є персуасія. Категорія П у найширшому перекладі «переконання». Переконання реалізується у повідомленні через три категорії : етос, логос, пафос. Вони характеризують акт мовотворчості.

Логос - це сукупність засобів переконання, що апелюють до розуму ті словесні засоби, які використовуються оратором у конкретній промові при реалізації задуму. Використовувалося два терміни за «слово, мова, мовлення», «поняття, думка, розум». Платон писав, що логос це знання доцільності мовлення. Арістотель вважав, що логос це аргументація у мовленні, розуміння дійсності

Багатство і розмаїття, сполука загальнолітературної, книжкової, спеціальної, наукової, філософської або розмовної

лексики, визначеність і точність понять, використання синтаксичних конструкцій письмово-літературної або розмовно-побутової мови, правильність, чистота, лаконічність, і плавність мовлення, володіння композиційно-мовними формами опису, оповідання, міркування, логічна правильність, визначеність, послідовність, доказовість аргументації, композиційна стрункість і доцільність, і завершеність висловлення - усе це складає логос ритора.

У сучасній риториці логічність є однією з основних ознак промови і тексту. Логічність, або логос реалізується через можливість вибору у мовному викладі послідовності міркувань, несуперечливості тез промови, у доцільності співвідношень між розділами промови (структурними елементами). Поняття логосу передбачає засоби переконання, що апелюють до розуму. Логос ще називають «критерій істинності».

До етосу відносяться етичні умови переконання. Слово етос означало «звичай, звичка, характер, норів». В античній риториці – синонім до слова «оратор», класичне трактування: моральний принцип риторики, основа формування риторичного ідеалу. Етос визначав зразкову суспільну і особисту поведінку оратора. Аристотель писав, що без етосу риторика самознищується, перетворюється у самообман. Сучасні дослідники наголошують: етос допомагає схилити аудиторію на свій бік, може навіть послабити логос оратора (оратор може допустити логічну помилку). Етос дуже часто трактується також як місце проведення промови.

Підкатегорією етоса є топос «місце» - загальні місця у промові (найтиповіші темпорально – просторові ситуації) як саме поводитися у певній ситуації.

Класична схема опису події: - що це за подія? - де вона відбувається? - коли? - як? - чому?

Пафос - це сукупність засобів переконання, що апелюють до почуттів. Від грецького, «пристрасть, почуття» Це інтелектуальне, вольове, емоційне устремління автора/мовця, яке виявляється і в мовній комунікації і в тесті. Пафос направляє та організує волю аудиторії до рішення. Пафос є категорією естетики. Суть пафосу у тому, що той, хто говорить повинен уміти викликати у слухачів почуття, які б могли допомогти вплинути на їх думку. Риторика класична, вчила бути щирим, але не виставляти на показ свій справжній пафос. Цицерон казав: «Риторично освічений оратор

повинен уміти викликати в аудиторії певні почуття без того, щоб бути театральним».

Арістотель виділяв наступні види пафосу:

1) героїчний пафос – виключає внутрішню рефлексію і робить героєм особистість у трагічній ситуації, характеризується високим стилем.

2) сентиментальний пафос – співвідноситься з рефлексуючою особистістю, яка розбирає мотиви своїх вчинки і аналізує їх

3) романтичний пафос – включає рефлексію, але сприяє прийняттю рішень, завжди характерний мотив хаосу (коли необхідно прийняти рішення)

4) натуралістичний пафос – пропонуються певні реальні події, які протиставляються абстрактним ідеям. Призводить до критицизму (коли необхідно заперечити прийняттю рішень)

5) іронічний пафос /найнебезпечніший/ - аудиторія може не сприйняти його.

Отже коротко підсумовуючи: етос – умови для промови, пафос – джерело створення смислу промови, логос – словесне втілення пафосу на умовах етосу.

Для успішності ораторської промови людині варто активізувати всі три модули публічного виступу:

- оратор повинен подбати про створення власного позитивного образу в аудиторії (привернути етосом)

- про розробку самої промови відповідно до правил побудови обґрунтувань певних тверджень (переконати логосом)

- про виклик тих емоцій, які з рештою сприяють закріпленню бажаного враження у слухачів (схвилювати пафосом)

Далі ми переходимо до проблеми підготовки промови. Проблема стратегії й тактики – одна з наважливіших під час підготовки до виступу. Спочатку треба з'ясувати, що промовець має довести. Все має бути чітко спланованим, виваженим. Необхідно виділити ключову думку, а все інше — факти, докази, приклади і т.ін. — доповнюватимуть і розкриватимуть її. Якщо людина не обміркувала, не спланувала заздалегідь виступ, вона буде почуватися невпевненою перед слухачами і навряд чи зможе їх переконати у будь-чому.

Промова — це не просто набір речень, вона складається з певних елементів, без яких була б безглуздою й нікому не потрібною. Після визначення теми виступу та моделювання аудиторії (складання її портрета) важливо розробити стратегію промови (виявити основні її напрями), а потім спланувати її тактику — мати зовнішню структуру доказу ідеї, реалізовувати упродовж виступу відповідні принципи мовлення, способи та прийоми доказу.

Стратегія оратора — це загальний план досягнення цілей, визначення основних напрямків промови. Тактика - синтез прийомів, методів реалізації стратегії, зовнішньомовна структура промови, форма розкриття основної ідеї виступу оратора. В ораторському мистецтві стратегія — це загальна схема спілкування, план його організації, тактика ж — система послідовних дій для реалізації обраної стратегії.

Стратегію визначають мета (спільна чи індивідуальна), комунікативні установки (маніпулятивні чи гуманістичні), характер спілкування (діалогічний чи монологічний). Іноді люди, спілкуючись, можуть і не ставити будь-якої мети. Однак, коли оратор готує виступ перед аудиторією, то таку мету ставить завжди, ретельно обмірковуючи й точніше формулюючи її.

Залежно від цілі, стратегії можуть бути різноманітними. Наприклад, гуманістично-діалогічні, коли оратор намагається досягнути спільної мети з аудиторією, маніпулятивно-монологічні, якщо промова спрямована на задоволення індивідуальної мети оратора. Одну й ту ж стратегію можна втілити в різних тактиках. Її планування залежить як від індивідуальних особливостей оратора, так і від специфіки аудиторії, на яку розрахована певна промова, від їх системи цінностей, інтересів, соціальних установок. Структура тактики базується передусім на знаннях про ситуацію та особливостях співрозмовників (оратора й аудиторії).

Стратегія містить такий компонент, як установка, що складається з елементів: завдання, спрямованого на пояснення тих чи інших чинників, аргументів, позицій і, зрештою, на переконання аудиторії в чомусь; надзавдання, яке має емоційно-спонукальний характер. Надзавдання - конкретні практичні дії, очікувані від аудиторії тоді, коли пощастить переконати її, тому надзавдання у мовленні — це елемент мистецтва. Завдання начебто подається

слухачам, а надзавдання не сприймається безпосередньо, але впливає опосередковано.

Отже, стратегія дій має таку послідовність: необхідно визначити установки; виділити з концепції запитання, орієнтовані на певну аудиторію; знайти систему коротких відповідей суб'єкта на поставлені запитання, зробити їх аналіз; сформулювати тезу, тобто основну думку промови.

Сильним інструментом виховання звички до правильного риторичного логосу є хрія - склад і послідовність основних риторичних аргументів, за допомогою яких будується обґрунтування. Хрія була винайдена візантійськими вченими і в IV в. використовувалася у викладанні риторики аж до середини XIX в. Так звана "проста" хрія включає послідовність аргументів, що розкривають у різних аспектах висловлення.

1. Протасис (грецькою речення) - чітке формулювання думки, яке далі обґрунтовується. Речення може бути або запозиченим, наприклад, зі Священного Писання, або власним пропозицією ратора.

2. Пояснення речення (парафразис) - розкриття її основного змісту в словах, зрозумілих аудиторії, або оцінка пропозиції. Пояснення - аргумент, оскільки воно являє собою редукцію не цілком ясних для аудиторії виражень до зрозумілих; логічна схема його заснована на топі тотожності.

3. Причина - доказ, чому речення правильне. У силу того, що причина може розумітися як чинна, матеріальна, формальна або кінцева, ця частина хрії може розгортатися в декількох висновках, що обґрунтовують речення з погляду дії, роду й виду, мети й засобу, правила (норми) і частки випадку.

4. Противне, тобто доказ хибності або неправильності контрарного ствердження, або формулювання й спростування положення, несумісного із реченням.

5. Подібність - порівняльний аргумент, заснований на топах більшого- меншого, або аналогії. Порівняння дозволяє уявити речення як реальне, поставивши його в ряд з очевидними для аудиторії фактами або ситуаціями й розкрити структуру факту.

6. Приклад, тобто обґрунтування речення індуктивним способом. Значення прикладу в тому, що він показує реальність речення. Приклад може належати до самого речення, до причини, противного, порівняння.

7. Свідчення - аргумент до авторитету, у якому більшою посилкою слугує повідомлення про норму, висловлення авторитетного джерела, опис зразкового вчинку особи, гідного наслідування. Аргумент до авторитету представляється найбільш переконливим, тому завершує хрию.

8. Висновок, у якому повторюється речення, коротко узагальнюються наведені аргументи, робиться висновок.

Значення хриї як квазілогічної схеми в тому, щоб представити для всякого положення основні способи обґрунтування. Хрия була пристосована для педагогічних цілей навчити школяра знайти повний склад доказів і їх розташування в найбільш доцільному порядку. Поступово хрия стала сприйматися як обов'язковий стандарт побудови аргументації без урахування змісту висловлення, конкретного задуму й характеру аудиторії, що призвело до абсолютизації хриї в посібниках по риториці й, природно, до зловживань, які стали позначатися як "риторичний стиль" або просто "риторика".

Закон моделювання аудиторії.

Закон моделювання аудиторії потребує від оратора вивчення соціально-демографічних, суспільно-психологічних та індивідуально-особистісних ознак, щоб забезпечити контакт із аудиторією упродовж виступу.

До соціально-демографічних ознак належать такі: стать, вік, громадянство, національність, освіта, професія, склад родини, зайнятість (працюють, безробітні), належність до соціальних верств (селяни, міщани, інтелігенція, переселенці, біженці тощо). Це видимі соціальні ознаки людини, які ще називають анкетними. Вони дають загальне зовнішнє уявлення про особу, яким має керуватися оратор, але їх недостатньо для того, щоб бути певним, що контакт зі слухачами він встановить і досягне мети, бо вони не розкривають внутрішній світ особистості. Проаналізувавши соціально-демографічні ознаки, ритор має опрацювати суспільно-психологічні, а потім - індивідуально-особистісні.

До суспільно-психологічних ознак належать ті, що зумовлені переважно соціально-демографічними факторами, характеризують групи або й окремих суб'єктів. Це такі ознаки, як потреби, мотиви поведінки, ставлення до промовця і предмета мовлення, рівень розуміння того, про що йдеться.

Оратор повинен чітко уявляти, з якою метою він має виголошувати промову, якої реакції слухачів домагається. Якщо промовець не подумає про призначення мови, він не досягне успіху в її підготовці і проголошенні. План може уточнюватися, доповнюватися. Робота з планом дозволить вирішити, як подавати матеріал (читаючи, переказуючи тощо).

Іноді під час виступу можна перейти до імпровізації, що надає промові динамізму, допомагає посилити контакт. Проте не варто забувати про цю головну мету виступу.

В усному мовленні можуть використовуватися такі стилі: художній, публіцистичний, офіційно-діловий, науковий. Кожному з них притаманні свої особливості.

Мова викладу має бути правильною. стислою. точною, зрозумілою. Багатою завдяки використанню лексичних, фразеологічних, інтонаційних засобів.

Композиційні засоби виразності мови: початок, що інтригує; виклад проблеми; порівняння точок зору, аргументи.

До методичних засобів можна віднести виділення головних моментів; зоровий контакт із аудиторією; використання наочності.

Мета будь-якого виступу - передати інформацію, переконати аудиторію у слушності тих чи інших положень. Досягнути результату можна лише впливаючи на раціональну й емоційну сфери людської психіки. Ефективність будь-якої промови залежить від її змістовності. Готуючись до виступу, необхідно продумати і скласти план, оформити композицію, визначити логіку переходу від одного питання до іншого.

План виступу може бути: простий; план-теза; план-проспект; план-сценарій.

публіцистичний, офіційно-діловий, науковий. Кожному з них притаманні свої особливості.

Мова викладу має бути:

- правильною;
- стислою;
- точною, зрозумілою;
- багатою завдяки використанню лексичних, фразеологічних, інтонаційних засобів;
- Композиційні засоби виразності мови:
- початок, що інтригує;
- виклад проблеми;

- порівняння точок зору, аргументи;

Мовні засоби:

- використання цитат, крилатих виразів;
- психологічна пауза;
- виразність;

Методичні засоби:

- виділення головних моментів;
- зоровий контакт із аудиторією;
- використання наочності.

Відомо, особливо викладачам, що чим більше використовується наочних засобів, тим ефективнішим буде навчання. Найбільш розповсюдженими засобами наочності є такі : дошка, графопроектор.

Основні правила використання технічних засобів:

- пам'ятайте, що наочні засоби призначені тільки для того, щоб допомогти, а не замінити виклад;
- наочність має бути простою і доступною для перегляду та ознайомлення;
- слід дати аудиторії час, щоб осмислити інформацію перед тим, як продовжувати виклад;
- не варто читати те, що слухачі можуть прочитати самі;
- наочний матеріал потрібно прибрати відразу після демонстрації, інакше він буде відволікати увагу присутніх.

За формою побудови висловлення підрозділяються на монологічні й діалогічні. Діалогом називається мовлення різних, що творить єдине висловлення. Монологом називається мовлення однієї особи, що творить єдине висловлення.

