

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕПАРТАМЕНТ НАУКИ І ОСВІТИ  
ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ДЕРЖАВНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ  
КОМУНАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«ХАРКІВСЬКА ГУМАНІТАРНО-ПЕДАГОГІЧНА АКАДЕМІЯ»  
ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ

## **Конспект лекцій із риторики**

**Харків  
2021**

**УДК 378.016:808(075)**

**К 64**

**Укладач:**

**Романова І.** – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української лінгвістики, літератури та методики навчання Комунального закладу «Харківська гуманітарно-педагогічна академія» Харківської обласної ради.

**Рецензенти:**

**Демченко Н.** – кандидат філологічних наук, доцент, завідувач кафедри української лінгвістики, літератури та методики навчання Комунального закладу «Харківська гуманітарно-педагогічна академія» Харківської обласної ради;

**Купрікова Г.** – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри українознавства Харківського гуманітарного університету «Народна українська академія».

**К 64** Конспект лекцій із риторики / укладач : І. Романова. Харків : ХГПА, 2021. 42 с.

Конспект лекцій охоплює такі розділи: «Історичний розвиток риторики», «Основні категорії риторики», «Культура спілкування та мовлення оратора» й покликаний допомогти тим, хто навчається, краще засвоїти теоретичний матеріал. Він призначений для підготовки здобувачів бакалаврського рівня вищої освіти зі спеціальностей 035 Філологія, 034 Культурологія, 091 Біологія.

*Рекомендовано до друку науково-методичною радою психолого-педагогічного факультету Комунального закладу «Харківська гуманітарно-педагогічна академія» Харківської обласної ради. Протокол № 3 від 08.12.2021 року.*

**УДК 378.016:808(075)**

© ХГПА, 2021

© Романова І.

**Зміст**

Передмова.....	4
Лекція 1. Риторика як наука публічного мовлення.....	5
Лекція 2. Загальні правила підготовки промови.....	9
Лекція 3. Публічний виступ.....	18
Лекція 4. Невербальні засоби спілкування оратора.....	23
Лекція 5. Культура та етика спілкування.....	26
Лекція 6. Культура мовлення сучасного оратора.....	30
Лекція 7. Культура ведення діалогу та суперечки.....	35
Післямова.....	39
Рекомендовані джерела інформації.....	40

## Передмова

Нині становлення освіченого здобувача вищої освіти, що діє за допомогою слова, має неабияке значення. Риторика сприяє вихованню всебічно розвиненої грамотної особистості, формуванню комунікативної компетенції оратора.

Конспект лекцій із риторики призначений для підготовки бакалаврів спеціальностей 035 Філологія, 034 Культурологія, 091 Біологія. Він покликаний допомогти здобувачам вищої освіти краще засвоїти теоретичний матеріал, усвідомити понятійно-категорійний апарат.

Метою видання є дати наукове знання риторики, допомогти практично оволодіти законами підготовки та виголошення публічної промови з метою бажаного впливу на аудиторію. Завдання – показати, що риторика діє у світі як технологія та мистецтво красномовства; сприяти розумінню того, що риторика потребує постійного вдосконалення людини; удосконалити практичні навички та вміння студентів у риторичних дискурсах монологу, діалогу, дискусії; ознайомити з методикою підготовки до публічного виступу; сформуванню й практичні навички успішно виголошувати публічну промову.

Змістом конспекту лекцій із риторики передбачено усвідомлення особливостей розвитку науки про публічне мовлення від зародження до наших днів, тяглості традицій і водночас змін, які приносить сучасна доба; набуття навичок критичного аналізу змісту орацій; розуміння правильності побудови власної промови як запоруки її успішності.

Кожна тема цього видання містить мету, план, питання для самоконтролю, наприкінці наведено рекомендовані джерела інформації. Матеріал доречний, актуальний, викладений відповідно до потреб здобувачів вищої освіти.

Конспект лекцій із риторики апробований під час викладання філологам, культурологам, біологам.

## Лекція 1. Риторика як наука публічного мовлення.

*Мета:* засвоїти основні поняття, що стосуються риторики як науки публічного мовлення.

### План

1. Загальні поняття риторики.
2. Історичний розвиток риторики: від античності і до наших днів.
3. Шляхи формування сучасного оратора.

### 1. Загальні поняття риторики.

Сьогодні ми живемо у світі, у якому вміння переконувати іншого набуває важливого значення. Наука, яка вивчає *секрети переконання аудиторії*, називається **риторикою**. У ХХІ ст. підвищується роль і значення людей, які діють живим словом – *homo verbo agens*. Традиційно оволодіння риторикою пріоритетне для юристів, викладачів, політиків, журналістів.

На початку варто окреслити підходи до визначення риторики та з'ясувати її значення для формування культури різних епох – від античності до нового часу.

Термін «**риторика**» грецького походження, його перекладаємо як «*науку про ораторське мистецтво*». У давнину розповідали про божественне походження риторики: Юпітер покликав до себе Меркурія і наказав дати людям Риторику. Згідно з цим міфом, риторика – це початок нашої цивілізації. За 2500 років існування риторика *трактувалася по-різному*. можна виділити 3 основні групи визначень цього поняття:

1) давні греки трактували риторіку як «*мистецтво переконання*». Аристотель у своїй «Риториці» (335 р. до н. е.) визначив її як «мистецтво переконання, яке використовує можливе і ймовірне в тих випадках, коли реальна достовірність (тобто логіка) виявляється недостатньою»;

2) у часи римської цивілізації під риторикою почали розуміти «*мистецтво говорити добре*»;

3) в епоху Середньовіччя та початку Відродження – «*мистецтво прикрашання промови*». Крім цього, із цього часу риторика спирається не тільки на усний, але й письмовий текст.

У найбільш загальному вигляді **риторика – мистецтво впливу**. Впливаючи на людей, ритор намагається навіяти їм свої думки, почуття, рішення, оволодіти їхніми розумом, серцем і волею.

**У сучасній теорії мовленнєвої комунікації риторіку розуміємо як:**

- 1) науку про ораторське мистецтво;
- 2) узагальнення правил ораторського мистецтва, або навчальної дисципліни;
- 3) зловживання ораторським мистецтвом (порожня балаканина).

Риторіку часто ототожнюють із такими поняттями, як «**красномовство**» та «**ораторське мистецтво**».

**Красномовство** – термін старослов'янського походження, що означає вміння говорити красно – красиво. Відомі оратори Коні та Плевако говорили, що:

1) **красномовство** – «дар слова», який хвилює слухачів красою форми, яскравістю образів;

2) **ораторське мистецтво** – вміння, сформоване роками, говорити грамотно та переконливо.

Отже, красномовство – *природний дар оратора*, а ораторському мистецтву може навчитися людина, позбавлена цього природного дару.

Сьогодні термін «риторика» вживаємо у вузькому та широкому значенні:

1) **риторика у вузькому значенні** – означення філологічної дисципліни, яка вивчає теорію красномовства, способи побудови виразної промови;

2) **риторика в широкому значенні** – неориторика, або загальна риторика – наука, яка займається пошуком шляхів практичного застосування мовознавчих наук – лінгвістики тексту, семіотики, герменевтики, психолінгвістики.

Риторика – це *гуманітарна дисципліна*, бо належить до тих наук, які спрямовані на формування і розвиток особистісного начала в людини.

*Особливості риторики:*

1) комплексність (її місце на стику етики, філософії, логіки, еристики, психології, лінгвістики, сценічної майстерності);

2) універсалізм (її необхідність у будь-якій професії);

3) прикладний характер (навчає людину, як грамотно, розумно діяти в різних життєвих ситуаціях);

4) безпосередньо стосується категорії морального.

Риторіку можна образно уявити як **риторичне дерево**.

*Корінь дерева* прихований від очей аудиторії – це причина, яка спонукала оратора вийти на трибуну.

*Стовбур* – тема виступу.

*Основні гілки* – основні питання плану лекції.

*Дрібніші гілочки* – підпитання, на які поділяється кожне питання.

*Крона дерева – листя* – слова, в які оратор «одягає» свій виступ.

*Квіти* – мовні засоби, які можуть зробити виступ виразним, гарним.

## 2. Історичний розвиток риторики: від античності і до наших днів.

Як і чому з'явилася риторика? Виникнення тієї чи іншої ідеї (науки) завжди історично підготовлено й зумовлено низкою суб'єктивних і об'єктивних причин.

*Культ усної мови*, словесного мистецтва був характерним уже з часів зародження грецької цивілізації. В античній міфології діють два боги усного слова – Аполлон, бог поетів, та **Гермес, бог ораторів**. Саме Гермес винайшов ліру й подарував її Аполлону, що є свідченням більш раннього походження ораторського мистецтва в порівнянні з мистецтвом поетичним. Культ усного слова відобразився і у промовах гомерівських героїв. Це було пов'язано з публічним характером життя давніх греків. У середині V ст. до н. е. в Афінах складався *новий центр політичного, економічного, торгового та*

духовного життя Еллади. За короткий проміжок часу після перемоги над персами біля Платей (479 р. до н. е.) суттєво змінився не тільки зовнішній вигляд міста, але й його політичні інститути. Система управління в Афінах пройшла найбільш повну в античному світі демократизацію. Дебати в Народному зібранні, публічне обговорення найважливіших рішень робило необхідним для **політика** (а саме в цей час з'являється поняття *aner politicos* – чоловік, який бере участь у політиці) *вміння володіти мистецтвом слова*. Природній розрив між незначною кількістю тих, хто від природи є обдарованим даром слова, і потребою суспільства в особистостях, які вміють говорити перед юрбою, зменшувався у Греції двома шляхами:

- 1) навчанням ораторському мистецтву
- 2) створенням промов для клієнтів, які завчали куплену промову й промовляли її від свого імені.

І в першому, і в другому випадках виступ із імпровізації перетворювався на кропітку роботу, підпорядковану певним нормам і правилам. Дослідження загальних принципів ораторського мистецтва було необхідною передумовою навчання красномовству, без якого це навчання не мало би місця.

Серед відомих риторів античності – імена Коракса, Лісія, Сократа, Платона, Демосфена, цілу епоху в розвитку риторики складає діяльність **Аристотеля**, який створив *теорію красномовства*, розширивши його предмет і пов'язавши з діалектикою. Основним завданням ритора Аристотель вважав здатність знаходити усі можливі засоби переконання стосовно будь-якого предмета. У своїй “Риториці” він виділяє три частини. У першій аналізуються принципи, на основі яких оратор може примусити до чогонебудь своїх слухачів або відмовити їх від якихось дій. Друга частина характеризує особисті якості оратора, які стануть у пригоді для завоювання довіри слухача, – це розум, добропорядність, стан духу. У третій частині Аристотель розглядає технічні аспекти риторики: способи вираження думок, побудову промови. Тут же наведено багато тонких психологічних зауважень з приводу взаємостосунків оратора і слухачів. Особливу увагу античний теоретик риторики звертає на необхідність ясності мови, підкреслюючи, що ясність – достоїнство стилю, і кожному роду промови відповідає свій стиль. Поради, які дає Аристотель риторам, і дотепер мають велику практичну вагу.