Виділяються наступні види діалогу:

1) загальний або повсякденний, учасники якого обмінюються інформацією, призначеної тільки для них; повсякденний діалог не є публічною промовою;

2) інформаційний, коли в одного з учасників є мета й задум, але немає повної інформації про предмет, а інші мають інформацію про предмет, але або в них немає певного;

3) діалектичний, учасники якого мають спільну мету у вигляді пошуку істини, але різні вистави уявлення про неї;

4) навчальний, ведучий учасник якого (вчитель) має знання предмета й задум - передати це знання, а інші (учні) не мають знань, але прагнуть до них;

5) змагальний, головний учасник якого має задум щодо якостей або пізнань інших учасників і оцінює їх, інші учасники висловлюються про предмет, з метою зробити це якнайкраще;

6) нарадчий, учасники якого висловлюють і обговорюють пропозиції про спільне рішення;

7) командний, один з учасників якого віддає розпорядження про спільні дії, а інші доповідають про результати виконання розпоряджень;

8) літературний, що представляє собою зображення інших видів діалогу.

Виділяються наступні види монологічного мовлення:

1) опис - зображення стану предмета розмови за допомогою перерахування його частин, властивостей, ознак, видів, що поєднує позиції учасників спілкування;

2) оповідання - зображення предмета мови розмови в зміні, як послідовності пережитих подій;

3) міркування - обґрунтування уявлення мовця про предмет за допомогою доказів, з якими слухач погоджується, приєднуючись тим самим до уявлення мовця.

Поділ висловлень на діалогічні й монологічні умовний, тому що монолог є частиною діалогу - будь-яке спілкування можливе як обмін висловленнями: діалог.

Ритор завжди повинен взаємодіяти з аудиторією.

Аудиторія як суспільне угруповання створюється аргументацією й у цьому змісті є продуктом праці ритора. Тому типи аудиторій у риториці зв'язуються з технікою аргументації й виділяються універсальні й приватні, конвенціональні й неконвенціональні аудиторії.

Аргумент складається з положення, судження або пропозиції, яка обговорюється, і обґрунтування - доказів, суджень, які підтверджують положення, роблять його ясным, очевидним або прийнятним для аудиторії.

Відповідно, виявляють три значеннєві частини аргументу - топ, схема й редукція. Топ - загальна ідея, до якої приводиться положення й на основі якої будується аргумент. Редукція - зведення

значень термов до значення топа. Схема - склад, зв'язок і послідовність положення доказів аргументу. Топи діляться на загальні та часні, зовнішні та внутрішні

Загальним топом називається ідея, правило або відношення, які приймаються в аргументації й не має потреби в обговоренні. Наприклад, ціле більше частини, закон повинен бути справедливим.

Часний топ - це ідея або правило, яке визнається не обов'язково, не всіма й не завжди, наприклад, "знання вище успіху", "людина створена для щастя", "буття визначає свідомість" і т.д.

Топ виражається або міститься в прислів'ях і приказках, у законах, у догматичних положеннях релігійних віровчень, у висловленнях авторитетних осіб, у художніх творах, у філософських і наукових творах, в інших добутках слова - існує безліч способів вивести загальне місце.

Зовнішнім топом називаються дві співвіднесені категорії, які можуть утворювати судження, наприклад, "думка / знання", "істина / справедливість", "закон / благодать". Ці пари категорій відклалися в культурі як значеннєві єдності, які слугують відправними крапками думки. Зовнішні топи є загальноприйнятими в тому розумінні, що значеннєва значимість самих цих пар не піддається сумніву. Члени зовнішніх топів можуть знаходитися у відносинах і з іншими поняттями: "закон/ звичай", "істина / правда", "знання / неуцтво". У сукупності такі поняття, що входять у загальні місця культури, утворюють складну, ієрархічно організовану систему, яка вивчена недостатньо.

Внутрішні топи або, як їх називали в Середньовіччя "шляхетні положення", являють собою алфавіт думки й підрозділяються на три групи: визначення, співположення і обставини.

ТОПИ ВИЗНАЧЕННЯ розгортають аргументи, терми яких зводяться як цілком або частково ідентичні або розводяться як нерівнозначні й відносяться до різних загальних категорій.

ТОПИ СПІВПОЛОЖЕННЯ. За допомогою цієї групи топів встановлюються подібності, відмінності, взаємні залежності термов і даються їхні оцінки. До топів співположення відносяться: порівняння, зіставлення, протилежності, сумісність.

Ієрархію топів можна представити в наступному вигляді>.

1. РЕЛІГІЯ

1.1. Св. Писання.

1.2. Св. Переказ.

1.3. Богослов'я

2. НАУКА

2.1. Математика й логіка.

2.2. Гуманітарна наука: філологія, історія, правознавство, мистецтвознавство, географія, соціологія, психологія.

2.3. Природнична наука: механіка, фізика, астрономія, хімія, біологія, геологія.

2.4. Прикладна наука: педагогіка, медицина, технологія, економіка, політологія, екологія, військова наука.

3. МИСТЕЦТВО

3.1. Логічні мистецтва: метрологія, гармонія, перспектива, поетика, інформатика.

3.2. Мусичні мистецтва: музика, література, живопис, ліплення, танець.

3.3. Практичні мистецтва: дизайн, техніка, військова справа доведення, адміністрація, політика, маркетинг.

4. ПРАВО

4.1. Засади права.

4.2. Чинне законодавство.

4.3. Судова практика.

4.4. Юридичний звичай.

5. ІСТОРИЧНИЙ ДОСВІД

5.1. Завдання національно-державного будівництва.

5.2. Освіта і професійна підготовка населення.

5.3. Народне здоров'я.

5.4. Стан цивілізації.

5.5. Форми соціальної організації суспільства

5.6. Природні ресурси й навколишнє середовище.

5.7. Прецеденти рішень.

6. ОСОБИСТИЙ АВТОРИТЕТ

6.1. Сімейне виховання.

6.2. Освіта.

6.3. Моральний рівень.

6.4. Творчі здібності.

6.5. Кар'єра й практичний досвід.

7. ДЕРЖАВНІ ІНСТИТУЦІЇ

7.1. Персональна суверенна влада.

- 7.2. Органі судової влади.
- 7.3. Органі законодавчої влади.
- 7.4. Органи центральної виконавчої влади.
- 7.5. Місцеві органи влади.
- 8. СУСПІЛЬНА МОРАЛЬ
- 8.1. Національна честь і гідність.
- 8.2. Громадське благо.
- 8.3. Професійна етика.
- 8.4. Сімейні встановлення.
- 8.5. Звичаї - загальноприйняті норми поведінки.
- 9. ПОЛІТИЧНА СИСТЕМА
- 9.1. Політичні принципи.
- 9.2. Політичний досвід.
- 9.3. Політичні партії й програми.
- 10. СУСПІЛЬНА ДУМКА

Секрети іміджу оратора. Ті, хто виступають публічно також свідомо культивують свою манеру поведінки в аудиторії, свій риторичний імідж. При цьому треба розмежовувати ситуативну роль і імідж. Ситуативна роль - це особливості спілкування й поведінки людини, які вона обирає для себе тільки в даній ситуації, щоб досягти негайної мети. А імідж - це рольова маска, яка надівається надовго.

Розрізняють три основні, складові іміджу: зовнішній, комунікативний і поведінковий імідж. Зовнішній імідж - те, як людина виглядає, комунікативний - яке враження вона створює в спілкуванні, і поведінковий - те, як вона виглядає в сукупності своїх вчинків. Ораторові необхідний імідж людини компетентної, переконаної у своїй правоті, комунікабельної й і привітної.

Вагомим показником почуттів мовця є вираз його обличчя. Міміка оратора стимулює емоції аудиторії, здатна передати гаму переживань: радість і скорботу, сумнів, іронію, рішучість. Але зоровий контакт - це не тільки спосіб встановити стосунки з аудиторією й забезпечити повідомлення інформації, це ще й спосіб отримання інформації про те, наскільки аудиторія зрозуміла сказане (чи потрібно повторити); чи стомлена аудиторія (може потрібно зробити перерву); чи цікава аудиторії тема (чи не час перейти до інших питань).

Аудиторія не любить сердитих або байдужих. По обличчю вона судить про емоційні переживання оратора. Потрібно пам'ятати, що людське обличчя асимітричне, в результаті чого його ліва й права сторони перебувають під контролем різних півкуль мозку. Права півкуля керує емоціями, уявою й сенсорною діяльністю. Оскільки робота правої півкулі мозку віддзеркалюється на лівій стороні обличчя, то на ній важко сховати почуття. Позитивні емоції відображаються на обох сторонах < обличчя більш-менш рівномірно, негативні - більш чітко виражені на лівому боці обличчя. По обличчю можна судити про емоційні переживання людини й читати найтонші відтінки багатьох щиросердечних станів.

При цьому оратор користується не тільки мовою слів, але й "мовою почуттів" і немовними засобами виразності. Адже оратор сприймається двома каналами (зоровим і суховим), причому зорове сприйняття сильніше слухового.

Наука паралінгвістика вивчає фактори, які супроводжують мовлення, беруть участь в передачі інформації в процесі вербального спілкування.

Безсумнівно, поза, жести, міміка, манера поведінки, одяг – все це належить індивідуальному стилю. Але ці елементи кінетичної системи спілкування діють на зоровий канал сприйняття, акцентують на них увагу, підвищуючи або знижуючи емоційність, і тим самим впливають на засвоєння висловлених думок. На думку психологів, мовлення на 25% сприймається зоровим шляхом. Манера поведінки оратора, його поза, міміка, жестикуляція, одяг, зачіска, - все це піддається критичній оцінці слухачами.

Проте від жестів значимих, які сприяють успіхові промови, необхідно відрізнити безглузді, механічні (струшування головою, поправлення волосся, одягу, вертіння ручки й ін.).

В ораторському мистецтві використовуються наступні жести:

Ритмічні жести. Вони підкреслюють логічний наголос, уповільнення й прискорення мовлення, місце пауз. *Емоційні* передають відтінки почуттів (стиснутий кулак, рух руки, що «відрубує» фразу тощо). *Вказівні* рекомендується використовувати в дуже рідких випадках, коли є предмет, наочне приладдя, на які можна вказати. *Образотворчі* наочно представляють предмет, показують його. *Символічні* несуть певну інформацію. До цієї групи

належать жест категоричності (відмахування кистю правої руки), жест роз'єднання (долоні розкриваються в різні боки), жест узагальнення (овальний рух двома руками одночасно), жест об'єднання (пальці або долоні рук з'єднуються).

1) Жести відкритості свідчать про щирість, добродушний настрій. До них належить, жест "розкриті руки" (партнер простягає руки у ваш бік, долонями нагору).

2) Жести підозрілості й скритності. Співрозмовник машинально потирає чоло, скроні, підборіддя, прагне прикрити обличчя руками.

3) Жести захисту є знаками того, що комунікант почуває небезпеку. Найпоширеніший жест цієї групи - схрещені руки.

4) Жести міркування й оцінки відображають стан замисленості й прагнення знайти рішення проблеми ("рука біля щоки", "пощипування" перенісся, почісування підборіддя).

5) Жести сумніву й непевності - це дотик до носа або його легке потирання.

6) Жести упевнених у собі людей з почуттям переваги над іншими - це закладання рук за голову або за спину із захватом зап'ястя.

7) Жести незгоди. Найбільш популярним серед них є збирання неіснуючих ворсинок з костюма.

8) Жести й пози, що свідчать про небажання слухати - дотик до вуха, опускання вік, пересування, поворот усім корпусом у бік дверей.

9) Жести неправди. Коли людина бреше, вона закриває рот, очі, вуха руками, доторкається до носа, потирає віко, "закриває" долоні. Жести й міміка брехуна при цьому неузгоджені.

Важливими для сприйняття є також тембр голосу ритора. Голоси, поставлені самої природою, зустрічаються рідко. Кожна людина може "виховати" голос, тобто розвинути й зміцнити. Техніка мовлення - важливий елемент культури мовної діяльності - включає роботу над подихом, голосом, дикцією. Технічний бік звучного мовлення піддається тренуванню шляхом спеціальних вправ. Їх треба виконувати регулярно, а також звертатися до них, готуючись до ораторського виступу, до зустрічі з людьми, щоб у мить контакту "бути в голосі". Процес голосопородження найбільш продуктивний,

коли спина пряма, а руки, плечі, шия, органи артикуляції вільні й не напружені.

Перерахуємо вправи для розвитку голосових можливостей.

1) "Колисання". Уявіть, що Вам потрібно заколисати маля тихим муканням крізь зімкнуті губи: "м".

2) "Дзвони". Імітуйте голосом звучання великого дзвону: бом - м - м! Бим - м - м!, Бам - м - м!", намагаючись "тягти" приголосний. Змінюйте реєстри: від низького до високого і середнього.

3) Поступово й плавно підвищуйте й знижуйте голос, робіть його то голосним, то тихим від початку до кінця тексту.

4) Вимова слів з різними інтонаціями.

5) Скоромовки.

Також до комплексу вправ мовної гімнастики належать такі вправи, як.

1) "Тепле повітря". Уявіть собі, що у вас змерзнули руки, - відігрійте їхнім подихом. Видихнув повинен бути рівним, повільним.

2) "Свіча". Повільно дуйте на полум'я. Замість свічі можна взяти смужку паперу шириною 2 - 3 см і довжиною 10 см.

3) "Насос". Станьте прямо, ноги на ширині плечей. Нахиліться вперед і візьміться за ручку уявлюваного автомобільного насоса двома руками. Почніть накачувати повітря: випрямлюючись, робіть вдих, а нахилиючись, - видихнув на звуку "ф".