Під впливом грецької риторики розвивається з III ст. до н. е. красномовство і в **Давньому Римі**. Розквіт римського ораторського мистецтва припадає на I ст. до н. е., коли із загостренням боротьби між різними верствами народу особливо зросла роль народних зборів і судів. Вершиною розвитку риторики Давнього Риму стала діяльність **Цицерона**. Він був видатним політичним і державним діячем, адвокатом і став одним із найвидатніших ораторів світу, залишивши після себе 100 промов, 57 з яких збереглися і є риторичною скарбницею для всіх часів і народів. Суть його риторичної системи викладено в книгах “Про оратора”, “Брут”, “Оратор”. *Уся сила оратора – в умінні підкорити собі слухача*. Цицерон розробив вимоги до ритора, серед яких найперше – широка освіченість, ерудиція,

знання філософії, права, теорії ораторського мистецтва.

Теорію римського красномовства найповніше викладено в **працях Квінтіліана** – учителя риторики. Автор значну увагу приділяє вихованню майбутнього оратора – ним розроблена низка педагогічних проблем, які знайшли відгук у педагогіці XVI – XVIII ст. Особливу увагу він звертає на необхідність розвивати пам'ять, бо вважає, що імпровізація, експромт – результати величезної попередньої роботи. Окремо зупиняється на вихованні в оратора таких високих моральних якостей, як вихованість і мужність.

Таким чином, антична риторика передбачала *три джерела красномовства*: обдарування, навчання, вправи.

Ці фактори забезпечували найвищу майстерність оратора.

У **середні віки**, у часи феодалізму, класична риторика вироджується. Панівне на той час церковне (католицьке) красномовство набуває догматичного, схоластичного характеру, на перший план виступає зовнішня форма. І тільки в часи буржуазних революцій XIX ст. риторика розквітає знову.

У **XX ст.** відбувається реабілітація риторики завдяки появі нових типів комунікації й нових типів демократії, коли політичний мітинг, парламентська дискусія, академічна або релігійна полеміка, захист людиною своїх прав у суді стали звичними. А засоби масової інформації зробили всі ці явища об'єктом суспільної уваги. У 50-ті рр. XX ст. з'являється **неориторика**, засновником якої вважають бельгійського юриста й логіка **Христіана Перельмана** (основоположник Брюссельської школи). У неориторичі, як зазначає М. Сурін, поняття оратора, аудиторії й мети промови відрізняються від класичних.

**Оратор** – це мовна особистість, автор тексту.

**Аудиторія** – слухачі промови.

Таблиця 1

<b>Класична риторика</b>	<b>Неориторика</b>
Людина – істота раціональна	Людина – істота емоційна
Людина живе в гармонійному світі	Людина живе в розірваному світі
Відношення між ритором і аудиторією – непримиримо ворожі	Відношення між ритором і аудиторією – співробітництво
Зв'язок між ритором і слухачами – односторонній	Зв'язок між ритором і слухачами – двосторонній
Вимагає поділу стилів (високого, середнього, низького) і забороняє їх змішування	Допускає змішування стилів
Мета промови – переконання шляхом доказу	Мета промови – досягнення згоди за допомогою інформації та впливу

Неориторика стає **теорією переконуючої комунікації**. Ось чому сьогодні, більш ніж коли-небудь, кожен член суспільства потребує широкої



освіченості, опанування мовної культури, які дозволять ефективно вести справи, відстоювати свою думку, успішно рухатися до мети.

У сучасному світі існує багато шкіл, центрів, факультетів, кафедр, які займаються проблемами ораторського мистецтва, риторики, еристики (мистецтва вести спір, полеміку). Всесвітньо відомими стали імена Поля Сопера, Дейла Карнегі, їх послідовників у різних країнах, які формують риторичну культуру політиків, бізнесменів, юристів, рекламних агентів, учителів, акторів. Школи бізнесу США, Японії, Західної Європи велику увагу приділяють формуванню комунікативної та ораторської культури своїх ділових кадрів.

### **3. Шляхи формування сучасного оратора.**

Формування творчої риторичної особистості, яка ефективно володіє словом, відбувається протягом усього життя. Чи можна навчитися виступати публічно, якщо ти не маєш такого досвіду? Ні. Це так само, як не можна навчитися керувати автомобілем, якщо ти не сидів за кермом жодного разу. Повсякчасна робота над собою як людини, що діє словом, є результатом успіху. Відтак риторична особистість повинна:

- 1) дотримуватися норм сучасної мови;
- 2) уміти переконливо виступати;
- 3) бути добре обізнаною із засадами психології;
- 4) уміти співпрацювати з іншими.

#### ***Питання для самоконтролю:***

1. Чому риторика є гуманітарною дисципліною? Чому відбулося повернення риторики до ЗВО, політичного, громадського життя?
2. Коли і де зароджується риторика? Хто є найвидатнішими ораторами всіх часів і народів?
3. Розкрийте роль і значення Києво-Могилянської академії в розвитку риторики на українських землях.
4. У чому полягає специфіка неориторики?
5. Розкрийте шляхи формування сучасного оратора.

### **Лекція 2. Загальні правила підготовки промови.**

*Мета:* окреслити підходи до розуміння основних категорій риторики.

#### **План**

1. Основні категорії риторики.
2. Складові риторики
  - 2.1 Поняття інвенції.
  - 2.2 Диспозиція.
  - 2.3 Елокуція та орнамент.

#### **1. Основні категорії риторики.**

*«Слово є великий володар, що, маючи зовсім непомітне тіло, творить*

*дива»*, – цей вислів належить теоретикові ораторського мистецтва, давньогрецькому софістові *Горгію*. Антична традиція розцінювала риторику як науку переконувати словом, майстерністю мови. На думку античних ораторів, риторика має триєдину основу:

- 1) моральність;
- 2) мудрість (істина);
- 3) артистизм.

*Аристотель* створив учення про **етос, пафос і логос** – основні категорії наукової риторики.

**Етос** – це доцільність промови, її відповідність моральним очікуванням слухачів, які можуть або сприйняти її або заперечити. Він передбачає повагу до слухачів.

**Пафос** – це задум творця промови, що розгортається перед слухачами, позиція промовця, його переконання.

**Логос** – мовні засоби, а також логіка.

Таким чином, етос – це *моральна* основа промови, пафос – це засоби впливу на аудиторію – *психологічний* аспект, логос – це ідея, *логічний* аспект промови. Будь-яка промова становить собою єдність етосу, пафосу та логосу.

## 2. Складові риторики

### 2.1 Поняття інвенції.

*Яку послідовність передбачає робота над промовою? Із чого почати, якщо треба створити текст публічної промови?* Відповідь на ці питання дає **античний риторичний канон**, що слугував певною схемою роботи над промовою. Отже, **складові риторики**:

**Інвенція** – «винайдення думки», підготовка змісту промови. На цьому етапі оратор порушував питання: *що сказати?*

**Диспозиція** – розташування частин, робота над композицією промови. На цьому етапі оратор порушував питання: *де сказати?*

**Елокуція і орнамент** – вираження і прикрашання. Це етап редагування промови, коли оратор шліфує текст і добирає художні засоби, тропи. На цьому етапі оратор порушував питання: *як сказати?*

**Меморія** – запам'ятовування підготовленого тексту, тренування пам'яті. Її високої готовності – *як запам'ятати?*

Ці частини складають *докомунікативний етап* риторичної діяльності.

**Акція**, або виголошення – спілкування оратора з аудиторією, кульмінація всієї ораторської діяльності. Акція становить *комунікативний етап* – *як виголосити?*

На цьому античний риторичний канон закінчується, але сучасна риторика вважає, що повинен бути виділений ще один етап – **рефлексія** – роздуми над виголошеною промовою, аналіз позитивних і негативних моментів. Це *посткомунікативний етап* риторичної діяльності.

Англійський афоризм говорить: *є люди, яких неможливо слухати; є люди, яких можна слухати; є люди, яких не можна не слухати*. Досвід показує, що людей, що належать до першої категорії, найбільше. Вони не

можуть висловити свою точку зору й донести її до загалу. Завдяки риториці можна навчити людину правильно висловлювати свої думки. Утім, щоби стати людиною, яку неможливо не слухати, треба самому працювати над собою, критично аналізувати свої публічні виступи, щоби під час наступної промови уникнути певних недоліків.

Уявімо ситуацію: вам доведеться виступити з публічною промовою... Із чого почати? Найчастіше людина береться похапцем опрацьовувати літературу, причому надає перевагу науково-популярним виданням та періодиці. Потім із прочитаного обираються найбільш виграшні моменти, із яких складається текст промови.

### **Види і вибір тем**

Під час підготовки промови на докомунікативному етапі риторичної діяльності визначається **тема** майбутнього публічного виступу. Чітке і конкретне формулювання теми суттєво полегшить подальшу роботу, оскільки дозволить зосередитися саме на тому аспекті проблеми, який буде розглядатися у промові. *Про що буде виступ?* «Про смачну та корисну їжу», «Про переваги нової системи тренувань» тощо.

Часто радять формулювати тему цікаво для слухачів, створювати так званий рекламний заголовок. Утім, у більшості випадків тема виступу не повідомляється (мітингова промова, промова на зборах, ювілейна промова). Проте і в таких випадках тема промови має бути сформульована для себе.

Оратор керується такими вимогами, уточнюючи тему виступу:

1) тема повинна бути актуальною та цікавою як для оратора, так і для аудиторії;

2) тема повинна бути сформульована вузько й конкретно. Це важливо тоді, коли ви обмежені часовими рамками. Наприклад, тема не може виглядати так: «Про роботу бібліотеки», адже ви не збираєтеся висвітлювати всі аспекти цієї роботи. Краще так сформулювати: «Про необхідність змінити режим роботи бібліотеки»;

3) автор повинен усвідомити мету промови і підпорядкувати їй зміст і побудову промови;

4) оратор повинен бути компетентним у цій темі, добре обізнаним із нею;

5) не переобтяжувати назви промови спеціальними термінами та професіоналізмами, які можуть бути незрозумілими аудиторії;

6) порушувати треба тільки ті теми, обговорення яких передбачає практичну користь.

Наприклад:

*Проблеми української медицини XXI століття.*

Отже, вміння точно сформулювати тему свого виступу допомагає передусім під час роботи над промовою.

### **Поняття про стратегію та тактику виступу**

Докомунікативний етап риторичної діяльності передбачає не тільки формулювання теми, але й створення **стратегії** – системної побудови програми впливу на конкретну аудиторію, тобто це *система дій*. Стратегія

характеризується динамічністю, гнучкістю, варіативністю. Прикметно, що на кожну аудиторію вибудовується своя система дій.

Стратегія дій становить таку послідовність:

1) **визначення цільової установки** – *що я хочу одержати, чого домагаюся від аудиторії*. Вона містить два компоненти:

а) **завдання** – що треба пояснити, розтлумачити, аргументувати і в чому переконати;

б) **надзавдання** – термін увів К.Станіславський – спонукання аудиторії до певної дії.

Завдання та надзавдання не є тотожними поняттями, оскільки людина може сприйняти ідею іншої людини, але нічого не зробити для її реалізації;

2) **вичленування питань, розрахованих на певну аудиторію** – проаналізувати питання, орієнтовані на аудиторію;

3) **формулювання тези** – *основної думки промови, що потребує аргументації*. Найчастіше носить суперечливий характер. Теза в промові одна, тобто в кожній промові є лише одна головна думка.

Приклади тези:

*Сьогодні вітчизняна медицина перебуває в складному становищі.*

**Тактичний етап** роботи над промовою передбачає, що оратор добирає той матеріал, ті аргументи, що покликані обґрунтувати істинність тези. Мета аргументації – формування переконання аудиторії.

*Види аргументів:*

1) природні (це свідчення людей, які були присутні під час події і володіють інформацією, а також документи):

а) свідчення людей;

б) свідчення самого оратора;

в) посилення на загальний досвід (кропива кусається);

2) штучні (докази, які зв'язані з необхідністю мислити – логічні докази – індукція, дедукція).

### **Добір матеріалу. Вимоги до змісту**

Д. Карнегі радить за тиждень обрати тему, а потім роздумувати над нею і вдень і вночі, обговорювати її зі своїми друзями, ставити собі різні питання, що стосуються теми, записувати на шматках паперу всі, що приходять в голову, ідеї і приклади, які їх підтверджують, і весь час займатися пошуком нових. Адже справжня підготовка – не механічний запис на папері якихось фраз і їх заучування. Справжня підготовка полягає в тому, щоб відшукати щось у своєму мозку, зібрати і вибудувати в потрібному порядку власні думки, сформулювати власні переконання.

Поль Л. Сопер називає **чотири джерела збирання матеріалу**:

1) особистий досвід;

2) роздуми і спостереження;

3) інтерв'ю і бесіди;

4) читання.

### **2.2 Диспозиція.**

Для успішного публічного виступу недостатньо вивчити літературу з

обраної теми, знайти цікаві відомості, зібрати переконливі факти, цифри, приклади. Треба подумати, як розмістити цей матеріал, у якій послідовності його викладати. Перед оратором виникає ряд питань: як почати промову, якими словами завершити її, як завоювати увагу слухачів до кінця. Саме тому треба приділити посилену увагу *композиції промови*.

**Композиція промови** – від лат. *compositio* – складання, створення – це побудова виступу, співвідношення його окремих частин і відношення кожної частини до всього виступу як єдиному цілому.

Уявімо ситуацію, що оратор повинен був виступити з інформаційним повідомленням на тему «Чемпіонат світу з футболу 2010». Цілком логічно, що аудиторія очікувала почути розповідь чемпіонат із футболу, що проходив на африканському континенті 2010 року. Однак цього не сталося. Протягом 8 хвилин доповідач розповідав про історію чемпіонатів із футболу, і на виклад основної теми йому залишилося лише 2 хвилини. І хоча доповідач розказував цікаво, але слухачі залишилися незадоволеними, оскільки їх сподівання не справдилися. Через неправильну побудову промови, порушення співвідношення між частинами виступу ораторові не вдалося реалізувати цільову установку, виконати поставлене завдання.

Основою композиції є **план** – це взаємне розташування частин, коротка програма певного викладу.

Промови, написані без попереднього плану, як показує досвід, зазвичай мають недоліки.

На різних етапах підготовки промови складають різні за метою і призначенням плани. Після вибору теми складають *попередній план*. Він відображає власне рішення оратором теми виступу, його особистий підхід до цієї проблеми. Крім цього, важливо відразу визначити, які конкретно питання ви будете висвітлювати у промові.

Після того як вивчено літературу, обдуману тему, зібрано фактичний матеріал, складають *робочий план*. Під час його написання необхідно не тільки виділити питання обраної теми, але й відібрати з них найсуттєвіші. Робочий план передбачає формулювання окремих положень, наводяться приклади, перераховуються факти, цифри, які будуть використані під час промови.

**Основний план** називає питання, які буде висвітлено у виступі. Під пишеться зазвичай не для оратора, а для публіки, щоби полегшити їм процес сприйняття промови.

Формулювання пунктів основного плану повинні бути чіткими та зрозумілими. Цей план повідомляється слухачам після оголошення теми виступу чи у вступі під час розкриття мети промови. Утім, треба мати на увазі, що план промови не завжди оголошується.

**За структурою** плани бувають *простими, складними, цитатними*.

**Простий план** складається з кількох пунктів. Простий план можна перетворити на *складний*, для чого необхідно його пункти розбити на підпункти.

У складному плані виділяють вступ, головну частину та заключну

частину. Під час складання плану виступу необхідно врахувати основну вимогу – він повинен бути логічно витриманим, послідовним.

**Цитатний план** – план, який побудовано за допомогою цитат, які конденсують суть питання.

Після написання плану ораторові необхідно попрацювати над побудовою окремих частин своєї промови. Як відомо, з античних часів найбільш розповсюдженою структурою усного виступу є трьохчастинна, яка складається зі *вступу*, *головної частини*, *висновку*. Кожна частина має своє призначення і свої специфічні риси, що визначають її сутність.

Наприкінці XIX ст. *Герман Ебінгауз* виявив **закон межі** – краще запам'ятовується інформація, яка звучить на початку та в кінці. Вступ і заключна частина мають власні функції і завдання в загальній структурі.

**Вступ** – перша частина в композиції промови, що становить собою кілька початкових зауваг. У вступі оратор повинен:

- 1) показати себе людиною, якій можна довіряти, зацікавленою справою;
- 2) налаштуватися самому й налаштувати публіку;
- 3) підготувати аудиторію до сприйняття.

Удалим у плані побудови вступу можна визнати початок промову, в якій автор формулює проблему (Квінтіліан: «Корисніше навчати хлопчика вдома чи в училищі»).

Із класичних часів виділяють два типи початків: **природний і штучний**.

**Природний вступ** – **принципіум** – вступ, у якому оратор без попередньої підготовки вводить слухачів у курс справи. Різновидами такого вступу можна вважати:

- 1) повідомлення причини, що змусила оратора вийти на трибуну;
- 2) повідомлення мети виступу;
- 3) обґрунтування теми виступу;
- 4) порушення проблеми;
- 5) указівка на односторонність;
- 6) історичний огляд.

**Штучний вступ** – **інсинуація** – це вступ, який, на перший погляд, не пов'язаний за змістом з основною частиною. Такий вступ можна використати для недобррозичливої, критично налаштованої аудиторії, яка є неуважною, незібраною. Різновиди штучних вступів:

- 1) притча, легенда, казка;
- 2) афоризм;
- 3) аналогія;
- 4) іронічне зауваження або жарт;
- 5) питання філософського характеру.

**Раптовий вступ** – **ексабрупто** – вступ, під час якого оратор, схвильований певною подією, починає промову неочікувано. Класичний приклад – промова Цицерона проти Катиліни – «Доки, Катиліно, будеш зловживати нашим терпінням?»

Уже у звертанні до аудиторії закладений своєрідний код взаємостосунків між промовцем і слухачами, встановлюються “правила гри”, яких і буде

дотримуватися ритор. Ресурси звертань в українській мові величезні: *громадяни, панове, товариші, пани-товариші, друзі, земляки, брати, братове, колеги, шановні присутні* та ін.

Можна навести багато прикладів цікавих вступів видатних ораторів, досвідчених лекторів. Наприклад, одна з лекцій починалася цитуванням: “Наша молодь любить розкіш, вона погано вихована, вона насміхається з керівництва і зовсім не поважає літніх людей”, “Наш світ досягнув критичної стадії. Діти більше не слухають своїх батьків, напевно, кінець світу вже не за горами”, “Я втратив будь-які надії стосовно майбутнього нашої країни, якщо сьогоднішня молодь завтра візьме у свої руки управління, бо ця молодь неможлива, невитримана, просто жахлива”.

Коли частина слухачів аплодисментами підтримала висловлені думки, лектор назвав імена авторів цитат: Сократ (470–399 рр. до н. е.), єгипетський жрець, що жив за 2000 р. до н. е., Гесіод (720 р. до н. е.), таким чином підкресливши вічність проблеми батьків та синів.

Щоб знайти цікавий початок, треба багато працювати, думати, шукати. При цьому слід враховувати і склад аудиторії, і ступінь її підготовленості.

**Основна частина** повинна розвивати те, що окреслено у вступі, у ній викладають суть справи. Відбувається це, як правило, у традиційній формі чергування тези й аргументу як композиційних одиниць ораторської промови.

Теза – це положення, істинність якого мусить бути доведена. У тезі міститься думка, яка повинна бути обов’язково сприйнята аудиторією. Аргумент покликаний підтвердити достовірність (об’єктивність, науковість) тези, закріпити ціннісну орієнтацію слухачів. Співвідношення тези і аргументу – це, по суті, послідовний рух від дедуктивності до індуктивності.

Способи розгортання основної частини:

**Паралельний спосіб** – виклад, при якому основні питання викладу автономні і рівноправні.

**Хронологічний спосіб** – виклад, при якому окремі питання виступу знаходяться у відношеннях часового зв’язку.

**Логічний спосіб** – окремі питання виступу знаходяться у відношеннях причиново-наслідкового зв’язку. Реалізується в судженнях – *індуктивному та дедуктивному*. Як відомо, прославлений Шерлок Холмс вважав своїм найулюбленішим методом роздумів саме дедукцію. У випадку використання дедукції оратор будує промову таким чином: *теза – доказ або її заперечення – висновок*.

**Заключна частина** промови може містити коротке резюме. Стандартним завершенням було знамените *Dixi*, тобто «Я сказав». Більш повно формула звучить так: «Я сказав і цим полегшив душу» («*Dixi et animam meam leavi*»). Джерело цього звороту – Біблія. Аналогічну функцію виконує вислів «Дякую за увагу».

Із завершень промов в історію увійшли слова *Катона Старшого*, який кожен промову завершував закликом: «Крім того, я стверджую, що Карфаген повинен бути зруйнованим».