5) "Старт". Візьміть в руки годинник із секундною стрілкою й почніть уголос вести відлік часу по секундах. Відлік ведіть голосно, уривчасто, рівномірно, на однім подиху.

Та багато інших вправ.

ЛЕКЦІЯ 5

ІНВЕНЦІЯ І ДИСПОЗИЦІЯ. МЕТОДИ ТА ЕТАПИ ПІДГОТОВКИ ОРАТОРСЬКОЇ ПРОМОВИ

У класичній риторичі за основу визначення предмета і структури прийнято закон ступеневої послідовності. Основні розділи риторики відображають відповідні етапи (ступені) створення промови, починаючи з появи ідеї, через реалізацію її у мовний матеріал,

підготовку, і закінчуючи виголошенням промови перед аудиторією та одержанням очікуваного ефекту від неї. Перерахуємо ці розділи:

- визначення задуму, ідеї, мети (інвенція);
- добір і розташування відповідного матеріалу (диспозиція);
- втілення змісту у мовні форми вираження (елокуція і елоквенція);
- тренування оперативної пам'яті, запам'ятовування (меморія);
- виступ, публічне виголошення промови (акція);
- самоаналіз власних успіхів та невдач (релаксація).

Перераховані вище розділи риторики утворюють її ядро; вони пояснюють і окреслюють основні етапи роботи оратора над підготовкою, укладанням та виголошенням своєї промови.

Інвенція (від лат. *inventio* – винахід, вигадка) – це перший розділ класичної риторики. Завдання, що стоять перед оратором на цьому етапі (етапі задуму, ідеї майбутнього виступу), включають у себе систематизацію знань про реальні події, явища, предмети тощо, які є предметом промови, зіставлення їх зі знаннями потенційних слухачів з обраного для промови питання. **Укладання промови** зазвичай проходить такі **етапи**: 1) вибір теми і з'ясування мети виступу; 2) складання плану; 3) збирання матеріалу; 4) запис промови; 5) розмітка тексту знаками партитури; 6) тренування. Далі – детальніше про кожен з етапів.

Вибір теми. Надзвичайно важливим є влучно обрати тему і визначитися з метою. Інколи тему виступу обумовлено наказом, планом, проханням, але часто сам оратор обирає тему свого виступу. В будь-якому випадку ораторові необхідно ретельно підійти до цього питання, продумати, що йому відомо з обраної теми, який є досвід.

Наступний етап (і часто складніший) – визначити **мету** виступу. Метою будь-якої дії завжди є вираження чієїхось інтересів. Вони впливають і на вибір теми, і на особливості її презентації. Оратор повинен завжди пам'ятати про мету виступу і не змінювати її без поважних причин.

Наступний крок у створенні промови – **складання плану**. Існує три види планів: *простий, складний і цитатний*. Простий план – це ряд непоширених речень. Складний план – це поширення простого плану шляхом розгалуження, уточнення, деталізації основних пунктів плану. Цитатний план – це план, подібний до простого, але замість непоширених речень тут вживаються цитати, які відображають суть

того чи іншого питання. Інколи план може видозмінюватися, уточнюватися під час роботи над промовою.

Після укладання плану зазвичай переходять до **збирання і обробки матеріалу**. Інформаційними джерелами можуть слугувати періодичні видання, довідкова література, кіно-, фото-, телематеріали, інтернет джерела, листи, щоденники, інтерв'ю, власні пам'ять, роздуми, враження, досвід чи інших людей тощо. Необхідно пам'ятати, що наявність цитат, які підкріплюють власні думки риторика, зміцнюють усю промову, надають їй більшої ваги.

План – це структурно-змістовний каркас теми, на який потім буде «розвішано» відібрану і оброблену інформацію. Відібрати необхідно лише той матеріал, який входить у смислове поле (тобто лише факти, які слугуватимуть меті розкриття теми. Також треба для кожного факту визначити його смисловий ранг (його відносну важливість, за, скажімо, 10-бальною шкалою) у залежності від того, що той чи інший факт доводить, яку роль відіграє, яку мету виконує у даній промові. Найважливіші факти повинні отримати найбільше висвітлення, а надлишкова увага до дрібних, малозначущих фактів відволікає як слухачів, так і самого оратора від головного.

Потім відбувається **запис промови** у вигляді звичайного тексту. Готовий текст необхідно ретельно переглянути і перевірити на логічність викладу матеріалу, стилістичні, граматичні помилки, адекватність та доказовість наведених прикладів тощо.

Наступний крок у підготовці промови - **розмітка тексту знаками партитури**. Як оратор-початківець, так і досвідчений промовець стикаються з потребою певної графічної підготовки написаного тексту перед виголошенням промови, аби виділити найважливіші місця чи такі, які можуть привнести непорозуміння, плутанину чи неясність у розуміння змісту промови. Для цього використовуються знаки партитури, функція яких – зафіксувати наголошене слово, правильну інтонацію, паузи і т.ін.

Знаки партитури за місцем їх розташування в тексті поділяють на три групи: рядкові, нарядкові, підрядкові.

До **рядкових** знаків належать:

1. Фразові паузи: | коротка (на один рахунок); || на два рахунки (раз, два); ||| на три рахунки (раз, два, три).


2. Дужки ромбічні < >, якими зазвичай позначають вставні речення або слова.


3. Дужки квадратні [] вживаються у тому випадку, якщо необхідно додати слово (слова), що допомогло б утримати непевний зміст речення, знайти потрібну інтонацію.


4. Лапки „” в них беруть слова, що вимовляються з інтонацією іронії.

До **надрядкових** знаків відносимо:

5. Знак наголосу. Якщо в тексті є якісь нові для вас слова і ви не знаєте, де в них правильно поставити наголос, знайдіть їх у словнику і позначте наголос у підготовленому вами тексті.

 6. Знак підвищення тону. Використовується для інтонування, може означати незавершеність вислову, непевність, також використовується в окличних, питальних реченнях, при звертанні тощо.


 7. Знак пониження тону. Використовується для позначення інтонації, що знаменує завершення вислову чи певної частини його.


 8. Злам інтонації. Використовується при зламі інтонаційного малюнка (від підвищення до пониження чи навпаки).

Підрядкові знаки включають в себе:

9. Логічний наголос _____ (підкресленням виділяється слово або група слів). Логічний наголос ні в якому разі не можна плутати з наголосом граматичним: це знак партитури, що виділяє семантичний центр фрази (слово або групу слів). На відміну від граматичного наголосу, він може змінювати своє місцеположення залежно від мети промовця. Головним у визначенні місця логічного наголосу є контекст.

10. Уповільнення темпу позначається _ _ _ . Цей прийом використовується для того, щоб зафіксувати увагу на ключових для оратора словах (слові).

 11. Знак прискорення темпу. Використовується для позначення вторинності, додаткового характеру інформації (це можуть бути вставні слова або речення тощо).

 12. Знак легато. Використовується на позначення злиття слів при їх вимові, якщо вони вимовляються як одне ціле. Означає, що пауза між словами непотрібна.

Коли партитура тексту готова, можна переходити до **тренування** в проголошенні доповіді, **промови**. Вголос кілька разів

прочитайте текст у темпі 100-120 слів за хвилину (саме такий темп найбільш сприятливий для аудиторії), потім намагайтеся виголосити промову або доповідь, зрідка підглядаючи у конспект. Вашими помічниками під час репетицій можуть стати магнітофон, диктофон, дзеркало. Можете свій виступ винести на суд родичів або друзів.

Тренування промови є надзвичайно важливим етапом її виголошення перед аудиторією. Репетиція (від лат. – повторення) – це пробне виголошення промови вголос або про себе. Це дозволяє промовцю запам'ятати промову, звикнути до неї, відчутти та переконатися у єдності її форми і змісту, протестувати її голосову складову, поставити дихання, продумати паузи, міміку, жести тощо. Репетиція дає ораторові можливість закріпити і довести до автоматизму усі необхідні елементи мовленнєвої дії, дозволяє перевірити час виголошення промови, збільшити або скоротити його, змінюючи або розмір промови, або темп мовлення. Промовцеві необхідно добре орієнтуватися у цінності різних фрагментів своєї промови, щоби знати, чим можна «пожертвувати» за необхідності, і навпаки, мати резервний текст для додавання його у промову, якщо раптом з'явиться надлишок часу (часто довжина промови варіюється за рахунок різних прикладів та описів під час виголошення).

Тренувати необхідно не окремі змістовні блоки, а всю промову повністю, не соромитися помилок, виправляти їх по ходу читання або роблячи замітки для виправлення помилок пізніше.

Не треба намагатися запам'ятати дослівно увесь текст промови. Будь-яка заученість сковає оратора, руйнуючи психологічний контакт з аудиторією. На допомогу може прийти конспект з опорними словами або «пасьянс» карток з окремими фактами. Краще запам'ятовувати не форму ідей, а їх зміст. Звичайно, ключові фрагменти доповіді (висновки, гасла тощо) необхідно запам'ятати близько до тексту.

Чи користуватися під час тренування доповіді дзеркалом? Багато хто з ораторів використовує цей метод, проте, як і будь-що, він повинен бути обережно дозованим, аби уникнути формування манірності у поведінці. Можна готувати доповідь під час погулянки, або ходячи по кімнаті, оскільки так можна заспокоїти нервову систему і задати оптимальний ритм доповіді. Також можна застосовувати диктофон, відеокамеру. Це дасть змогу подивитися на себе збоку.

Диспозиція– (лат. *dispositio*, від *dispono* – «розташовую, розміщую») – це другий розділ риторики, який займається добором і розташуванням підготовленого матеріалу. Термін має в риториці два значення: 1) етап підготовки промови, що відбувався слідом за інвенцією (лат. *inventio* – винахід, вигадка); 2) як розділ риторичної науки, в якому висвітлюються головні питання мистецтва організації повідомлення, власне, структури майбутнього тексту, його композиції.

Промова повинна бути чітко побудованою, оскільки для результативності усного виступу надзвичайно важливою є його правильно оформлена структура. Структурування мовлення – це розподілення його частини, кожна з яких виконує певну функцію для досягнення мети виступу. В будь-якій промові виокремлюють три головні частини: вступ, основну частину і висновок. Для кожної промови необхідно їх детально спланувати. Планування змісту та порядку виступу – дуже складне і відповідальне завдання, що потребує багато часу і сил. Новачки в ораторській справі часто сподіваються на силу натхнення під час виступу, але без цілеспрямованої роботи над текстом воно не приходить.

Вступ. Завдання цієї частини промови – привернути увагу аудиторії, зацікавити її. Для цього оратору необхідно: 1) очистити свідомість слухачів від попередніх думок, не пов'язаних із даною темою; б) сфокусувати увагу слухачів на даній темі.

Дві згадані фази виступу реалізуються різними мовними засобами. У першій (фаза очистки) оратор показує слухачеві, що тема промови для останнього на певний час стає важливішою за будь-що. Цього можна досягти виголошуванням фраз на кшталт: *Вельмишановне панство! Пані та панове! Шановні колеги!*

На другій фазі (фаза концентрації) необхідно у випадку, якщо промова інформаційна (лекція, звіт, доповідь) у перші 10-15 секунд зосередити увагу слухачів на темі, її частинах і потім загострити постановку головної проблеми виступу. Якщо ж промова агітаційна, то в такому випадку оратору слід одразу переходити до суті проблеми: *Місто в біді! Ми всі знаємо, що...*

Привернути увагу можуть не тільки наболілі питання, ай цілеспрямовано збуджувані емоції. Умілий промовець вміє з перших слів «запалити» слухачів і тримати їх увагу в напруженні до кінця промови. Вступ має велике значення для введення в атмосферу промови як аудиторії, так і самого промовця, який також відчуває, як

він «запалюється», входить у психологічний контакт із аудиторією. Більше того, при виголошенні вступу, оратор з'ясовує психологічний портрет аудиторії, виділяє у ній різні адресні групи і вирішує, якій з них що і як подати.

Інколи вдалим початком для виступу можу слугувати вдало дібраний епіграф; це може бути прислів'я, крилатий вислів, вірш тощо. Можна на початку промови розповісти смішну історію. Можна викликати посмішку, використавши посилання на виступ попереднього оратора. Непогано пожартувати на свою адресу, розказати, як ви потрапили в якусь смішну ситуацію. Один державний діяч, виступаючи на бенкеті страхової компанії, сказав: *«Коли я йшов до вас, один мій друг сказав, що краще за все виступати перед аудиторією інтелігентною, 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)»*. Проте, якщо початок промови був багатообіцяючим, дуже важливо не «провалити» її далі малозмістовним виступом.

Характерною рисою вступу є його низька інформаційна щільність (кількість інформації на одиницю часу) у порівнянні з основною частиною, бо якщо початок промови буде таким же насиченим, як і основна частина, то можна буде говорити про дві промови. У вступі не повинно бути подано конкретну інформацію; його функція – орієнтувати слухача на сприйняття основної частини промови частини. Якщо почати промову одразу з основної частини (де вміщено основну суттєву інформацію), пропустивши вступ (який, по суті, використовується для подолання психологічної інерції аудиторії), то частину інформації, поданої на початку основної частини промови, буде слухачами загублено. В середньому, лише через 5-6 хвилин від початку промови слухачі концентруються і починають активно сприймати інформаційний потік. Грамотно організований початок промови дозволяє психологічно мобілізувати аудиторію і не втрати жодного біта інформації. Без вступу можна обійтися лише там, де слухачі вже введені у курс справи (наприклад, на конференціях, де виголошуються доповіді за суміжними темами, або на диспутах чи мітингах, присвячених одній темі).

Вступ повинен бути коротким. Люди сьогодні достатньо поінформовані. Тому у вступі слід чітко і зрозуміло сформулювати суть теми виступу. Один комерційний директор почав свій виступ перед співробітниками так: *«Кількість диму, випущеного трубами нашої фабрики за останні два літніх місяці, була недостатньою для того, щоб суттєво затьмарити оточуючий пейзаж. Тепер, коли важкі дні позаду і почався сезон ділової активності, ми звертаємось до вас з короткою, але рішучою вимогою: ми хочемо якомога більше диму».*

Виділяють три прийоми вступу: 1) привертання уваги аудиторії (оратор підкреслює своє право говорити на певну тему, або важливість теми для аудиторії, або значимість самого предмета промови); 2) початок здалеку (оратор намагається налаштувати конфліктну аудиторію на позитивне сприйняття промови; 3) неочікуваний вступ (оратор безпосередньо переходить до основної проблеми). 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.

Загальна мета **головної (основної) частини** – це обґрунтування тез оратора. Основна частина диспозиції складається з двох частин (планів): **викладу** предмета (теми) розмови й **аргументації** його. Перша частина – **виклад** – справляє враження об'єктивного погляду на предмет (*так є!*), друга частина – **аргументація** – суб'єктивована (*так є, бо я таким бачу цей предмет тому-то й тому-то*). В практиці судової риторики тривалий час (та й зараз) ці частини функціонують окремо, тому що особливо важливо відділити корпус фактів від аргументів та коментарів промовця. В живих промовах і писемних текстах інших сфер діяльності такого чіткого фізичного розмежування між викладом і аргументацією може й не бути, бо первісно лінійні відношення між цими частинами поступово ускладнювалися, взаємопроникали одне в одне і спочатку могли називатися аргументами, а потім тезою. Проте це не означає, що в композиції теми і її мовному вираженні не повинно бути чіткого розуміння опозиційності предмета розмови і його доказовості.

Виклад – це представлення, презентація (від лат. *praesento* – передаю, вручаю) попередньо дібраних фактів, що становлять концепт

предмета. Для викладу важливим (як і в інвенції) є критерій релевантності. Критерій релевантності в риториці розуміється як критерій міри, тобто такої виваженості викладу, при якій немає зайвих подробиць і в той же час адресат буде достатньо поінформований. Отже, однією з проблем викладу є що і в якій кількості подавати.

Топос (тема), визначений в інвенції, в диспозиції, в основній її частині має бути розгорнутим у певному напрямку. Тут можливі дві моделі розгортання, які у зіставленні одна з одною деякою мірою відображають принципову ідею античної риторики, філософії і взагалі класичної науки, а саме: природа (*natura*) і мистецтво (*ars*), природне (живе) і витворене (штучне).

Перша модель має відображати природний порядок елементів, нагадуючи природний плин подій у житті, коли попередні події є причиною наступних, а наступні – наслідком попередніх. Логіка топиків мовного повідомлення йде за логікою реального життя. Так виробилася лінійна схема побудови повідомлень, за якою події подавались одна за одною, створюючи враження «йде як життя». Такий виклад пізніше одержав назву історичного (хронологічного) методу. Він зручний для промовця, тому що можна «пливти за течією» подій, особливо не мудруючи над композицією, користуючись порадою давнього ратора Катона: «*Ret tece, verba sequentur*», що означає: «Тримайся теми — слова прийдуть самі». Для слухачів виклад предмета за лінійною схемою також зручний: він прозорий, легко сприймається, запам'ятовується, не викликає напружень думки. Однак такий комфортний виклад предмета діє на слухачів настільки заспокійливо, що вони втрачають внутрішній інтерес до промови, і оратор вже не може розраховувати на співпрацю з аудиторією. Якщо є ризик «втратити» слухачів, то краще обати другу модель викладу.

Друга модель викладу потребує від промовця мистецтва групування фактів не за послідовністю їх виникнення, а за сутністю, а це означає, що треба володіти мистецтвом групування фактів, аналізу їх. Різні комбінування, перестановка частин викладу стимулюють інтерес слухачів до повідомлюваного. За такої моделі викладу слухачі не можуть плисти за течією подій, їм необхідно уважно стежити за ходом думок оратора, визначати, запам'ятовувати, оцінювати авторський мовний виклад, зміни напрямку думок тощо. Для другої моделі викладу характерним є поняття «інтриги» (фр. *intrigue*, від лат.

intricare – заплутувати) та «фабули» (від лат. *fabula* – байка, переказ) як штучних побудов тексту для стимулювання інтересу слухача. Прямому сюжетному тексту першої моделі викладу протистоїть фабульно-інтригуючий текст другої моделі. У фабульно-інтригуючому тексті попередня й наступна події можуть мінятися місцями, щось пропускатися, членуватися на епізоди або, навпаки, об'єднуватися, розвиватися в обох напрямках — до фіналу і до початку. Текст може починатися з висновку, конфлікту, якоїсь незначної деталі.

Друга модель викладу потребує від автора більшої підготовки і досконалішої техніки для того, щоб вчасно представити слухачам оптимальну кількість матеріалу (не більше і не менше, ніж потрібно), а також викликати зацікавлення представленим: чому саме так згруповано матеріал, чого хоче досягти автор, де тут причина, а де наслідок. Слухач також має бути більше підготовленим до сприймання фабульно-інтригуючого тексту, ніж до сюжетного тексту. В сюжетному тексті логіка речей і подій ніби сама веде слухача до мети, а в фабульно-інтригуючому слухач повинен уміти "читати" хід подій, їх причини і наслідки, розуміти переходи, бути готовим до несподіваних змін, тримати під контролем розвиток думки, розгадувати таємниці, передбачати зміни у фабулі тексту.

Перша модель викладу предмета оперує історичним (хронологічним) та сюжетним методами. Матеріал викладається в часовій послідовності та за розвитком сюжетної лінії. Друга модель послуговується кількома методами: дедуктивним, індуктивним, аналогічним, стадійним, концентричним.

Дедуктивний метод подання матеріалу характеризується рухом від формулювання тези до формулювання аргументів.

Індуктивний метод подання матеріалу характеризується рухом від формулювання аргументів у вигляді окремих положень до формулювання тези

Аналогічний метод (є варіантом індуктивного методу, «веде» слухача від конкретних фактів, явищ, ознак до загального висновку. Він полягає у зіставленні подій, явищ, фактів для того, щоб виявити, чи можна перенести основні ознаки, властивості, якості, закономірності вже добре вивчених, пізнаних предметів на ще не пізнані, виявити, чи є між ними якась певна відповідність, схожість, однаковість. Цей метод дає можливість залучати в обіг на основі

подібності і відповідності новий, ще невідомий матеріал, закріплюючи його на фоні відомого, отже, розширює межі нашого пізнання світу поза можливостями конкретного бачення, а за відомими зразками, аналогами.

Стадійний метод близький до історичного (хронологічного) методу. Він використовується тільки в лінійній побудові повідомлення, де не допускається ніяка ретроспекція (повернення назад). Цей метод можна визначити як рух мовного повідомлення від стадії до стадії за логікою розвитку думки. Стадія тут – це етап, відтинок (частина) міркування, а не факт, подія, час. В одній стадії може бути кілька фактів, подій, ознак, властивостей. Стадійний метод потребує певної завершеності думки на кожній стадії, інакше наступна стадія не буде мати міцної опори.

Концентричний метод використовують тоді, коли виникає потреба вивчити якусь проблему. Тоді в центр уваги (дослідження) ставлять цю проблему і навколо неї колами групують споріднені, близькі, дотичні проблеми, питання, події, факти тощо. Структура викладу нагадує серію кілець, в центрі якої головна точка – ідея, до якої колами сходяться ближчі, а потім дальші, периферійні питання. Специфічною ознакою концентричного методу є потреба постійно повертатися до основної ідеї, ніби звіряючи з нею весь інший матеріал. В різному матеріалі і в різних контекстах ідея набуває нових цікавих відтінків, конотацій, а під впливом зовнішніх чинників у ній можуть актуалізуватися нові аспекти.

Висновок оформлює промову у закінчене ціле і закріплює її у пам'яті слухачів. Це може бути або стисле повторення основних тез теми, або кінцевий висновок. У разі циклу бесід, лекцій це може бути оголошення теми наступного виступу; у разі агітаційної промови – емоційне гасло або заклик.

Найбільш поширеними є три прийоми, що використовуються в цій частині: 1) формулювання висновків; 2) розгляд перспективи; 3) апелювання.

Перший прийом (**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: а) предмет повідомлення; б) структуру повідомлення. Розгортання завершення на предмет промови передбачає підсумовування думок щодо нього. Для цього оратор

повинний відібрати найсильніші положення головної частини і не вводити нових даних. Розгортання завершення на структуру повідомлення передбачає огляд того, в якій послідовності подавалась інформація про предмет промови, коли оратор наголошує не на головних рисах самого предмета, а на головному в повідомленні про нього. 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, ... І, нарешті, ...*

Другий прийом (**розгляд перспективи**) полягає в тому, що оратор окреслює гіпотетичний розвиток предмета промови. Для цього оратор може скористатися часовою або просторовою екстраполяцією. 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». 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.

Третій прийом (**апелювання**) полягає в тому, що оратор намагається емоційно завершити свою промову та вплинути на почуття аудиторії. Найчастіше використовується тоді, коли промовець 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. 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, адже вони сприяють закріпленню загального враження від усієї

промови. До загальних прийомів завершення відносять цитату, ілюстрацію, подяку аудиторії (розгорнутий комплімент). 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».

Кінець будь-якої промови необхідно виділити як змістом (з використанням типових завершувальних узагальнюючих фраз), так і особливим завершувальним тоном – спокійним, підсумовуючим або, навпаки, палким, у залежності від типу промови. У слухачів повинно виникнути відчуття, що далі говорити нема чого. Інколи ефективним є логічно «замкнути» промову, повернувшись до якої-небудь колоритної вступної фрази, або дати відповідь на питання, поставлене на початку, або у вступі подати початок вірша, а у висновках – його кінець.

Нечіткий, зім'ятий кінець промови справляє навіть гірше враження, ніж невдалий початок, оскільки слабкий початок можна ще виправити ефективним викладом основної частини, а слабке закінчення виправити неможливо.

ЛЕКЦІЯ 6

ЕЛОКУЦІЯ ТА ЕЛОКВЕНЦІЯ. ТЕХНІКА ПРОМОВИ

Класична риторика передбачила окремий етап (елокуцію), на якому оратор працює над виразністю, яскравістю і красою дібраного й вибудованого на попередніх етапах матеріалу промови. Концептуально елокуція перебувала стосовно інших розділів у досить складних відносинах. Проте вона не була «третьою стадією» обробки матеріалу, як її іноді прийнято подавати. Елокуція, разом з інвенцією й диспозицією, була присутня в акті створення мовленнєвого цілого із самого початку. Вона не «включалася» лише на якомусь подальшому етапі формування повідомлення, коли було потрібно «оформити повідомлення в слова». Однак історія розвитку риторики свідчить про поступову втрату цієї єдності. Шлях риторики – це шлях поступового зсуву інтересів в область паралогіки, для опису якої в риторичній мові завжди знаходилися адекватні засоби. Увага риторів інтуїтивно

орієнтувалося на елокуцію, причому часто на шкоду інвенції. «Як сказати» ставало згодом важливішим, ніж «що сказати».

Історично оформлення елокуції як основної області риторики пояснювалося насамперед політичними причинами: після падіння римської республіки (31 р. до Р.Х.), де красномовство ледь не конституційно ставилося в обов'язок громадян, воно відійшло в розпорядження шкільних учителів. Проводячи заняття з декламації, вони навмисно пропонували учням відсторонений (часто романтичний) матеріал, спрямовуючи їхню увагу винятково на риторичні фігури, які підлягали каталогізації й заучуванню. Мовні фігури являли собою форми непрямого впливу на аудиторію, у силу чого побудовані з них висловлення фактично не могли бути поставлені під сумнів або коректно спростовані за допомогою звичайних мовних операцій, що базуються на логіку.

Однак у завдання знавця в області елокуції входив не тільки відбір потрібних йому фігур, але й організація їх у якесь ціле, у складі якого фігури гармонійно розташовані відносно одна одної. У мовленні фігури не повинні були ні «стирчати» (тобто «кидатися в очі» при першому ж поданні), ні «висіти» (тобто сприйматися як щось надлишково додане, «для краси»). Фігурам належало зайняти в мовленні настільки природне місце, щоб мовлення було без них немислиме. При цьому хороший оратор повинен був опанувати фігурами в цілому (зрозуміти їхнє місце й функції в мові) і уміти оперувати кожною з них окремо (усвідомивши для себе «принцип роботи» саме даної фігури).

Сприйняття фігур як чогось зовнішнього стосовно мови ніколи не було особливо властиво риторичі, навіть на ранніх етапах її становлення. Фігури розглядалися як органічна властивість мови, як одна з по праву приналежних їй областей, без яких мова (і особливо живе мовлення) немислима. Тобто йшлося не про те, щоб «робити фігури з мови», але про те, щоб, знаходячи фігури в мові, використовувати їх якомога ефективніше, для найбільш точного представлення повідомлення.

Зрозуміло, риторика як цілісна система уявлень не була результатом одниничної потужної розумової акції: вона складалася поступово й сформувалася як цілісна наукова концепція лише наприкінці тривалого періоду становлення. Не дивно тому, що процес відходу риторики від «лінії інвенції» у бік «лінії елокуції» у цілому

був пов'язаний з повільною спеціалізацією кожного з розділів риторики, з усе більше точним визначенням цілей і завдань кожного з них.