*Якою є мета оратора в заключній частині?*

- 1) підсумувати ідеї промови;
- 2) загострити проблему;
- 3) висунути конкретну пропозицію;
- 4) висловити побажання аудиторії.

*Засоби виразності, які можна використати в заключній частині:*

- 1) цитати;
- 2) порівняння;
- 3) парадокси;
- 4) гасла.

Отже, заключна частина повинна бути пов'язана з попереднім викладом. посилювати враження публіки.

**Недоліки композиції:**

- 1) порушення логічної послідовності (нехтування триєдиною структурою промови вступ – основна частина – заключна частина);
- 2) перевантаження тексту теоретичними роздумами;
- 3) шаблонна побудова орації.

### 2.3 Елокуція та орнаменту.

**Елокуція** – створення висловлювання на рівні власне тексту, тобто словесної тканини твору. **Орнаменту** – прикрашання промови.

Ефективність промови визначається не тільки її зрозумілістю для публіки. Здатність оратора емоційно впливати на аудиторію відбувається через **образність** – вживання слів, що переосмислюються у тропях та фігурах.

Одним із найулюбленіших тропів досвічених мовців є **метафора**, яка базується на непрямому значенні слова (людина моркву гризе – *вечір моркву гризе*; пливе людина – *пливе нудьга*). Перенесення ознак і властивостей одного явища на інше за схожістю забезпечує більшу асоціативність, виразність, глибше усвідомлення того, про що йдеться у тексті. Особливий риторичний ефект досягається тоді, коли у тексті межує пряме і переносне значення слова: «... американці свого часу запускали з мису Канаверал дослідну станцію з якимсь особливо потужним **телескопом** <...> Таким **телескопом**... повинен бути весь комплекс гуманітарних наук, з літературою, освітою, мистецтвом...» (Л. Костенко).

Метафору не слід ототожнювати з **метонімією**, переносне значення якої здійснюється на основі суміжності: «*Що повинна була відразу зробити Україна? Насамперед – об'єктивно оцінити ситуацію...*» (Л. Костенко). Різновидом метонімії є **синекдоха** – троп, заснований на кількісному зіставленні предметів та явищ: «*Кругом Січі запорожця москаль облягає*» (Т. Шевченко).

Помітне місце серед тропів посідає **порівняння**, яке ґрунтується на зіставленні предмета та образу. Основна мета його введення у текст промови – привертання уваги до предмета, зменшення дистанції між образом і предметом. Часто такі порівняння стають афористичними висловами: «*Книги*



– *морська глибина*» (І. Франко). Утім, правильному використанню цих засобів треба вчитися, не актуалізувати порівняння заради порівняння.

Серед «квітів красномовства» виділяють фігури, серед яких у риторичній діяльності найбільш послідовно вживаються такі: градація, антитеза, інверсія, повтор, риторичні запитання.

Поступове нагнітання засобів художньої виразності задля підвищення чи пониження емоційно-сислової значущості називається **градацією** («*Тиждень, місяць, рік проходить, / Так хлоп'яти й слід пропав*» (М. Кононенко)). Інколи ця фігура поєднується з анафорою, як це спостерігаємо у славнозвісному афоризмові Юлія Цезаря: «*Veni, vidi, vici*» («*Прийшов, побачив, переміг*»). Відзначимо, що в риторичній градації може слугувати підґрунтям для побудови всієї промови.

Композиційним елементом виступу може бути й **антитеза** – стилістична фігура, яка передбачає заперечення тези. Основою антитези є контраст – як зовнішній, так і внутрішній: «*Було колись в Україні / Ревіли гармати... / Минулося, осталися / Могили по полю*» (Т. Шевченко).

Ефективність емоційного впливу на аудиторію забезпечує **інверсія** – зумисне неправильний порядок слів. Така перестановка лексем дає змогу акцентуаційно виділити одну з них: «*Ще момент – і Єгошуї крик / Гирл сто тисяч повторить*» (І. Франко).

Як і попередні фігури, **повтори** часто виконують композиційну функцію у тексті: «*Ми вже чули сьогодні, що ця мова ще не стала державною. Не стала для уряду, не стала для урядовців, не стала для багатьох депутатів, які тут виступають*» (Ю. Кармазін). Одним із різновидів повтору є **анафора** – повторення слів, звуків, що вживаються на початку. Важливо, що анафора виступає стилістичним прийомом градації: «*Тричі крига замерзала, / Тричі розтавала, / Тричі наймичку у Київ / Катря проводжала...*» (Т. Шевченко). Протилежним прийомом є **епіфора** – повтор, що зустрічається в кінці речення. Основна мета вживання цієї фігури як у поетичному творі, так і в риторичному тексті – увиразнення мови: «... *А Ярина, / Мов тая ялина / При долині, похилилась, / Мовчала Ярина...*» (Т. Шевченко).

Однією з найулюбленіших стилістичних фігур ораторів є **риторичне запитання**, яке порушується не з метою отримання відповіді, а є своєрідною ствердною позицією мовця. Його слід розглядати як ефективний прийом промови. Лекція Л. Костенко «Гуманітарна аура нації, або дефект головного дзеркала», яку вона прочитала в Національному університеті «Києво-Могилянська академія» 1 вересня 1999 р., значною мірою побудована на риторичних запитаннях. До вашої уваги пропонуємо такий уривок, у якому риторичне запитання емоційніше впливає на слухача з огляду на сполучення з анафорою: «*А яку історію можна читати без брому?.. Що, історію Англії можна читати без брому? Коли королева Марія Католицька, так і названа Кривавою, страчувала протестантів?.. Чи історія Франції, з її Варфоломійвською ніччю, з кривавим термідором? Чи давній Рим з його гладіаторами, з його цирком, де леви на арені роздирали християн?.. Чи, може, в Італії Данте не був вигнанцем, а Торквато Тассо не збожеволів?..*»

Такими є основні аспекти найважливіших етапів риторичного канону з часів Давніх Греції та Риму до ораторського мистецтва наших днів.

### ***Питання для самоконтролю:***

1. Які основні категорії наукової риторики виділив Аристотель? Чому будь-яка промова становить собою єдність етосу, пафосу, логосу?
2. Яку послідовність передбачає робота над промовою? Що таке докомунікативний, комунікативний та посткомунікативний етап риторичної діяльності?
3. Що таке античний риторичний канон?
4. Як можна потрактувати вислів Сервантеса в контексті підготовки оратора до промови: «*Той, хто добре підготувався до поєдинку, переміг на половину*»?
5. Що таке тема виступу? Якими вимогами повинен керуватися оратор, обираючи тему промови?
6. Що таке стратегія виступу? Що входить до стратегії виступу?
7. Що таке теза виступу? Скільки тез може бути в одній промові? Чи завжди теза є істинним поняттям, чи може бути й хибним судженням?
8. Що передбачає тактичний етап роботи над промовою?
9. Що означає поняття «резервні знання», введене *Дейлом Карнегі*?
10. Чи обов'язковим елементом підготовки до виступу є попереднє складання тексту промови? Чому?
11. Як ви розумієте такий компонент риторичного канону, як диспозиція?
12. Що таке план? Розкажіть про попередній, робочий та основний плани?
13. Що таке теза? Як вона співвідноситься з аргументами?
14. Що таке заключна частина промова?

### **Лекція 3. Публічний виступ.**

**Мета:** закріпити та поглибити знання про поняття «оратор» та «аудиторія».

#### План

1. Публічний виступ.
2. Образ оратора. Типи ораторів.
3. Образ аудиторії. Контакт оратора з аудиторією.

#### **1. Публічний виступ.**

**Публічний виступ** – один із видів професійного усного мовлення, що відбувається у формі монологу оратора перед слухачами. Його мета – переконати аудиторію, вплинути на неї за допомогою переконливих аргументів. Варто зазначити, що виступ пов'язаний не тільки з актом його виголошення. Невипадково французам належить афоризм: «Найкращий експромт – це той, який добре підготовлений». На перший погляд, він має

парадоксальний характер, адже суперечить здоровому глузду. Утім, цей крилатий вислів показує, що невід'ємним складником успішності промови є її підготовка, до якої варто поставитися належним чином. Правила, яких варто дотримуватися промовцеві під час виступу:

1) Необхідність опанувати себе, подолати страх перед аудиторією. Чому людина боїться виступати публічно? Витоки – у психології самого доповідача. Дехто програмує себе на невдачу наперед: його не зрозуміють, з нього будуть глузувати у випадку якогось недоречно сказаного слова, він має комплекси щодо зовнішнього вигляду чи особливостей мовлення тощо. Долати так звану «акторську лихоманку» варто за допомогою різноманітних методик (фахівці пропонують як психологічні вправи, так і фізичні). Вибір способу боротьби зі страхом виступу – за людиною: дієвий для одного фахівця може виявитися неефективним для іншого.

2) Дотримуватися мовленнєвого етикету. Тексту промови має передувати привітання з аудиторією, закінчувати виступ варто фразою «Дякую за увагу».

3) Необхідність дотримуватися регламенту – «золотого» правила будь-якого виступу. Наприклад, у різноманітних науково-комунікативних заходах під час пленарного та секційного засідань повідомляють про це завчасно. Як бути в ситуації, якщо текст Вашого виступу не вкладається у визначений регламент? Треба виявити повагу до присутніх, не зловживати їхнім часом: під час виступу зорієнтуватися й скоротити доповідь, при цьому не зруйнувати її композицію.

4) Виступати краще з опорою на текст: наявність зорового контакту – передумова будь-якої взаємодії.

5) Стежити за зовнішніми проявами присутніх, уміти правильно реагувати на них (неуважність, роздратованість, утомленість, незацікавленість аудиторії). Часто оратор спостерігає незацікавленість з боку аудиторії. Як можна повернути увагу слухачів? Виділяємо кілька способів:

- а) уміле використання інтонації;
- б) можливість поставити риторичне запитання;
- в) використати доречний жест;
- г) елемент гумору;
- г) невеличкий відступ від теми.

6) Дотримуватися принципу доброзичливості щодо присутніх: неповага оратора до слухачів обов'язково обернеться проти доповідача.

7) В умовах сьогодення публічний виступ тільки виграє, якщо фахівець запропонує правильно побудовану мультимедійну презентацію.

8) Текст промови має ґрунтуватися на достовірних даних, щоб не вводити в оману присутніх.

9) У разі виникнення непередбачуваної ситуації реагувати відповідно до етикету: не робити зауваження присутнім щодо неналежної поведінки, не переходити на особисте, не ображати.

10) Вербальне спілкування варто доповнювати доречними невербальними засобами. Разом з цим не слід ними зловживати: намагайтеся

дотримуватися «золотої» середини.

11) Необхідність виступати легко, невимушено, щиро.