Елокуція в жодному разі не виявилася протипоставленою диспозиції. Навпаки, загального між цими двома розділами риторики набагато більше, ніж завжди передбачалося. Фактично, ті самі відносини між поняттями й судженнями просто могли працювати «у різні боки», породжуючи в одному випадку негативну, в іншому – позитивну якість. Елокуція взяла на себе відповідальність за реабілітацію мовлення як «живого» утворення, на противагу мові як набору бажано однозначних елементів.

Отже, **елокуція** (від лат. *eloquor* – 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).

Елокуція апелює до таких категорій:

- **aptum** – підбір доцільних мовних засобів;
- **puritas** – граматична правильність;
- **perspecuitas** – ясність думки;
- **ornatus** – прикрашування виразу.

Перший і другий етапи підготовки (інтенція і диспозиція) промови підпорядковані суворій логіці операцій; на третьому етапі (елокуції) зміст промови входить у зону паралогіки, яка допускає використання слів і виразів у переносному (фігуральному) значенні. Ігноруючи логічні закони, паралогіка устанавлює інші відношення між об'єктами думок. Такі порушення, зміщення логіки (паралогіка) створюють нові смисли, викликаючи часом ефекти неймовірної сили. Це – зона використання мовних засобів, що здатні трансформувати основні значення слова у переносні (тропи), і зона мовних засобів, які здатні трансформувати значення синтаксичних структур та елементів думки (фігури). На етапі елокуції розвинулося вчення про стилі. Цей розділ риторики часто 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). Іноді її просто називають красномовністю. В класичній давньогрецькій риторичі, римській, традиційній

ренесансній, просвітницькій, бароковій і особливо в шкільній риторичній за тропами й фігурами закріплювалася прикрашальна функція промови, але часто так просто було замасковано примітивний зміст, чим у XIX–XX ст. були викликані іронічні напади на риторичку як пусту красиву забавку. Сьогодні утверджується погляд на тропи і фігури як на творчі елементи мови, а не пусті прикраси-забавки.

Ще античною риторикою були запропоновані такі критерії до словесного виразу промови: правильність; ясність; краса; доречність.

Правильність – це відповідність ораторської промови певним мовним нормам. Більш докладно питання мовних норм висвітлюються у відповідних мовознавчих курсах, наприклад, у курсі української ділової мови та ін. Їх ґрунтовний розгляд виходить за межі риторички.

Вимога **ясності** має дуже важливе значення для оратора. При публічному виступі він повинен прагнути до того, щоб промова була доступна і зрозуміла слухачам. Часто ясність є результатом вдалої роботи оратора на етапі інвенції, коли він для себе зрозумів сутність певного предмета.

Краса – це здатність промови досягати естетичного ефекту. В історії риторички існували думки про те, що краса промови є самоцінною категорією. Сама риторичка в такому разі зводилась до «мистецтва прикрашання». Для цього створювались та вдосконалювались системи різноманітних засобів прикрашання (риторичних фігур). Метою ораторської промови є переконання аудиторії, тому вибір засобів виразності повинен керуватися цією загальною настановою. Виразна промова примушує аудиторію уважніше слідкувати за тим, що говорить оратор.

Доречність передбачає насамперед вибір оратором форми мовленнєвого впливу. 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 виразів, коли він має на увазі лише їх буквально значення, лише те, що він говорить. Важливим показником цієї тактики є її незмінюваність? коли прямі значення мовних одиниць не підлягають варіюванню, як, наприклад, у заклик: «Зробимо Запоріжжя зразково чистим містом!» Проте необхідно пам'ятати про те, що існує велика кількість «вагомих» слів, які завдяки певним асоціаціям викликають приємні чи неприємні відчуття Звісно,

приємно бути відвертим і прямо сказати: «Мій опонент – брехун». А чиприємно аудиторії, а то й опонентові, чути таке? Сказавши: «Мій опонент свідомо спотворив факти», ви скажете те саме, але виглядатимете краще, і всі присутні зрозуміють, про що йдеться.

Однак пріоритетні тактики мовленнєвого впливу на слухачів дослідники пов'язують з непрямыми способами вираження. Такий підхід видається цілком виправданим, адже теорія фігур вважає успішними саме фігуральні, тобто непрямі способи впливу на адресата.

Непряма форма мовленнєвого впливу – це таке використання оратором мовних виразів, коли він має на увазі не тільки те, що він говорить, але й щось більше. Аудиторії пропонується самій встановити, що криється в цьому "більше, ніж буквально значення". Непряма форма мовленнєвого впливу є прихованою тактикою, тобто оратор відкрито не проголошує аудиторії, що він має на увазі.

Відповідно, така форма впливу не узгоджується із критерієм щирості, проте це зовсім не означає, що оратор говорить неправду. Він свідомо обирає такі способи виразу, які в принципі дають можливість аудиторії сприйняти значення промови, приховане за непрямою формою. Тому інтерпретація непрямої форми комунікації передбачає додаткові зусилля з боку слухачів. Також необхідно зауважити, що існує небезпека 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 додає до виголошеного оратором змісту того, що є актуальним для самого слухача. Ефективність непрямої комунікації якраз і виявляється в цій свободі аудиторії. Подібну модель взаємодії оратора зі слухачами називають горизонтальною.

Стиль як невід'ємний складник елокуції регулює добір мовних засобів, найдоцільніших для реалізації задумів мовця у відповідній ситуації мовлення. Оскільки промова лектора повинна не тільки породжувати певні думки, а й викликати відповідні почуття й емоції, для оратора важливо, крім фактичного матеріалу, приділяти увагу характеру мовних засобів. В історії красномовства давно було опрацьоване вчення про три стилі красномовства. Для **високого** стилю характерне досягнення оратором атмосфери піднесення, зворушення слухачів. Тут оратору слід підбирати відповідні емоційні

та величні засоби впливу на аудиторію: метафори, катахрези, алегорії, метонімії та інші фігури піднесення. **Середній** (або квітчастий) стиль промови покликаний надати слухачам насолоду від почутого. У такій промові слушно використати засоби, які покращують зміст виступу: гіперболи, епітети, метафори, усілякого роду вислови відомих мислителів і поетів, гумористичні вклучення, жарти тощо. Після такої промови слухачі повинні залишити аудиторію у гарному в веселому настрої. **Низький** стиль – це стиль повчання і розповідей. Його вживають переважно у ситуаціях, коли ми інформуємо, повчаємо або проповідуємо людям якісь істини. Тут, як правило (але не обов'язково!), промовці не застосовують риторичних фігур і тропів, хоча повчання може містити жарти чи оповідання; такі промови не обов'язково мають бути сухими і позбавленими емоцій.

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

Троп – це слово або фраза, вжиті у переносному значенні, образний вислів, переміщення у семантиці слова від прямого до переносного значення. Використати троп означає надати слову невластивого йому значення на підставі деякого критерія. Виділяють такі критерії для утворення тропів: 1) тотожність; 2) схожість; 3) суміжність; 4) протилежність. **Тропами** є, наприклад, метафора, катахреза, синестезія, метонімія, синекдоха, антономазія, еналлага, гіпербола, літота, епітет, оксюморон, алегорія, антитеза, емпфаза, каламбур, тавтологія, плеоназм, евфемізм, паралепсис та інші. Застосування тропів передбачає варіації значень. Функцію тропів дослідники визначають по-різному: виділити основну думку, наголосити на ній; приховати небажані й непристойні думки, збагатити, оздобити й облагородити мову; виявити творчу індивідуальність автора; надати більшої живості вираженню, орнаментального значення; продемонструвати почуття промовця або викликати потрібні почуття в аудиторії; розробити і з'єднати докази, створити емоційне враження; дати характеристику предмету мовлення через ключове слово тощо.

Головними тропами за тотожністю є евфемізм і дисфемізм. **Евфемізм** (від грец. *euphemismos* – гарне слово) – троп, суть якого

полягає у використанні «пом'якшеного», більш прийняттого виразу для позначення певного, часто неприємного предмета чи явища. **Дисфемізм** (від грец. *dysphemismos* – погане слово) – троп, суть якого полягає у використанні такого виразу для позначення певного предмету, який завідомо містить негативну оцінку і, таким чином, викликає в аудиторії негативні емоції. Залежно від того, яке враження оратор бажає справити на слухачів своєю промовою, він обирає ті чи інші вирази. Наведемо кілька прикладів евфемізмів (*бомбардування - точкові удари, катастрофа - критичне становище*) та дисфемізмів (*інформація – пропаганда, патріотичний - націоналістичний*).

До тропів тотожності також належать антономазія і перифраза. **Антономазія** (грец. *antonomasia* – інше ім'я) – це троп, суть якого полягає у використанні широко відомих власних імен у ролі загальних або загальних назв у ролі імен: *У кожної видатної людини, як і у Наполеона, як правило є свій Тулон і своє Ватерлоо. Перифраза* (грец. *periphrasis* – описовий вираз) – троп, суть якого полягає у використанні опису предмета замість його назви. Наприклад: *Йому доведеться розлучитися зі своєю половиною*.

Головним **тропом за схожістю** є метафора. **Метафора** (грец. *metaphora* – перенесення) – це троп, суть якого полягає у називанні одного предмета виразом, який звичайно позначає інший предмет, на підставі певної схожості між цими предметами. Отже, метафора являє собою приховане порівняння. Вона відрізняється особливою виразністю, образністю.

До тропів схожості також належать алегорія, катахреза, прозопопея. **Алегорія** (грец. *allegoria* – інакомовлення) – троп, що виражає загальну, абстрактну думку конкретним чином. Досить часто алегорію можна зрозуміти лише в межах цілісного тексту. У таких випадках вона постає як досить велика метафора, що розгортається протягом усього твору. Яскравими зразками алегорії є байки, притчі, загадки, прислів'я, приказки. Наприклад: *Це ще тільки цвіт, а ягоди будуть*.

Катахреза (грец. *catechesis* – зловживання) – троп, який є незвичною метафорою, що виглядає як нагромодження слів. Приклад катахрези: *Ці плани приречені на успіх*.

Прозопопея (грец. *prosopopeia* – уособлення), або як її ще називають, персоніфікація – це троп, суть якого полягає у перенесенні

людських ознак (і ширше – ознак істот) на неістот; одухотворення. Наприклад: *Його релігія забороняє йому пити горілку.*

Головним **тропом за суміжністю** є метонімія. **Метонімія** (грец. *metonymia* – перейменування) – троп, суть якого полягає у використанні замість імені предмета його ознаки або назви іншого предмета, що з ним пов'язаний. Для метонімії найбільш характерне використання імен: творця замість створеного ним, і навпаки; носія ознаки замість ознаки, і навпаки; часу замість події, і навпаки; того, що вміщує, замість того, що міститься, і навпаки; місця замість події, і навпаки тощо. Наприклад: *Він любить читати **Канта**. Зібралася вся школа. **Міністерство** погодилося.*

До тропів суміжності також відносимо синекдоху (часто її розглядають як різновид метонімії). **Синекдоха** (грец. *synecdoche* – позначення через натяк) – це троп, суть якого полягає у заміні назви цілого назвою якоїсь його частини або навпаки. Прикладом синекдохи може слугувати порада «*берегти копійку*». Копійка – це лише частка цілого (грошових накопичень).

Головним **тропом за протилежністю** є іронія. **Іронія** (грец. *eironeia* – удавання) – це троп, суть якого полягає у наданні слову смислу, протилежному буквальному значенню. Найчастіше іронію розуміють як вживання слова з позитивною оцінкою для вираження негативної оцінки. Як правило, натяк на сигнал іронії міститься не в самому виразі, а в контексті або інтонації.

До тропів протилежності також належать антифразис і оксюморон. **Антифразис** (грец. *antiphrasis* – протиріччя) – це троп, суть якого полягає у використанні слова в значенні, що є контрастним значенню буквальному. Наприклад: *Ніщо так не обмежує твої дії, як фраза: "Та роби що хочеш!"*.

Оксюморон (грец. *oxymoron* – розумно-дурне) – троп, суть якого полягає у зведенні слів або словосполучень, значення яких взаємовиключає одне одного, створюючи ефект смислового парадоксу. Наприклад: *Можна нічого не говорити, але красномовно мовчати.*

Антономазія – це троп, який використовує описувальне визначення особи замість називання її імені. Антономазія несе в собі елемент аналогії, оскільки замість власного імені застосовують інше. Для адекватного сприйняття антономазії потрібно мати певний рівень

фонових знань, певну ерудицію. Приклади: *український Сокра, моя Голгофа, сумський Остап Бендер, країна тисячі тюльпанів.*

Епітет – це слово чи словосполучення, яке, завдяки особливій функції в тексті, допомагає слову набути нового значення або смислового відтінку, підкреслює характерну рису, визначальну якість певного предмету або явища, збагачує мову новим емоційним сенсом, додає до тексту певної мальовничості та насиченості. Як епітети найчастіше застосовуються прикметники: *холодна голова, струнка теорія, солодкі сподівання.*

Оксюморон – стилістичний засіб, який породжує нове поняття, поєднуючи очевидні протилежності. Зображальність відносин схожості, реалізованих у головній його частині, підсилюється завдяки відносинам контрастності, реалізованим у допоміжній частині. Для адекватного сприйняття оксюморона потрібна певна широта поглядів, оскільки інакше він сприймається як безглуздість. Утім, саме завдячуючи таким висловам і робляться найбільш цікаві смислові відкриття. Приклади: *відкриття закриття вернісажу, усім відомі новини, вбога розкіш вбрання.*

Антитеза – два слова або дві групи слів, пов'язаних між собою відношенням лексичної або контекстуальної протилежності, протиставленням понять, схем, точок споглядання, подій: *«життя коротке – мистецтво вічне»; «краще бути багатим і здоровим, ніж бідним і хворим».*

Градація – поступовий перехід від одного стану до іншого при підсилюванні або послабленні якості з метою підсилення ефекту мови. Градація складається не менше ніж з трьох словесних компонентів, які мають щось спільне у значенні, і в той же час протиставлені одне одному за інтенсивністю прояву цього спільного. Існують градації з підсилювальною якістю і з послаблювальною. Наприклад, *«на жаль, існує і така прогресія: цигарка, хвороба, смерть»; «сьогодні ти вкрав гайку, завтра вкрадеш пилосос, а післязавтра – прокатний стан».*

Каламбур – гра слів, яка ґрунтується на їх схожому звучанні, що поширює співставлення на значення слів з метою створення комічного ефекту. Наприклад: *«Коло знайомих – це не завжди рятувальне коло»; «відвести душу на вокзал»; «зайнятися не своїм тілом».*

Тавтологія – це троп, суть якого полягає у використанні повторювання або надлишковості у мові, коли одна частина

висловлювання повністю або частково дублює зміст іншої. Це може бути використання і накопичення синонімів, а може бути непорядковане варіювання того самого слова. Приклади: «*темпераментна і енергійна людина*», «*справжня й істинна свобода*»; «*хай малий малому скаже, хай малий теля прив'яже*».

Гіпербола – це перебільшення з метою створення більш повного враження. Гіпербола заснована на відносинах схожості, але компоненту, який співставляють, приписують якості (розміри, масштаб, інтенсивність тощо), які значно перевищують дійсні. Наприклад: «*Я піду за тобою на край світу*»; «*безбережне море*»; «*мільйон разів тобі сказано*».

Літота – троп, різновид метонімії (протилежний за значенням гіперболі), в якому міститься художнє зменшення величини, сили, значення зображуваного предмета чи явища. Приклади: «*кажуть, що він взагалі не спить – ані хвилини*»; «*менше, ніж нічого*».

Риторичні фігури (лат. *figura* – образ, вид) – прийоми виразності, які реалізуються на рівні речення чи одиниці, більшій за речення.

Найбільш поширеною фігурою є **риторичне запитання** – висловлювання у вигляді запитання, яке, на відміну від звичайного, не потребує відповіді. Риторичне запитання зовнішньо виглядає як спроба поставити запитання, не поставивши його. У монологічній промові воно часто виглядає як питання, поставлене самому собі, як спроба поглибити своє розуміння ситуації. Приклади риторичних запитань: «*Хто винен?*»; «*Що робити?*»; «*Чи для тебе, вбогого, мода?*».

Синтаксичне перетворення – прийом, суть якого полягає у виборі потрібного оратору порядку слів у реченнях. Найбільш яскраво ефект впливу граматичної форми виявляється при зіставленні активної та пасивної форми побудови висловлювань. Вибір тієї чи іншої форми призводить до того, що у слухачів складається різне уявлення про причинні відношення, про те, хто є агентом певних дій. Так, у прикладах 1) *The police took in the demonstrators* – *Поліція захопила демонстрантів* і 2) *The demonstrators were taken in by the police* – *Демонстранти були захоплені поліцією* 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, вела наступ). У прикладі 2, навпаки, здається,

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

Прийом синтаксичного перетворення реалізується через три групи фігур: 1) фігури скорочення; 2) фігури додавання; 3) фігури розташування.

Фігури скорочення – це риторичні фігури, суть яких полягає у пропущенні якихось елементів промови. До них належать: апосіопеза, асиндетон, еліпсис тощо.

Апосіопеза (грец. *aposiopesis* – мовчання) – фігура «замовчування», коли 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) – фігура скорочення, що означає пропуск сполучників. Приклад: «Прийшов, побачив, переміг».

Еліпсис (грец. *elleipsis* – пропуск) – 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: «Сьогодні – тут, завтра – там».

Фігури зменшення – риторичні фігури, суть яких полягає у відсіканні від предмета якихось частин. До них належить насамперед **літота** (грец. *litotes* – простота, скромність) – навмисне зменшення якості, значущості певного предмета. Наприклад: *Тістечко таке маленьке, що нема чого їсти* або *Ця жінка непоганої вроди*.

Фігури додавання поділяють на власне фігури додавання фігури збільшення. **Фігури додавання** – це риторичні фігури, суть яких полягає у повторі якихось елементів промови. До них належать: анафора, епіфора, гомеотелевтон, кіклос, хіазм та ін.

Анафора (грец. *anapherein* – нести вгору) – це фігура додавання, що полягає у повторі початкових частин суміжних речень. Наприклад: *Lipton: найкраще у чаї, найкраще у мені*. Анафора досить часто вживається у зверненнях оратора до аудиторії. У таких випадках краще застосовувати цей прийом три рази. Наприклад: *Дорогі співвітчизники! Дорога громадо! Дорогий народе!*

Епіфора (грец. *epipherein* - нести після) – це фігура додавання, що полягає у повторі кінцевих частин суміжних речень. Наприклад: *За квартиру – плати, хочеш далі вчитися – плати, хочеш, аби тебе краще лікували, – плати.*

Гомеотелевтон (грец. *homo* – який нагадує і *telos* - закінчення) – 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) – фігура додавання, що полягає у повторі початку й кінця речення. Наприклад: *Є щось вище за нас, я не знаю що, але воно є.*

Хіазм (грец. *chiasmus* – перехрещення) – фігура додавання, що полягає у «хрестоподібному» поєднанні елементів речення. За умов такого поєднання один одному часто 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 – це краще.* Або *Краса – страшна сила, а сила краси – це страшніша!*

Полісиндетон – це фігура, протилежна асиндетону, тобто вона передбачає достатньо сполучників, навіть більше, ніж було б потрібно за змістом сказаного. Застосування полісиндетона примушує суворіше ставитись до того, щоб елементи речення краще поєднувались один з одним, оскільки на тлі сполучників їх невідповідність очевидна. Досить ефективно застосування полісиндетона тоді, коли треба продемонструвати уповільнення або сталий емоційний стан, постійність у коханні тощо. Наприклад: *«І художник, і багаті замовники, і друзі багатих замовників, і друга половина художника – всі задоволені. Щоправда, совість повстає».*

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) – навмисне перебільшення якості, значущості певного предмета. Наприклад: *Я чув, як ваш син відповідав на іспиті: це була наукова симфонія!* Або: *Я піду за тобою на край світу.*

Фігури розташування – риторичні фігури, суть яких полягає у незвичайному розташуванні елементів промови. До них належать: інверсія, паратеза, парцеляція тощо.

Інверсія (лат. *inversio* – перестановка) – фігура розташування, яка передбачає використання незвичайного порядку слів у реченні. Найчастіше у таких конструкціях наперед виноситься те, на чому оратор акцентує увагу. Порівняймо: *На таку альтернативу ми ніколи не погодимось! 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. У ролі таких елементів можуть виступати інші речення, словосполучення, слова. Досить часто в завершену конструкцію вноситься риторичне запитання. Наприклад: «Коли нас підлещують, то вихваляють нашу російську гостинність, коли нас картають – а коли нас не картають? – про нас говорять, що єдину гарну нашу рису – гостинність – ми поділяємо з племенами, які стоять на нижчому щаблі культури» (А. Ф. Коні).

Парцеляція (лат. *parcellatio* – поділ на частини) – фігура розташування, що означає розчленування речення з винесенням за його межі тих елементів, які посилюють основну думку. Наприклад: «Я утомився, бо життя безупинно і невблаганно іде на мене, як хвиля на берег. Не тільки власне, а й чуже» (М. Коцюбинський).

Риторичний вигук – це прояв певного емоційного стану оратора або співрозмовника. Певним чином це провокація на адресу слухачів, пропозиція приєднатися до емоції того, хто говорить, яку він сам не поділяє. Наприклад: «Чудово! Робота цілого колективу пішла коту під хвіст»; «Скандал! Живе слово – у мертвому зібранні».

Риторичне звернення застосовують скоріше не для того, щоб назвати адресата, який, безумовно, існує, а для того, щоб привернути до нього увагу присутніх. Формальні адресати можуть бути відсутніми, і навіть померлими людьми. Зміст цього тропу визначається загальною атмосферою взаємовідносин між тим, хто говорить, і слухачами. Приклади: «Пані і панове! Утім, тут, як я бачу, тільки пані», «Як я вас поціную, негідники!».

Наведемо ще кілька прикладів **фігур** – незвичайних за синтаксисом зворотів мови, які застосовуються для підсилення виразності виступу, впливу на почуття слухачів. Фігурами є,

наприклад, паралелізм, ізоколон, анафора, епіфора, симплока, діафора, хіазм, асиндетон, полісиндетон, метатеза, анаграма, апокопа, синкопа, інверсія, парцеляція, ампліфікація, алітерація та інші. Застосування фігур передбачає насамперед варіації структур.

Паралелізм – одна з найдавніших риторичних фігур, коли проекція змісту однієї мовної конструкції переноситься на іншу. Застосування паралелізму вимагає від слухача порівняти зміст двох фрагментів повідомлення. Приклади: *Солдат любить ясно – дурень любить красно; Немає людини – немає проблеми.*

Ізоколон – риторична фігура, в якій повторюються врівноважені між собою приблизно рівні частини промови. Ця ораторська фігура часто використовується, навіть позасвідомо, у повсякденних розмовах: *«Життя дорожчає, роботи не знайти, гроші закінчуються, діти зовсім малі... бідні мої сучасники».*

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».

Для сучасної ораторської мови є характерним поєднання логіко-аналітичних і емоційно-образних мовних засобів. Практика виступу кращих ораторів свідчить, що сухий діловий виступ, що зводиться до передачі «голої» інформації сучасній, добре поінформованій аудиторії, залишається без уваги, а нерідко викликає нудьгу і навіть нервування. Тому оратору-початківцю необхідно оволодіти прийомами стилістичного синтаксису, які допоможуть досягти експресивності, емоційності публічного виступу.

Отже, одним зі стратегічних завдань оратора, на думку дослідників, є добір мовно-виражальних засобів. Для цього недостатньо знати лише загальну характеристику фігуративних прийомів, усвідомлювати їх смислове навантаження і функціональну роль. Не менш важливими є принципи і правила ефективності використання їх на практиці.

Вправному використанню засобів виразності в ораторській практиці можна навчити, змінивши підходи до викладання риторики, згідно з якими належне місце відводиться мовленнєвій практиці, аналізу численних невдач у використанні ораторських прийомів.

Таким чином, сьогодні завданням елокуції як розділу риторики вважаємо не суто теоретичне дослідження засобів виразності, а добір і використання наявних фігур з метою збудження естетичних

переживань, зацікавлення і переконання аудиторії, формування власного стилю.

ЛЕКЦІЯ 7

МЕМОРІЯ ТА АКЦІЯ. ЗОВНІШНЯ КУЛЬТУРА ОРАТОРА

Меморія (від лат. *memoria* – пам'ять, згадка) – це розділ риторики, функція якого – допомогти оратору запам'ятати зміст промови так, щоб не зберегти і донести до слухачів не тільки фактичну інформацію, а й образність, цікаві деталі підготовленого тексту. Меморію 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.

Після тренування промова, як правило, з зміцненою в пам'яті, визначено порядок і послідовність її та «прив'язано» до можливих ситуацій. Тепер оратору треба підготувати себе, пам'ятаючи, що трибуна, кафедра чи стіл для виступу не захищають його, а навпаки – виставляють на загальний критичний огляд.

Акція (лат. *actio* – дія, дозвіл) – п'ятий розділ класичної риторики, завданням якого є 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, яка приведе до очікуваної мети. Тут великого значення набуває самоконтроль оратора і його вміння «на ходу» коригувати свої дії, мобілізувати свої сили, активізувати увагу слухачів, гідно завершити акцію.

Як правило, промовці не надто замислюються над цим завершальним актом; їм даремно здається, що коли вже все на попередніх етапах продумано, підготовлено і підібрано, то з озвученням змісту проблем не буде. Проте невдале виголошення промови може звести попередню роботу нанівець. Тому п'ятий розділ риторики присвячений завершальному акту риторичної дії – публічному виголошенню промови. Основу цього розділу складають з'ясування умов спілкування, характеристика оратора й аудиторії,

методичне застереження, прийомотворення, інтонування тексту, паралінгвістичні аспекти, психологічний тренінг, техніка дихання, техніка мовлення (у тому числі дикція).

Перед початком виступу промовця охоплює хвилювання, збентеження, інколи навіть страх, тому бажано знати напам'ять перші вислови, рухи і жести, щоб не розгубитися. Вдалих початок допомагає ораторові впевнено «дійти» до кінця промови. Помилки на початку виступу, коли промовець хвилюється, особливо небезпечні.

Треба пам'ятати, що хоч на перший погляд живе побутове мовлення і здається нам легким, насправді ж монологічний виступ «вживу» є надзвичайно складним. У ньому беруть участь нейролінгвістична, анатомо-фізіологічна, акустико-артикуляторна системи, тому промовець повинен стежити за своїм здоров'ям і не виступати хворим, бо це може позначитися як на здоров'ї промов, так і на якості промови, що він виголошує.

У сучасній психології існує багато теорій пам'яті, які по-різному пояснюють цю дивовижну здатність людини. Пам'ять не є одиначною 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.

Виділяють три способи запам'ятовування: механічний; логічний; мнемотехнічний.

Механічний спосіб запам'ятовування – це спосіб, в основі якого лежить багаторазове повторення того, що треба запам'ятати. По суті, цей спосіб являє собою зубріння. Він є найнеефективнішим, 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 спосіб, який ґрунтується на тому, що матеріал переводиться в іншу знакову систему, в інші образи, які людині легше зберегти в пам'яті.