12) Встановити духовний контакт з присутніми. Не використовувати надмірну кількість компліментів аудиторії: повагу завойовують в інший спосіб.

13) Забезпечити безперервність свого виступу: неможливість доповідача відволікатися на сторонні справи (наприклад, відповідати на телефонний дзвінок).

14) Виступ має бути живим, натхненним, оригінальним. Не варто копіювати чийсь стиль.

Докомунікативний та комунікативний етапи тісно пов'язані з посткомунікативним. Уміння самоаналізувати успішність публічного виступу розвиває критичність мислення доповідача. Воно важливе з огляду на перспективу комунікативної діяльності. Аналіз ефективності виступу має складатися з визначення його вдалих (виграшних) та невдалих (програшних) елементів. Варто пам'ятати: мета будь-якого публічного виступу – переконати аудиторію за допомогою прийнятних способів (аргументів). Процес переконування виключає маніпулятивні способи впливу.

## 2. Образ оратора. Типи ораторів.

Необхідність виділити різні типи ораторів спостерігалася ще за античних часів. Зокрема, *Цицерон* розрізняв такі типи ораторів:

- 1) красномовні;
- 2) стримані;
- 3) помірні (середина між 1-ми та 2-ми).

Свого часу академік *І. П. Павлов* обґрунтував наявність 2 типів нервової діяльності – художнього і мисленнєвого, що дає змогу виокремити відповідно такі типи ораторів:

- 1) оратори, які впливають на слухача емоційністю;
- 2) оратори, для яких основний засіб майстерності – логіка роздумів.

На сучасному етапі розвитку риторики немає усталеної класифікації типів ораторів, тому кожна з нижченаведених має право на існування.

*Г. Асперян* виділяє 3 стилі красномовства:

1) раціональний стиль (характеризується крайньою аргументованістю та доказом головних положень);

2) емоційно насичений та темпераментний (виражається ораторська суб'єктивність);

3) синтетичний (поєднує 1-й та 2-й).

*С. Іванова* вирізняла 4 групи ораторів:

1) емоційно-інтуїтивна група (її оратори говорять пристрасно, захоплено, використовують каламбури; найчастіше це холерики);

2) раціонально-логічна (оратори, чия емоційність залишається потайною від сторонніх поглядів; відзначаються ретельною та відповідальною підготовкою до виступу; сангвініки);

3) філософська група становить складність для характеристики; оратори

цієї групи відзначаються глибоким осмисленням явищ;

4) лірична (оратори цієї групи надають перевагу художнім образам, ніж логічним категоріям).

В основі класифікації С. Мінесвої лежить здатність / нездатність тримати тезу:

1) конструктивний оратор націлений на показ вирішення проблеми;

2) демагог – основне завдання – проявити себе, тези немає, говорить загальновідомі істини, використовує гасла;

3) популіст – орієнтується на аудиторію, намагається будь-що-будь сподобатися. Популістська програма реалізує «принцип айсберга» – звертає увагу на проблеми, що знаходяться на поверхні.

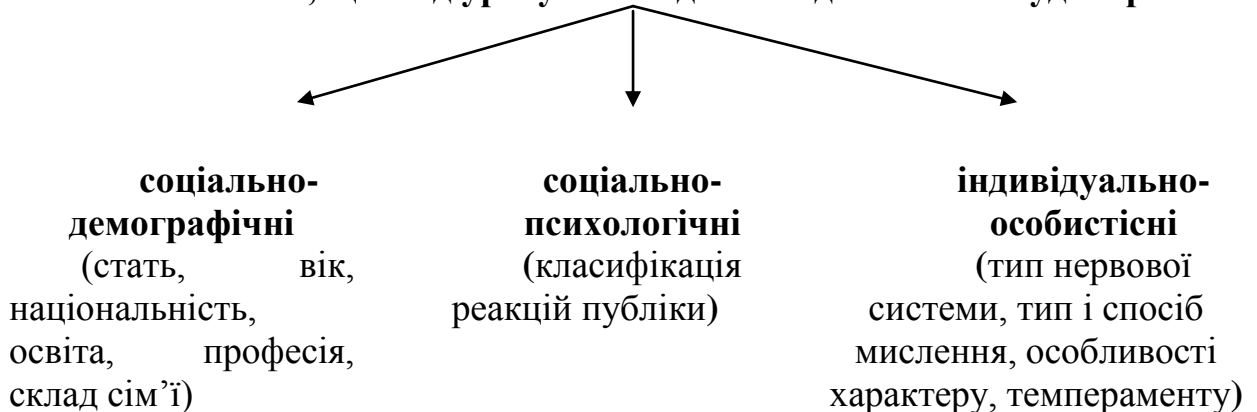
### 3. Образ аудиторії. Контакт оратора з аудиторією.

Найвищим рівнем спілкування суб'єкта (оратора) та аудиторії є *встановлення контакту*, що передбачає кропітку, системну роботу. Встановлення зв'язку між оратором та публікою передбачає реалізацію кількох етапів.

**Моделювання аудиторії** є передумовою встановлення контакту, що передбачає системне вивчення тих, на кого розраховується виступ. Вітчизняні та зарубіжні психологи звертають увагу на такі суттєві моменти встановлення контакту з аудиторією, як *оцінка ораторської ситуації* – позитивна чи негативна модель – із позицій оратора й аудиторії. Кожен із них прогнозує ситуацію, спираючись на свій досвід, інші індивідуальні особливості.

Моделювання аудиторії передбачає врахування кількох ознак, оскільки це складний процес.

#### Ознаки, що слід урахувати під час моделювання аудиторії:



Ораторові слід знати про існування своїх і чужих «зон небезпеки», вміти їх попередити, делікатно поводитися з метою максимальної нейтралізації їх дій. Крім того, аудиторія створюється не одразу. Потенційна аудиторія одностумців стає реальною в результаті поляризації, концентрації уваги слухачів. Тому досвідчений оратор прагне тримати в полі зору свою аудиторію, особливо її «небезпечні зони». Для цього оратор готує цікавий

набір фактів, гумористичних історій, змінює тональність розмови, виключає або адаптує складний матеріал.

При незбіганні оцінок із боку аудиторії та оратора слід зберегти здатність до вирівнювання психологічного клімату, ефективно діяти до кінця.

**Соціально-психологічні ознаки** спрямовані на розкриття внутрішнього світу людини. Зокрема, важливою ознакою є *ставлення публіки до предмета мовлення та суб'єкта*. Цю реакцію можна класифікувати за такими типами:

1) **байдужа реакція** (найчастіше внаслідок незацікавленості аудиторії)

2) **угодовська реакція**, яка полягає в тому, що аудиторія легко, без сумнівів, стає на позицію іншої людини, так само легко відмовляється й стає на бік третьої людини

3) **конфліктна реакція**, що характеризується сплеском негативних емоцій людини на дії оратора.

Джерела конфліктної реакції можна поділити на:

а) зовнішні – причини в іншому суб'єкті (зовнішній вигляд, манера говорити, окремі слова, ідейні міркування, неувага);

б) внутрішні – причина в самій людині (загострене самолюбство, завищена самооцінка, недостатня реалізація).

4) **конструктивна реакція** – установка на розуміння один одного, внаслідок чого з'являється атмосфера інтелектуального та емоційного співпереживання.

Запорукою успішної взаємодії оратора й аудиторії є **поведінка оратора і зміст його промови**. Якщо ви впевнено виходите на трибуну, то вже цим справляєте позитивне враження і показуєте віру в свої сили. Упевнено станьте за трибуну, розкладіть свої папери, почекайте, поки всі повсідаються.

Найвищим рівнем спілкування суб'єкта (оратора) та аудиторії є *встановлення контакту*, що передбачає кропітку, системну роботу. Встановлення зв'язку між оратором та публікою передбачає реалізацію кількох етапів.

*І. Томан* наголошує на таких моментах, що допомагають встановити контакт:

- 1) віднайдення спільних інтересів;
- 2) дружнє ставлення до людини;
- 3) рівність;
- 4) уважне слухання;
- 5) пристосування до поведінки іншої людини.

### **Питання для самоконтролю:**

1. Які загальні правила підготовки до виступу?
2. Розкрийте зміст основних класифікацій ораторів.
3. Що таке зовнішність оратора?
4. Розкажіть про вимоги до оратора.
5. Розкрийте зміст поняття «аудиторія».
6. Що таке контакт між оратором та аудиторією?
7. Як відбувається його становлення?

#### Лекція 4. Невербальні засоби спілкування оратора.

*Мета:* окреслити загальні підходи до поняття «невербальні засоби спілкування оратора», співвідношення вербальної та невербальної комунікації під час виступу.

##### План

1. Співвідношення вербальної та невербальної комунікації під час виступу.
2. Національні особливості невербальної комунікації.
3. Міміка.
4. Жестика.
5. Пантоміміка.

#### 1. Співвідношення вербальної та невербальної комунікації під час виступу.

Усім нам доводилося чути вислів: «Вони спілкуються різними мовами». Найчастіше його вживають у переносному значенні, підкреслюючи, що учасники комунікації не можуть порозумітися. Його пряма семантика полягає в тому, що кожен говорить своєю національною мовою. Для встановлення контакту між представниками різних держав запроваджено міжнародні мови. Утім, *існує ще одна зрозуміла всім, доступна мова – мова міміки, жестів, рухів тіла*. Дослідники схильні вважати, що **невербальна комунікація** передувала вербальній, тобто мова жестів та рухів виникла раніше, ніж слово. Вторинність вербального спілкування пояснюється тим, що для архаїчних ритуалів властивим було мовчання. Сьогодні пріоритети змінилися: говорять, що невербальні засоби є доповненням до вербальних. Проте несловесній комунікації можна довіряти більше, оскільки вона зумовлена підсвідомістю.

Науковці стверджують, що саме за допомогою невербальних засобів спілкування передається більше інформації (до 75%). Компетентний дослідник **А. Мерабян** стверджує, що найважливішу роль у комунікації відіграють три чинники:

- 1) що ми говоримо (7 %);
- 2) як ми говоримо (38 %);
- 3) мова нашого тіла (55 %).

Людина, яка вперше почула про таке відсоткове співвідношення, трохи здивована. Виявляється, змістовність нашої промови береться до уваги найменше. Учасник комунікації надає більшого значення інтонації, темпу мовлення, силі голосу, а також уважно стежить за мімікою, рухами та жестами оратора. Досвідченому інтерпретаторові достатньо кількох невербальних проявів, щоб окреслити загальний психологічний портрет такої людини.

**А. Піз** стверджує, що вербальний канал (словесний) використовується для передавання інформації, тоді як невербальний – для обговорення міжособистісних взаємин. Він зазначає, що невербальні засоби у 5 разів більше передають інформацію, ніж невербальні.