Одним із провідних видів мнемотехніки є асоціативний спосіб запам'ятовування, тобто створення асоціацій. Широка сітка асоціацій – ключ до хорошої пам'яті. Цей спосіб був відомий ще в епоху Античності. Засновником мнемотехніки вважається давньогрецький поет Симонід. Йому належить думка про те, що для пам'яті найважливішим є розташування. Для цього в розумі потрібно тримати картину певних місць, які й будуть займати образи предметів, що треба запам'ятати.

Цицерон успішно користувався цим методом. Перед виступом у сенаті він тренувався у себе вдома, проголошуючи промову і переходячи при цьому з однієї кімнати в іншу. Щоразу, коли він переходив до наступної думки, робив невеличку паузу й подумки поєднував відповідний розділ промови з певною частиною своєї оселі. При виступі у сенаті він мислено повторював свій шлях по домівці і міг виголосити всю промову, не користуючись записами. Інколи в літературі спосіб, яким успішно користувався Цицерон, називають «римська кімната».

Слід підкреслити, що особливості пам'яті людини досить індивідуальні. Тому кожний оратор, як правило, самостійно добирає для себе оптимальну методіку запам'ятовування, щоб його спілкування з аудиторією було успішним, а виголошення промови не стало суцільним її читанням.

Пам'ять тісно пов'язана з увагою. Для того, щоб аудиторія найкраще могла зосередитись на промові, оратору варто зважити на своєрідні періоди уваги, які дорівнюють приблизно 15 хвилинам. Це означає, що увага слухачів значно понижується приблизно на 15-ій, 30-ій та 45-ій хвилині виголошення промови. Тому у випадках тривалих промов у ці моменти оратор має надати можливість аудиторії «відпочити» (зробити паузу, завершити розгляд певного питання, «розрядити» утому аудиторії жартом тощо).

Також ритор при виголошенні промови повинен враховувати загальні особливості людського сприйняття, до яких належать «ефект рамки» і «магічне число».

«Ефект рамки», або «закон межі», - це такий ефект, суть якого полягає в тому, що найкраще запам'ятовується початок і кінець

промови. Зазвичай на вступ і завершення промови відводиться разом від 10% до 30% загальної тривалості виступу. Але приблизно 80% загального враження від самого оратора та його промови визначається саме цими частинами, при цьому вступ є найважливішою частиною. Тому перші та останні фрази мають бути ретельно продумані оратором. Крім того, «ефект рамки» стосується також і порядку розташування аргументів. Цицерон писав, що майстерний оратор: «...поставить найбільш важливі доводи частиною на початок, частиною в кінець, а між ними всуне слабкі».

«Магічне число», або число Міллера (7 ± 2) характеризує обсяг оперативної пам'яті людини. Саме таку кількість різних структурних одиниць інформації ефективніше за все здатна схопити й зберегти оперативна пам'ять середньостатистичної людини. На рівні промови «магічне число» означає оптимальну кількість різних (значимих, а не допоміжних) слів у реченні. Встановлено, що найкраще сприймаються фрази з 10-13 слів, а фрази з більше ніж 30 слів практично не сприймаються.

Таким чином, чіткість структури, ясність та стислість викладу, образність мовних конструкцій сприяють кращому запам'ятовуванню промови самим оратором на етапі підготовки. А на етапі виголошення ці компоненти сприяють кращому засвоєнню промови аудиторією.

Процес виголошення доповіді практично завжди визначає те, чи вдасться оратору зрештою вплинути на аудиторію. Тут потрібно враховувати особливості сприйняття як промови оратора, так і його самого. Аудиторія сприймає виступ не тільки через те, ЩО говорить оратор, але здебільшого і через те, **ЯК** він говорить.

Взагалі у комунікації виділяють два блоки: вербальний і невербальний.

Вербальний блок – це фактори, пов'язані безпосередньо з промовою (аргументація, критика, структурування тексту, словесне вираження матеріалу тощо).

Невербальний блок - це фактори, наявні в спілкуванні, але які безпосередньо не пов'язані з текстами (пози, жести, міміка, мова простору, одягу, кольорів, манера спілкування тощо).

Саме невербальні прийоми відіграють надзвичайно важливу роль впливу оратора на аудиторію на етапі виголошення промови.

Останнім часом з'явилося дуже багато наукових розвідок, присвячених невербальному спілкуванню. Це пов'язано з

усвідомленням проблеми співвідношення знакових систем свідомого та несвідомого в процесах комунікації. Вербальний блок реалізує в мовленні те, що хоче сказати людина, а невербальний - ті мотиви, що знаходяться у несвідомому. Мова йде про інтуїцію або «шосте чуття», яке дозволяє виявити нещирість співрозмовника. Скоріше за все, цю неправдивість буде «зчитано» по невербальних знаках, яким, проте, дуже довіряють слухачі.

Знаки невербального спілкування різноманітні. Вони включають: мову жестів і поз; мову міміки; парамовленнєві характеристики; мову простору; мову одягу та мову кольорів тощо. Майже всі ці мови мають національну специфіку і різняться в різних культурах.

На сьогоднішній день знаки невербального спілкування є предметом вивчення такої міждисциплінарної науки як невербальна семіотика. Г. Є. Крейдлін називає такі найбільш значні окремі науки, що входять до невербальної семіотики:

- **паралінгвістика** – наука про звукові коди невербальної комунікації;

- **кінесика** – наука про жести і жестові рухи, про жестові процеси й жестові системи;

- **окулесика** – наука про мову очей і візуальну поведінку людей у процесі спілкування;

- **аускультация** – наука про слухове сприйняття звуків і аудіальну поведінку людей у процесі комунікації;

- **гаптика** – наука про мову доторкань і тактильну комунікацію;

- **гастика** – наука про знакові й комунікативні функції їжі й напоїв, про прийняття їжі, про культурні й комунікативні функції частування;

- **ольфакція** – наука про мову запахів, смисли, що передають за допомогою запахів, і про роль запахів у комунікації;

- **проксемика** – наука про простір комунікації, його структуру та функції;

- **хронемика** – наука про час комунікації, про його структурні, семіотичні та культурні функції;

- **системологія** – наука про системи об'єктів, якими люди оточують свій світ, про функції та смисли, які ці об'єкти виражають у процесі комунікації.

На які ж характеристики невербального спілкування оратору треба звернути особливу увагу? Насамперед потрібно відмітити, що велике значення для успішного виступу перед аудиторією має **перше враження**. Перше враження є сильним, яскравим, таким, що добре запам'ятовується, тобто надзвичайно стійким. Якщо в подальшому його треба коректувати, змінювати, то це вимагатиме від оратора значних зусиль.

Основою формування в аудиторії першого враження про оратора є **зоровий образ**. Наведемо вже класичну статистику щодо каналів отримання інформації при першій зустрічі:

- 55% інформації визначається тим, що люди **бачать** при першій зустрічі (насамперед мовою жестів і поз);

- 38% інформації визначається тим, що люди **чують** (парамовленнєвими характеристиками);

- 7% інформації визначається тим, що люди **говорять** (власне текстами співрозмовників).

Щодо специфіки поведінки оратора в аудиторії в межах риторики пропонують декілька основних порад. По-перше, що стосується **мови жестів і поз**, то оратору варто виступати стоячи й використовувати жести відкритості (жести розкритими руками у напрямку до слухачів; користуватися горизонтальною жестикуляцією, а не вертикальною та ін.). Такі жести сприймаються аудиторією (здебільшого підсвідомо) як такі, що свідчать про намір спілкуватися. Відповідно, слід уникати закритих жестів, які можуть сприйматися не тільки як свідчення небажання спілкування, а й агресії (стиснуті кулаки, схрещені руки, схрещені ноги тощо). Оратор повинен також пам'ятати про так звані жести-поплавки, які є сигналом нервування, невпевненості у собі, хвилювання: ручка в руках, папка, аркуші паперу, особливо, коли з ними роблять якісь маніпуляції; часте торкання окулярів, волосся, обручок, ланцюжків, годинників, комірців, краваток тощо. Аудиторія позитивно сприймає впевненого у собі оратора, отже, таких жестів теж слід уникати.

Жести можна класифікувати на виразні (емоційні), зображально-наслідувальні, вказівні і регульовальні. Слід позбавлятися мимовольних рухів, що відволікають увагу слухачів, як от тупцювання на місці, погойдування, посмикування плечем, почісування лоба тощо и т.п.). Можна сказати, що в якійсь мірі оратор – актор. Але його поведінка, рухи, пози, жести не повинні бути сліпо

скопійовані з когось, а повинні бути гармонійно збалансованим вираженням його власної духовної діяльності.

По-друге, що стосується **мови міміки**, то важливим є зоровий контакт оратора з аудиторією впродовж усієї промови. Він повинен дивитися на всіх слухачів таким чином, щоб не виділяти когось персонально. У великій аудиторії варто розбити зал на сектори й у процесі виступу переводити погляд повільно по черзі з одного сектора на інший. Оратору не слід дивитися повз слухачів (у простір), на підлогу, ноги, стелю, у вікно, розглядати сторонні предмети. Не дивлячись в аудиторію, оратор і не звертається до неї. Оратор повинен уміти користуватися своїм поглядом як потужною зброєю. Погляд, що «блукає» по всій аудиторії, справляє враження розгубленості або неухважності.

З іншого боку, довгий пильний серйозний погляд в очі може викликати в слухача відчуття тиску, неспокою. Тому впродовж тривалого часу краще дивитись в обличчя, а не прямо в очі. Як вираз зацікавленості погляд в очі сприймається тоді, коли він є короткочасним. Треба уникати затримування погляду на одному слухачеві. Найкращим є знайти серед аудиторії 5-6 людей, які самі уважно слухають оратора, і зав'язати через них зоровий контакт з усією аудиторією. Неприйнятною є демонстрація байдужого, незацікавленого погляду, проте ще гіршим є навмисно-фальшивий похвалений вигляд. Щодо регулювання міміки під час виголошення промови, то найкращою порадою тут буде регулювати свій настрій і відношення до виступу, а невербальні засоби спілкування знайдуться самі по собі.

По-третє, що стосується **парамовленнєвих характеристик**, то оратору варто звернути увагу насамперед на інтонацію. Протягом всієї промови її треба змінювати, а не говорити монотонно. Звичайно, що інтонація має узгоджуватись зі змістом промови. Щодо гучності, то в аудиторії оратору слід говорити голосніше, ніж він говорить звичайно.

Оптимальним темпом вважається промовляння не більше 120 слів за хвилину. Досить важливим ораторським прийомом є **пауза**. Вона вимагає певного тренування. Насамперед не слід заповнювати паузу різноманітними вигуками («м-м-м», «е-е-е», «ну» тощо). Зазвичай пауза здається довшою тому, хто говорить, ніж тому, хто слухає. Вона може тривати до **4-х секунд**, перш ніж аудиторія почне думати, що у виступі щось не так. Оратор повинен робити невеликі

паузи до та після важливих думок, щоб слухачі мали час їх осмислити. Крім того, перед важливою думкою потрібно також трохи **понизити голос**. Починати та завершувати публічний виступ оратору варто з погляду на слухачів та паузи.

Для оратора при виступі важливе значення має також **володіння простором і часом**. Один і той самий голос, навіть дуже приємний втомлює слухачів. Тому не слід безперервно говорити більше 40 хв, а краще – до 20-30 хв. 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.

Мова простору складається з кількох компонентів. Виділяють **чотири зони дистанції** у спілкуванні: інтимну, особисту, соціальну, публічну.

Інтимна дистанція (до 50 см) – це зона спілкування між близькими людьми. Настільки близькими, що людина готова обійняти співрозмовника, тобто скоротити цю дистанцію до 0. У процесах комунікації не варто втручатися в інтимний простір, спроба подібних дій сприймається як агресія. Справа в тому, що людина намагається підкорити собі оточуючий її невеликий простір і розглядає його як частину себе. Наявність відстані не менше 50 см між слухачами під час промови здатна забезпечити можливість критичного сприйняття того, що їм говорять.

Особиста дистанція (від 50 см до 1,5 м) – це зона спілкування між друзями. Саме на такій відстані люди, які добре знають один одного, у яких є спільні інтереси тощо, почувуються комфортно в повсякденній комунікації.

Соціальна дистанція (від 1,5 до 3 м) – це зона спілкування між знайомими людьми (але не друзями). Така відстань є оптимальною для формальних контактів на роботі або з малознайомими людьми.

Публічна дистанція (більше, ніж 3 м) – це відкрита зона для виступу оратора перед аудиторією. Виголошувати промову потрібно з публічної відстані, особливо у великих аудиторіях. Під час виступу оратору варто наближуватись до слухачів. Наприклад, якщо оратор виступає з трибуни, то корисним є виходити час від часу з-за неї та ставати поруч. Хоча більш вдалим є взагалі стояти поруч з трибуною,

а не за нею. Рухатись по аудиторії слід повільно і не дуже захоплюватись цим прийомом, щоб у слухачів не склалось враження, що оратор бігає, як тигр у клітці.

Що стосується **мови одягу та мови кольорів**, то оратору для публічного виступу варто обрати діловий одяг (для чоловіків і жінок – це костюми переважно сірого або синього кольору). Такий одяг не пригнічує людину, й у слухачів є можливість зосередитись безпосередньо на самій промові. Якщо головна мета для оратора – переконання аудиторії, тоді йому слід уникати одягу яскравих насичених кольорів, занадто модного одягу, численних прикрас та інших аксесуарів, які будуть привертати до себе надлишкову увагу слухачів та відволікати від того, про що говорить оратор.

Впродовж публічного виступу слухачі теж відправляють оратору невербальні сигнали. У невеликій аудиторії йому легше фіксувати та реагувати відповідним чином на ці знаки. Вони дають можливість оратору встановити момент, коли він успішно доніс свої думки до слухачів. Невербальні сигнали аудиторії можна звести до трьох головних:

- Слухачі стають більш розслабленими. Коли людина приймає точку зору співрозмовника, вона зазвичай розслабляється;
- Слухачі підсуваються ближче. Ті, на кого вдалось вплинути оратору, часто схилиються в його бік, а ті, хто дотримується іншої думку, часто відхиляються назад;
- Слухачі підтримують візуальний контакт з оратором, особливо ті, яких оратору вдалося переконати.

Отже, під час публічного виступу оратору потрібно постійно слідкувати за своєю аудиторією і самому грамотно застосовувати невербальні сигнали спілкування. Звичайно, це легше робити, якщо промова підготовлена заздалегідь. А страх перед аудиторією можна подолати тільки наполегливими вправами.

Після виголошення промови настає етап **релаксації** (від. лат. *relaxatio* – зменшення, ослаблення), тобто спадає фізичне й інтелектуально-психологічне напруження. Хороший 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 чи робити під час виголошення промови.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Абрамович С. Д., Молдован В. В., Чикарькова М. Ю. Риторика. Загальна та судова : навч. посіб. рек. МОНУ. К. : Юрінком Інтер, 2002. 416 с.
2. Абрамович С. Д., Чикарькова М. Ю. Риторика : Навч. посіб. для студ. гуман. спец. ВУЗів. Львів : Вид-во "Світ", 2001. 240 с.
3. Александров Д. Н. Риторика = Aleksandrov D. N. Rhetoric : Textbook : учеб. пособ. для студ. высш. учеб. завед. [препод., школьн. и др.]. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 1999. 536 с.
4. Александров Д. Н. Риторика : учеб. пособ. для студ. высш. учеб. завед., [для изуч. курс ритор. в средн. шк.-гимназ.]. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. 534 с.
5. Античные риторика / под. ред. А. А. Тахо-Годи. М. : Московский университет, 1978. 352 с. (Университетская библиотека).
6. Аристотель. Этика. Политика. Риторика. Поэтика. Категории / Аристотель. Минск : Литература, 1998. 1392 с. (Классическая философская мысль).
7. Бабич Н. Д. Основы риторики : Практикум. Чернівці : Рута, 1999. 99 с.
8. Бацевич Ф. С. Основы коммуникативной лингвистики / Ф. С. Бацевич. – К.: Академвидав, 2004. – 344 с.
9. Бобылев Б. Г. Риторика Учебное пособие / Б. Г. Бобылев, С. В. Кошелева – Орел: ОрелГТУ, 2008. – 95 с.
10. Вандишев В. М. Риторика: экскурс в историю вчень і понять : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. рек. МОНУ. К. : Кондор, 2003. 264 с.
11. Введенская Л., Павлова Л. Риторика и культура речи / Л. Введенская, Л. Павлова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. – 535 с.
12. Волков А. А. Курс русской риторики. М. : Издательство храма св. муч. Татианы, 2001. 480 с.
13. Волков А. А. Основы риторики : учеб. пособие для вузов. М. : Академический Проект, 2003. 304 с.
14. Волкова В. В. Ділова риторика і міжкультурна комунікація : курс лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти магістра

- спеціальності "Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії". Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 101 с.
15. Голуб И. Б. Искусство риторики : Пособие по красноречию. Ростов-н/Д : Феникс, 2005. 384 с. (Империя успеха).
 16. Гончарова О. М. Античне красномовство як дискурсивний феномен культури: [монографія] / О. М. Гончарова.– К. : [НАКККиМ], 2011. – 272 с.
 17. Грицаєнко Л. М. Основи красномовства : [навч. посіб.] / Л. М. Грицаєнко. – Київ. нац. ун-т технологій та дизайну. – К. : КНУТД, 2013. – 245 с.
 18. Гурвич С. С., Погорелко В. Ф., Герман М. А. Основы риторики : Учебное пособие для студ. вузов. К. : Выща школа. Гол. изд-во, 1988. 248 с.
 19. Зарецкая Е. Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. 4-е изд. М. : Дело, 2002. 480 с.
 20. Зверева Н. Я говорю - меня слушают. Уроки практической риторики. 3-е изд. М. : Альпина Паблишер, 2012. 234 с.
 21. Ільченко І. І. Навчально-методичний посібник до курсу "Основи риторики". Запоріжжя : ЗДУ, 2004. 56 с.
 22. Ільченко І. І. Риторика : навчально-методичний посібник для студентів ІV курсу філологічного факультету. Запоріжжя : ЗНУ, 2009. 82 с.
 23. Когут О. І. Основи ораторського мистецтва Практикум. / О. І. Когут. – Тернопіль: Астон, 2005. – 296 с.
 24. Колотілова Н. А. Риторика : навчальний посібник рекомендовано МОН України. К. : Центр учбової літератури, 2007. 232 с.
 25. Колтунова М. В. Нормы. Риторика. Этикет : учеб. пос. для студ. высш. учеб. заведений. М. : Экономика, 2000. 151 с.
 26. Кошанский Н.Ф. Риторика / Н. Ф. Кошанский. – М.: Издательский дом «Русская панорама», 2013. – 320 с.
 27. Коммуникативная компетентность : Практикум по риторике: Тренинг : Программа спецкурса / Авт. курса доцент, к.ф.н. С. Н. Лютова. М. : МГИМО, 2004.
 28. Корнилова Е. Н. Риторика - искусство убеждать. Своеобразие публицистики античной эпохи : учебное пособие. М. : УРАО, 1998. 208 с.

29. Кузнецов И. Н. Практикум по риторике : учеб.-справ. пособие. Минск : Соврем. слово, 2004. 352 с.
30. Куньч З. Риторичний словник / Зоряна Куньч. – К.: Рідна шк., 1997. – 342 с.
31. Педагогічна риторика: історія, теорія, практика : монографія / О. А. Кучерук, Н. Б. Голуб, О. М. Горошкіна [та ін.] ; за ред. О.А. Кучерук. К. : КНТ, 2017. 258 с.
32. Леммерман Х. Учебник риторики. Тренировка речи с упражнениями / Х. Леммерман ; пер. с нем. С.Т. Бугло. 114 с.
33. Леммерман Х. Уроки риторики и дебатов / Хайнц Леммерман. – М. : ООО «Издательство «Уникум Пресс», 2002. 143 с.
34. Лисоченко О. В. Риторика для журналистов: прецедентность в языке и в речи : учеб. пособ. для студ. / Ольга Витальевна Лисоченко. Ростов-н/Д : Феникс, 2007. 318 с. (Высшее образование).
35. Лісовський П. М. Суспільна риторика : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. реком. МОНУ. К. : Кондор, 2012. 244 с.
36. Львов М. Р. Риторика. Культура речи : учеб. пособие для студентов гуманитарных вузов. М. : Изд. центр "Академия", 2003. 272 с.
37. Львов М. Р. Риторика. Культура речи : учебное пособие для студ. высш. учеб. заведений, обуч. по пед. спец. 2-е изд., испр. М. : Академия, 2004. 272 с. (Высшее профессиональное образование. Педагогические специальности).
38. Логика и риторика : хрестоматія : учеб. пособ. для студ. высш. учеб. завед. / сост. : В. Ф. Берков, Я. С. Яскевич. Минск : ТетраСистемс, 1997. 624 с.
39. Лузік Е.В. Риторика: майстерність переконання / Е. В. Лузік, Т. В. Ільїна Навчальний посібник. – К.: НАУ, 2005. – 84 с.
40. Ман П. Слепота и прозрение. Статьи о риторике современной критики / Поль Ман ; пер. с англ. Е. В. Мальшкина; под общ. ред. Н. М. Савченковой. СПб. : Гуманитарная Академия, 2002. 256 с.
41. Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. реком. МОНУ. К. : Вища школа, 2003. 312 с.
42. Методика навчання риторики у школі : навчальний посібник / автор-укладач В. А. Ницета. К. : Центр учбової літератури, 2014. 200 с.

43. Микитюк М. В. Факультативний курс з української мови. Риторика : [навч.-метод. посіб. для вчит. укр. мови та літ-ри, кер. метод. об'єдн., студ. вищ. навч. закл.]. Харків : Видавнича група "Основа", ПП "Тріада+", 2007. 192 с. (Бібліотека журналу "Вивчаємо українську мову та літературу" ; Вип. 12 (49)). (кн. є кн. додат. до ж-лу "Вивчаємо українську мову та літературу" з книжковим додатком).
44. Михальская А. К. Русский Сократ : Лекции по сравнительно-исторической риторике : учеб. пос. для студ. гуман. фак-тов. М. : Издательский центр "Academia", 1996. 96 с.
45. Молдован В. В., Кацавец Р. С. Юридичний практикум: кримінальний процес, судова риторика : навчальний посібник рекомендований МОН України . К. : Центр учбової літератури, 2008. 158 с.
46. Молдован В. В. Судова риторика : Навчальний посібник. К. : Заповіт, 1996. 319 с. (Міжнародний фонд "Відродження". Трансформація гуманітарної освіти в Україні).
47. Молдован В. В. Судова риторика : навчальний посібник. К. : Юрінком Інтер, 1998. 320 с.
48. Молдован В. В. Риторика: загальна та судова : Навч.посібник. Вид. 2-ге. К. : Юрінком Інтер, 1999. 320 с.
49. Молдован В. В. Судова риторика : теорія і практика: навч. посіб. рек. МОНУ. 2-ге вид., перероб. і доп. К. : Юрінком Інтер, 2010. 496 с.
50. Москвин В. П. Аргументативная риторика [Текст] : теоретический курс для филологов. Изд. 2-е, перер. и доп. Ростов-н/Д : Феникс, 2008. 640 с. (Высшее образование).
51. Мурина Л. А., Игнатович Т. В., Рубаник Т. В.. Риторика : Практикум для юристов. Минск : БГУ, 2003. 88с.
52. Муштук О. З. Основы общей риторики : учебно-методический комплекс. М. : ЕАОИ, 2008. 256 с.
53. Нечволод Л. І. Риторика. Харків : Основа, 2014. 158 с. (Б-ка журналу "Вивчаємо українську мову та літературу" ; Вип. 12 (133)).
54. Олефіренко В. В. Княгиня риторики. Поетична розповідь про красномовну Галину Сагач. К. : Джулія, 2002. 112 с.
55. Олійник О. Б. Риторика : навч. посіб. К. : Кондор, 2009. 170 с.

56. Онуфрієнко Г. С. Риторика у практичних завданнях для юристів : навч. посібник. Запоріжжя : ЗЮІ МВС України, 2002. 307 с. (Бібліотека навчальної літератури).
57. Онуфрієнко Г. С. Риторика : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. реком. МОНУ. К. : Центр учбової літератури, 2008. 592 с.
58. Онуфрієнко Г. С. Риторика : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. реком. МОНУ. 2-е вид., перероб. та допов. К. : Центр учбової літератури, 2016. 624 с. (До 25-річчя Незалежності України) ; (Нагороджено дипломом VI Книжкової виставки-ярмарку "Хортицькі джерела-2008").
59. Панов М. И. Введение в риторику. М. : Российский открытый университет, 1995.
60. Пінчук Ю. В. Риторика, культура та техніка мовлення вчителя-логопеда : навч.-метод. посіб. К. : КНТ, 2007. 92 с.
61. Пінчук Ю. В. Риторика, культура та техніка мовлення корекційного педагога : навч.-метод. посіб. для студ. вищ. навч. закл. реком. МОНУ. К. : КНТ, 2015. 160 с.
62. Плеханова Т. М. Риторика : навчально-методичний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності "Журналістика" освітньої програми "Видавнича справа та редагування". Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 110 с.
63. Риторика : курс лекцій / под ред. Л. А. Муриной. Минск : БГУ, 2002. 175 с.
64. Рождественский Ю. В. Теория риторики. Добросвет, 1997.
65. Рождественский Ю. В. Принципы современной риторики. М. : Флинта; Наука, 2003. 87 с.
66. Сагач Г. М. Риторика. 2-ге вид., перероб. і доп. К. : КНУ ім. Т.Г. Шевченка, 2000. 565 с.
67. Сивачук Н. П. Академічна риторика : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Н. П. Сивачук, І. М. Снігур, О. М. Санівський / [за заг. ред. канд. пед. наук. проф. Н. П. Сивачук], Уман. держ. пед. ун-т ім. Павла Тичини, Ін-т філології та сусп.-вознав., Наук.-дослід. лаб. «Театр слова». – Умань : Сочінський [вид.], 2013. – 374 с.
68. Стернин И. А. Риторика. Воронеж : Кварта, 2002. 223 с. (Системы и коммуникации).
69. Хазагерев Г. Г. Политическая риторика. М. : Никколо-Медиа, 2002. 156 с.

70. Хазагеров Т. Г., Ширина Л. С. Общая риторика : Курс лекций; Словарь риторических приемов. 2-е изд., перераб. и доп. Ростов-н/Д : Феникс, 1999. 320с.
71. Циганок О. М. Фунеральне письменство в українських поетиках та риториках XVII - XVIII ст.: теорія та взірці : монографія . Вінниця : ПП "ТД "Едельвейс і К", 2014. 362 с.
72. Чибісова Н. Г., Тарасова О. І. Риторика : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. реком. МОНУ. К. : Центр навчальної літератури, 2003. 228 с.
73. Шевченко Н. В. Основы риторики: Учебное пособие./ Н. В. Шевченко – СПб.: ГПА, 2014. – 268 с.
74. Шкляєва Н.В. Риторика. Конспект лекцій / Н. В. Шкляєва, Т. В. Николук – Луцьк : Луцький НТУ, 2016. – 95 с.
75. **Herrick James. History and Theory of Rhetoric.** – Pearson 4th Edition, 2008. – 320 p.