Інформація, яку передають у процесі спілкування вербальні та невербальні сигнали, може збігатися, а може – ні.

**Конгруентність** – відповідність вербальних сигналів невербальним, **неконгруентність** – невідповідність (наприклад, людина говорить що рада бачити присутніх, у цей же момент насуплює брови, робить злий вираз обличчя).

## 2. Національні особливості невербальної комунікації.

Жести пальців можуть стати посередниками між людьми, які спілкуються різними національними мовами. Зокрема, значення жестів, що зображають дії – пити, їсти, палити, стріляти – зрозумілі абсолютно всім людям. Проте інколи в один і той само жест представники різних культур укладають різне значення:

1) піднятий догори великий палець в Америці, Австралії, Англії та Новій Зеландії може означати спробу зупинити машину і «все добре»; у Греції – «замовчи»; в італійців – цифру «1»;

2) поворот указівного пальця біля скроні в Голландії – хтось сказав дотепну фразу; у слов'ян – про людину, яка несповна розуму;

3) стукіт указівним пальцем по носі в Італії – недовіра; в голландців – мовець або той, про кого говорять, – напідпитку;

4) складені півколом великий і вказівний пальці у США – «все добре»; на півдні Франції – «погано», «нуль»; у Японії – «дай небагато грошей».

Тому всі жести можна поділити на умовні та неумовні. **Умовні жести** застосовуються певними народами, певними соціальними чи професійними групами (віддавання честі у військових; кивання головою в українців – «так», у болгар – «ні»). **Неумовні жести** сприймають усі без попередніх пояснень. Серед них виокремлюють:

1) указівні жести, під час виконання яких оратор показує рукою місцезнаходження предмета («там», «тут»);

2) описувальні жести, які зображають характер руху (вимовив «кавун» – і описав рукою коло);

3) експресивні жести (жест погрози);

4) ритмічні жести зливаються з ритмікою звука, слова, підкреслюють весь його ритм (жест-диригент під час скандування слів);

5) наслідувальні жести, які відображають жести іншої людини («Він зробив головою ось так і сказав...»).

## 3. Міміка.

Знайомлячись із співрозмовником, ми, в першу чергу, звертаємо увагу не стільки на риси обличчя, скільки на його виразні рухи. Ф. Шіллер говорив: «Зі слів людини можна зробити висновок, якою вона намагається бути, але якою вона є насправді, доводиться здогадуватися по міміці». **Мімічні рухи** передають певні емоційні стани:

1) радості;

2) гніву;



- 3) здивування;
- 4) страждання;
- 5) страху;
- 6) презирства.

Встановлено, що представники різних культур та народів найчастіше виявляють однакові рухи м'язів обличчя. Утім, є деякі розбіжності. Для більшості європейців підняті брови означають подив, а в китайців символізують гнів; для американців усмішка – звичайна річ, що є еквівалентною фразі: «У мене все добре», – слов'яни нею схильні передавати радість. Американський психолог П. Екман вирізняє 18 типів усмішки, що дає підстави говорити, про складність цього мімічного руху. Утім, незалежно від рівня спілкування, усмішка на обличчі людини робить її ближчою до іншої.

#### 4. Жестика.

Набагато більше про співрозмовника може сказати його **жестикація**. Демосфен – найвидатніший оратор Давньої Греції – на запитання про те, що потрібно майстерному ораторові, відповідав: «Жести, жести, жести!». Вважають, що часті / нечасті жести говорять відповідно про імпульсивну людину, яка не приховує почуттів, та людину скуту, що не звикла звертати на себе увагу. У будь-якій ситуації жест повинен бути невимушеним та доречним, не варто зловживати такими засобами невербальної комунікації: занадто розмахувати руками, крутити та чухати ніс, схрещувати руки на грудях.

У спілкуванні найбільш поширеними є рухи за участі рук, яких нараховують понад дві тисячі. Доводять, що під час будь-якого виступу цілком виправданим виглядає жест руки від ліктя, що відповідає логічному наголосу й добре сприймається публікою. Жестом руки від плеча можна послуговуватися в момент найбільшого емоційного піднесення. Жест вище плеча можна застосувати один раз під час виступу як виняток. Найбільш уживаними жестами рук є такі:

- 1) руки, закладені за спину, – відмова від предметної активності;
- 2) показ долонь – символ відкритості;
- 3) пальці, стиснуті в кулак, – агресивний жест;
- 4) руки, схрещені на грудях, – прояв захисту;
- 5) закриття вух руками – небажання слухати;
- 6) руки на колінах – прагнення припинити бесіду;
- 7) рука біля щоки – поринання в роздуми.

#### 5. Пантоміміка.

Про впевненість / невпевненість, розкутість / скутість співбесідника може багато розказати **пантоміміка**. Із давніх-давен володар і підлеглий відрізнялися не тільки багатим / бідним одягом, але й специфічними позами, поставою, ходою. Як і раніше, людина, яка має високий соціальний статус, намагається підкреслити свою фізичну велич. А. Мерабян стверджує: «У

нашій культурі високий статус людини виявляється в... невимушеній позі й вільній манері спілкування. Для тих, хто стоїть нижче в ієрархічній драбині, навпаки, характерна скутість...». Отже, поза сприяє встановленню певних взаємин між людьми.

Швидкість руху індивіда багато в чому залежить від мети. Уважають, що:

- 1) хода широкими кроками говорить про активну життєву позицію людини;
- 2) шумна хода мислиться як нестриманість;
- 3) дрібні кроки – стриманість;
- 4) звичка тримати руки в кишенях у теплу пору року характеризує людину як критичну й таку, яка щось приховує.

Без сумніву, перерахувати всі пози та рухи оратора, на які накладається «табу», не можливо. Але, узагальнюючи досвід більшості дослідників у цьому питанні, можемо сформулювати найосновніші:

- 1) під час виступу не бажано занадто міцно триматися за кафедру, стілець, стіл;
- 2) перехилитися з-за кафедри, класти лікті на кафедру;
- 3) постійно переходити з однієї ноги на іншу;
- 4) притупувати ногою;
- 5) часто переміщатися з однієї частини сцени в іншу.

#### ***Питання для самоконтролю:***

1. Як ви гадаєте, що таке невербальна комунікація та яке її значення? Зробіть припущення, скільки відсотків інформації передається невербальними засобами спілкування.
2. Що таке конгруентність?
3. Розкажіть про національні особливості невербальної комунікації.
4. Що таке міміка та яке її значення в комунікативному акті?
5. Чим умовні жести відрізняються від неумовних?
6. Як ви розумієте таке поняття, як пантоміміка?

### **Лекція 5. Культура та етика спілкування.**

*Мета:* окреслити загальні підходи до поняття спілкування, розуміти етичні правила спілкування, мовленнєвого етикету.

#### **План**

1. Поняття мовленнєвої комунікації.
2. Етичні правила спілкування. Мовленнєвий етикет.
3. Умови ефективної мовленнєвої комунікації. Комунікативні невдачі.

***Ключові поняття і терміни:*** мовленнєва комунікація, мовленнєвий етикет, комунікативні невдачі.

#### **1. Поняття мовленнєвої комунікації.**

У Давній Греції однією з найтяжчих форм покарання ув'язненого був остракізм – заборона спілкуватися. Чому? Тому що людина не може жити без спілкування, ми покликані у спілкуванні.

Спілкування за своїм походженням і змістом – продукт вітчизняної науки. В англійській психологічній літературі поширене поняття «комунікація».

Отже, **комунікація** – це специфічна форма взаємодії людей у процесі їхньої пізнавально-трудова діяльності. Вона є головним елементом діяльності людини.

**Спілкування (комунікація)** – це обмін повідомленнями, інформацією, що подається у вигляді усних чи письмових текстів мовою, якою володіють співрозмовники, та здійснюється в мовленнєвих актах, різних за формою (діалог, полілог, монолог).

Учасником спілкування, крім мовця, є слухач, реальний чи уявний.

Будь-яка розмова, навіть випадкова, викликана *мотивом* і має певну *мету*. Головним мотивом комунікації виступає *потреба* людини як соціальної істоти в соціалізації, включенні її в соціальну структуру суспільства.

*Потреби* – це вимоги, які виявляють залежність людини від того, що їй необхідно для життя та діяльності.

*Мовленнєва комунікація*, виходячи із зазначеного вище, означає передачу інформації за допомогою мовлення – конкретної діяльності, що виражається у звуковій або письмовій формі.

Існують різні **моделі мовленнєвої комунікації**. Незалежно від форми та кількості осіб, що беруть участь у спілкуванні, модель мовленнєвої комунікації має **такі елементи**:

- 1) комунікатор (відправник інформації) – людина, яка передає інформацію;
- 2) реципієнт (одержувач інформації) – людина, яка сприймає інформацію;
- 3) повідомлення тексту в будь-якій формі.

Вирізняють ще дві моделі комунікації – **односторонню** (під час якої той, хто говорить, не отримує зворотного зв'язку) і **двосторонню** (під час якої слухач забезпечує тому, хто говорить, зворотний зв'язок, а потім сам стає тим, хто говорить).

На поведінку людини в процесі взаємодії з іншими людьми суттєво впливає **стиль спілкування**. На вибір стилю спілкування впливають багато факторів, зокрема, особистісні якості людини, її світогляд, освіта, соціальний статус тощо.

Залежно від готовності людини до комунікації в тій чи іншій ситуації виділяють **три стилі спілкування**:

- 1) міжгруповий (ритуальне спілкування);
- 2) діловий (авторитарний, демократичний, ліберальний, маніпулятивний);
- 3) міжособистісний (гуманістичний).

Головним завданням партнерів у **ритуальному стилі спілкування** є підтримка зв'язку із соціумом, підкріплення уявлення про себе як про члена суспільства. Наприклад, ми вітаємося зі знайомими та малознайомими людьми, говоримо про погоду, сміємося, скаржимося на побутові труднощі – це все елементи ритуального спілкування.

У **діловому спілкуванні** переважно вирішуються професійні завдання. Воно пов'язане з переконанням, навчанням, управлінням, досягненням мети виробничої діяльності тощо. Так, *маніпулятивне спілкування* передбачає досягнення мети шляхом нав'язування партнеру своїх стереотипів, які ми вважаємо найбільш вигідними в цей момент, та прагнення змінити точку зору співрозмовника.

Для *авторитарного спілкування* характерна влада одного співрозмовника над іншим.

*Демократичне спілкування* передбачає колегіальне прийняття рішень, заохочення активності учасників комунікативного процесу, поінформованість усіх про вирішувану проблему, способи виконання завдань, досягнення цілей.

*Ліберальне спілкування*, або поступливе, найчастіше полягає у вмовлянні співрозмовника. При такому спілкуванні партнери не виявляють ініціативи.

*Гуманістичне спілкування* – найбільшою мірою особисте спілкування, що дає змогу задовольнити такі людські потреби, як розуміння, співчуття, співпереживання.

## 2. Етичні правила спілкування. Мовленнєвий етикет.

У кожному суспільстві взаємини між його членами регламентуються **нормами** – сукупністю правил, закріплених традицією. Суспільство як цілісна складна соціальна система має встановити певні рамки одноманітної, стабільної поведінки індивідів. Саме такими рамками і є **етикет** – система правил зовнішньої культури людини, її поведінки, пристойності, гарного тону тощо. У суспільстві існує дві основні форми етикету: мовленнєвий і немовленнєвий. Вони тісно між собою пов'язані і взаємозалежні.

*Немовленнєвий етикет* як встановлений у суспільстві набір правил регулює нашу зовнішню поведінку у відповідності до соціальних вимог. *Мовленнєвий етикет* можна визначити як правила, що регулюють нашу мовленнєву поведінку. Це – сукупність значною мірою стандартизованих висловів, що складають собою стереотипи мовлення, готові формули з певною синтаксичною структурою й лексичним наповненням.

Мовленнєвий етикет є однією з важливих характеристик поведінки людини. Кожна нація має свою систему мовленнєвого етикету, що являє собою сукупність усіх можливих етикетних формул.

Споконвіку українському народу притаманні такі риси, як: доброзичливість, чутливість, людяність, моральність. Вироблена в Україні досить розвинута система мовленнєвого етикету – умовних стереотипів спілкування, в підґрунті має прагнення до порозуміння, злагоди, гречності.

Структура мовленнєвого етикету склалася на основі національних особливостей, під впливом різного роду психологічних, соціально-політичних, культурологічних факторів. Вона визначається такими **елементами комунікативних ситуацій**, як: звертання, привітання, прощання, вибачення, подяка, побажання, прохання, знайомство, поздоровлення, запрошення, пропозиція, порада, згода, відмова, співчуття, комплімент, присяга, похвала тощо.

Для кожного виду спілкування є свої встановлені **етичні правила**. Так, для ефективності ділового спілкування важливо, щоб його учасники зверталися один до одного на «Ви» (як до співробітників, так і до клієнтів).

### **3. Умови ефективної мовленнєвої комунікації. Комунікативні невдачі.**

Головною умовою ефективної мовленнєвої комунікації є **«мовленнєва майстерність»** – уміння користуватися всіма пов'язаними з мовою прийомами впливу на слухачів. У вузькому розумінні – це правильність, грамотність мови, тобто знання загальноприйнятих норм (правил) літературної мови.

Американський філософ мови **П. Грайс** розробив **принцип кооперації** – співпраці творця промови та її адресата, а також сформував **максими** успішної співпраці між учасниками комунікації:

- 1) **максима якості** – не говори того, в чому невпевнений; не говори неправди (говори завжди правду);
- 2) **максима кількості** – не говори більше, ніж треба; не говори менше, ніж треба (будь інформативним);
- 3) **максима релевантності** – не відхиляйся від теми (говори по суті);
- 4) **максима способу** – говори ясно, послідовно, точно, чемно.

Важливою умовою ефективності мовленнєвої комунікації є уміння оратора **вміло переконувати слухачів**. Питання про роль та значення переконуючого впливу в мовленнєвому спілкуванні розглядається багатьма спеціалістами. Проте найцікавіші результати отримали соціальні психологи, автори експериментальної риторики Йельського університету. Ідеться про так звану переконуючу комунікацію.

Публічний виступ перед аудиторією треба розглядати в єдності всіх його аспектів, як цілісний комплекс, що складається з чотирьох взаємопов'язаних **етапів**:

- 1) **докомунікативний** – формування методологічних принципів діяльності лектора, визначення позицій, добір і оцінювання матеріалу, що стане основою лекції;
- 2) **передкомунікативний** – підготовка виступу з певної теми.;
- 3) **комунікативний** – центральний у процесі спілкування. Це творча праця лектора в аудиторії. впливу на установки, знання, вміння слухачів, формування їхніх переконань;
- 4) **посткомунікативний** – визначення результативності зустрічі лектора з аудиторією. У процесі комунікації люди проявляють себе по-різному. Це

залежить від їх комунікабельності та контактності. Не можна виключати й комунікативних невдач, що виникають під час спілкування.

**Перешкод** у спілкуванні існує багато – і суб'єктивних, і об'єктивних. Вони можуть бути причиною комунікативних невдач оратора.

**Суб'єктивні перешкоди** – це такі, виникнення яких залежить від рівня підготовки оратора, знання ним предмета виступу, вміння визначати характеристику аудиторії тощо. Тобто ці перешкоди ніби задаються самим оратором, і для того, щоб їх здолати, треба краще готуватися до виступу.

**Об'єктивні перешкоди** – це такі, які змінити оратор не може, адже вони пов'язані з нашими психологічними властивостями, їх змінити неможливо, можна лише враховувати і знаходити єдиноможливі способи організації аудиторії.

Під час комунікації можуть виникати і специфічні **комунікативні бар'єри**. Вони мають *соціальний* або *психологічний* характер. Це може бути не тільки відсутність спільної мови й загального розуміння ситуації, а й соціальні, політичні, релігійні й інші відмінності, що можуть породжувати зовсім різну інтерпретацію тих само подій, а також різний світогляд. Такі бар'єри породжені об'єктивними соціальними причинами: належністю партнерів до різних соціальних груп чи класів, соціальним статусом, авторитетом та ін.

Комунікативні бар'єри можуть мати й суто психологічний характер.

### ***Питання для самоконтролю***

1. Що таке спілкування? Які функції воно відіграє в житті людини?
2. Чи тотожні поняття «спілкування» та «комунікація»?
3. Що таке ділове спілкування? Назвіть його різновиди.
4. Що таке етика та етичні правила спілкування?
5. Як етичні правила спілкування пов'язані з культурою спілкування?
6. Що таке толерантність у спілкуванні?
7. Яку роль відіграє дистанція між співрозмовниками під час спілкування? Назвіть її різновиди.
8. Схарактеризуйте особливості перешкод під час комунікації.

## **Лекція 6. Культура мовлення сучасного оратора.**

*Мета:* окреслити загальні підходи до поняття «культура мовлення оратора», розвивати культуру мовлення оратора.

### **План**

1. Поняття культури мови. Культура мови та риторика.
2. Основні поняття культури мовлення.

### **1. Поняття культури мови. Культура мови та риторика.**

*Із культурою мовлення* насамперед пов'язують уміння правильно говорити й писати, добирати мовно-виражальні засоби відповідно до мети і обставин спілкування.

*Культура мовлення* тісно пов'язана з нормами – сукупністю загальноновизнаних мовних засобів, що вважаються правильними та зразковими в певний час. Норми – складаються протягом усього періоду розвитку літературної мови і становлять загальноновизнані правила вимови, правопису, використання граматичних форм та словникового складу. Ці норми не зовсім однаково проявляються в писемній та усній формах мови. У писемній формі діє більше нормативних правил (додаються правописні норми), вимоги їх дотримання надзвичайно суворі. В усній мові можливість вибору більша, але з'являються вимоги щодо наголосу та вимови слів.

*Норма літературної мови* – це сукупність загальноприйнятих правил реалізації мовної системи, які закріплюються у процесі суспільної комунікації.

## 2. Основні поняття культури мовлення.

### Поняття багатства та різноманітності мови оратора.

Культура мови сучасного оратора реалізується через основні комунікативні ознаки. До комунікативних ознак культури мови належать: багатство і різноманітність, точність, логічність, чистота, доречність, достатність і ясність, образність, правильність мови.

Свого часу Людвіг Вітгенштейн – австрійський філософ – сказав: «Межі моєї мови – це межі мого світу». Відтак чим мізернішим є мій словниковий запас, тим нікчемнішим є я сам.

Чи часто ми задумуємося над тим, скільки тисяч лексем складають наш словниковий запас? Дослідники вважають, що середній запас слів мовця нараховує 6–9 тисяч, у той час як тлумачний словник української мови містить понад 130 тисяч слів. Щодня, спілкуючись із різними людьми, спостерігаємо, що словниковий запас деяких співбесідників мізерний. Про що це говорить? Передусім про низький рівень мовної культури, а значить, і загальної в цілому. За Н. Бабич, будь-яка людина, незалежно від фаху та роду діяльності, повинна дбати про **багатство та різноманітність мови**, що досягаються шляхом:

- 1) поповнення свого словникового запасу лексичними та фразеологічними ресурсами народної літературної мови;
- 2) активного звертання до багатих і різноманітних у лексичному плані текстів українських митців слова;
- 3) настанови на критичне сприйняття власної мови;
- 4) перманентного прагнення удосконалити і розширити межі своєї мови.

Про лексичне і фразеологічне багатство мови окремої людини можемо сказати по тому, наскільки довгі синонімічні ряди вона творить. Явище **синонімії** як утворення близьких за значенням слів дає змогу ораторові уникати невиправданих повторів. Крім того, освіченість будь-якого мовця полягає в доборі щодо конкретної ситуації спілкування слова із синонімічного ряду. Адже відомо, що синонімічний ряд містить як нейтральні лексеми, так і стилістично забарвлені. «Словник синонімів

української мови» подає такі близькі слова до лексеми «оратор»: *красномовець*, *златоуст* (заст. ірон.), *витія* (ірон.), *речник* (заст.), *трибун* (заст.) тощо. Якщо на рівні побутового спілкування можна послуговуватися усіма шістьма лексемами, то офіційно-ділова комунікація не передбачає використання стилістично маркованої лексики (зневажливе, згрубіле, жартівливе, лайливе, іронічне значення).

Фразеологічні синоніми відрізняються від лексичних своїм значенням, формою. Вони можуть уживатися разом із лексичними: *тісно – ніде яблуку впасти, ніде курці клюнути*.

Багатство мови оратора визначається не тільки різноманітністю лексем, але й значень. У лінгвістиці виділяють явище **полісемії** – закріплення за одним словом кількох значень. Так, слово «мова» вживається щонайменше у трьох значеннях, із яких перше – найбільш поширене:

1. здатність людини говорити, висловлювати свої думки; система звукових і словесно-граматичних засобів; манера говорити;
2. публічне виголошення певної інформації, міркувань;
3. словесний обмін думками між ким-небудь.

Знання цих значень забезпечить їх адекватне розуміння публікою.

Бідність мовного арсеналу визначається не тільки невмінням дібрати необхідний відповідник, але й постійним використанням штампів, джерелом яких найчастіше виступають **канцеляризми**. Останні розуміємо як слова та словосполучення, якими послуговується офіційно-діловий стиль: *висвітлити питання, невідкладне завдання, на сьогоднішній день*. Канцеляризми позбавляють мову природності, жвавості, можливості емоційно впливати на слухача. Неестетичність цього явища передав у творі «Наталка Полтавка» І. Котляревський (через пересипану канцеляризмами мову Возного).

#### **Точність та логічність мови.**

Багатство та різноманітність мови пов'язана з **точністю** – вживанням слова у відповідному йому значенні, яке закріпилося за ним на певному етапі розвитку. Адекватність слова й позначуваного ним предмета, явища навколишньої дійсності залежить від співмірності мовної культури оратора й аудиторії. Високий рівень підготовки учасників комунікації зекономить час мовця, щоб дібрати потрібне слово, і публіки, щоб сприйняти його значення без викривлень.

Найчастіше ця комунікативна ознака забезпечується правильним використанням семантики певної лексеми. Наприклад, у реченні «*Житель цього будинку – перед вами*» слово «*житель*» ужито в невластивому йому значенні (мешканець будинку, але житель України).

Потенційну небезпеку для нетямущого мовця становлять багатозначні слова, які вимагають точного контексту. Як можна сприйняти речення «*На столі – дзита*»? Двозначно: по-перше, що йдеться про іграшку, а по-друге, – про непосидючу людину. Відтак це речення потребує уточнення: «*На столі – дитяча дзита*»; «*на столі – усміхнена дзита*».

Не менш пильної уваги потребують **омоніми**. Однакове звучання й однакове / різне написання таких слів обов'язково вимагає контексту. У



реченнях «*Лама підійшов до мене*» і «*Лама підійшла до мене*» йдеться відповідно про буддійського монаха та тварину, що живе в Андах.

Точності мови сприяє й розрізнення **паронімів** – слів, які мають близьке звучання, але різне значення. Так, *економний* – *економічний* означають відповідно ощадливий та той, що стосується економіки; *ефект* – *афект* пов'язують із певним враженням та станом психологічного збудження; *мимохідь* – *мимохіть* розуміємо відповідно як ідучи, проходячи повз, та несвідомо.

Адекватність лексеми та її семантики залежить від порядку слів у реченні, що покликаний розставляти логічні наголоси. Усім добре відомий вислів: «*Буття визначає свідомість*». Особливість цього речення полягає в тому, що і суб'єкт, і об'єкт виражені однаковими звукоформами. Тому щоб уникнути двозначності, варто перебудувати його в залежності від того, що ми хочемо сказати: буття визначається свідомістю чи свідомість визначається буттям. Про значення точності в ситуації спілкування влучно сказав польський поет А. Міцкевич: «*Одного неточного... слова іноді досить, щоб зіпсувати все враження*».

Тісний зв'язок із точністю демонструє **логічність**, що визначається знанням і використанням законів мислення у процесі спілкування.

Найчастіше логічні помилки зумовлені лінгвістичним чинником – недбалим ставленням людини до мовного ресурсу.

Ораторові треба пам'ятати: щоб навчитися логічно висловлювати думки, треба розвивати своє мислення. Для цього намагатися критично аналізувати сказане з точки зору відповідності загальноприйнятим логічним законам. Пригадаймо, який комічний ефект справила фраза головного героя радянської стрічки «Службовий роман»: «*У мене хлопчик і хлопчик*». За законами логіки, її треба було би змінити на таку: «*У мене два хлопчики*».

#### **Достатність і ясність мови.**

На **достатності та ясності** мови оратора наголошував М. Сервантес: «*Подбайте про те, щоб усі слова ваші були зрозумілими, щоб кожне речення й кожний ваш період... передавали те, що ви хочете сказати; висловлюйтесь ясніше, не затуманюючи і не заплутуючи смислу...*». Отже, **достатньою** є така мова, що не викликає запитань щодо змісту, є зрозумілою для загалу; доступністю адресатові визначається **ясність**. Через ці комунікативні якості реалізується повага оратора до публіки. Якщо в цьому немає особливої потреби, не варто зловживати словами іншомовного походження, термінами, професіоналізмами. Безпідставне нагромодження незрозумілої лексики розцінюється як зарозумілість мовця й викликає питання: а чи усвідомлює значення таких слів сам оратор? Слушною в цьому контексті є думка С. Довлатова: «*Можна, роздумуючи про гідатопороморфізм, бути дурнем; і, навпаки: говорячи про смажені гриби, створити враження розумної людини*».

Ефективність промови визначається не тільки її зрозумілістю для публіки. Здатність оратора емоційно впливати на аудиторію відбувається через **образність** – уживання слів, що переосмислюються в тропях та

фігурах. Ще античні оратори особливу увагу надавали етапу елокуції – прикрашанню текстів. Піонером у цьому став Марк Туллій Цицерон, який у трактаті «Про оратора» виділив низку тропів та фігур: іронія, повтор, вибачення, самовиправдання, побажання, прокляття. Пізніше ці виражальні засоби класифікували та значно скоротили. На сьогодні в ораторській практиці найпоширеніше використовують такі тропи, як метафора, порівняння, епітети.

### **Правильність мови оратора як запорука успішності публічної промови.**

Усі вищеперераховані комунікативні якості мови підпорядковуються магістральній – **правильності**, що розуміємо як відповідність мови загальноприйнятим нормам та правилам. Часто нефахівці ототожнюють поняття «**норма**» та «**правило**». По-перше, вони тісно пов'язані, оскільки визначають рівень культури мови. По-друге, ці обидва поняття є категоріями історичними, які час від часу можуть змінюватися. Проте не завжди правила відбивають ту чи іншу норму, інколи їй суперечать (порівняймо правила правопису на вимову слова «вокзал»: вокзал [vɔgzál]).

Власне, мовна норма забезпечує цілісність і загальнозрозумілість літературної мови. Порухення норм може призвести до нерозуміння між учасниками спілкування, а це, у свою чергу, – до неефективної мовної комунікації. Відзначимо найтипівіші мовні помилки:

1) **фонетичні** – неправильна вимова окремих звуків чи комплексів (процес «акання», що розвинувся в українській мові під впливом російської [карóва]; м'яка вимова шиплячих [ч'óвен], [шч'о]);

2) **акцентуаційні** – неправильне наголошення слів (*випáдок*, *флюорографі́я*, *феноме́н*);

3) **лексико-фразеологічні** – уживання слів і фразеологічних конструкцій у невластивому їм значенні (*на протязі місяця*, *вірне питання*, *пам'ятник мистецтва*, *приймати участь*);

4) **морфологічні** – неправильно утворені відмінкові форми, ступені порівняння прикметників, визначено рід (*Пакистану*, *самий дбайливий*, *страшна кір*);

5) **синтаксичні** – порушення синтаксичних зв'язків між словами, неправильне вживання дієприкметникових і дієприслівникових зворотів (*згідно наказу*, *бюро по працевлаштуванню*);

6) **стилістичні** – використання в одному функціональному стилі мовних засобів іншого – канцеляризми, перевантаження мови нелітературною лексикою (просторіччя, діалектизми) та експресивними засобами;

7) **орфографічні** – порушення чинних норм правопису (*Корсіка*, *пріорітет*, *на соньці*, *гава*);

8) **пунктуаційні** – неправильне використання розділових знаків на письмі (згадаймо хрестоматійний приклад: «*Покарати не можна помилувати*», правильне розміщення розділових знаків у якому визначає подальшу долю людини).

Отже, слід пам'ятати, що ефективність публічного виступу залежить від трьох речей:

- 1) хто говорить;
- 2) як говорить;
- 3) що говорить.

Друга позиція безпосередньо реалізується через комунікативні якості мови оратора.

#### ***Питання для самоконтролю:***

1. Що таке культура мовлення?
2. Як вона пов'язана з риторикою?
3. Чому оратор має стежити за правильністю своєї мови?
4. Яких помилок ми припускаємося під час промов?

### **Лекція 7. Культура ведення діалогу та суперечки.**

*Мета:* окреслити загальні підходи до поняття «культура ведення діалогу та суперечки», знати основні різновиди суперечки та принципи їх ведення.

#### План

1. Слухання як активний процес.
2. Основні різновиди суперечки.
3. Принципи ведення суперечки.

#### **1. Слухання як активний процес.**

Навчитися слухати іншу людину – це насправду мистецтво, що передбачає постійну роботу над собою, готовність сприйняти Іншого не як кращого або гіршого, а як інакшого. Англійський психолог **І. Атватер** у своїй книзі «Я вас слухаю...» дає поради, як треба слухати і як не варто:

- 1) не сприймайте мовчання за увагу. Якщо співбесідник мовчить, це не означає, що він слухає. Він може зануритися у свої думки;
- 2) будьте фізично уважними. Поверніться обличчям до того, хто говорить. Підтримуйте з ним візуальний контакт;
- 3) не вдавайте, що слухаєте. Відсутність зацікавлення неминуче виявиться на вашому обличчі;
- 4) дайте співрозмовникові змогу висловитися;
- 5) не перебивайте;
- 6) не робіть завчасних висновків. Намагайтеся будь-що-будь зрозуміти точку зору іншої людини;
- 7) не загострюйте увагу на мовленнєвих особливостях співрозмовника.

«Навчися слухати, і ти можеш мати користь навіть із тих, хто погано говорить», – стверджував давньогрецький історик *Плутарх*.

#### **2. Основні різновиди суперечки.**

«Люди пізнаються в суперечці та в дорозі», – сказав свого часу *Герберт*. Зіткнення різних суджень, боротьба думок завжди були і будуть у

звичаях людей. Поняття, яке відзначає відсутність єдиної думки її учасників, наявність розходжень у їх поглядах, протиборство, називається *суперечкою*.

**Суперечка** – будь-яке зіткнення несумісних думок, під час якого кожна сторона відстоює свою правоту.

Учасниками суперечки є **пропонент** – висуває і обстоює думку-тезу, **опонент** – піддає сумніву чи заперечує тезу пропонента й **аудиторія** – колективний суб'єкт суперечки, хоча суперечка може відбуватися і за її відсутності.

Розрізняють *такі види суперечок*:

суперечка заради істини

суперечка заради переконання

суперечка заради перемоги

суперечка заради суперечки

внутрішня суперечка

**Суперечка заради істини**

Суперечка заради істини має довготривалу історію. Її яскравим виявом можуть бути твори *Платона*. Невипадково таку суперечку називають *діалектичною*, тобто це «мистецтво досягнення істини в бесіді». Не може бути сумніву, що такий вид суперечки потрібні. Інакше як пояснити факт, що тих, хто присвячував своє життя пошукам істини, переслідували або знищували: Сократа було засуджено до страти, Джордано Бруно спалено. Ще нещодавно переслідували вчених, які цікавилися проблемами генетики і кібернетики.

**Суперечка заради переконання**

Розпочинаючи суперечку такого типу, пропонент ставить за мету нав'язати свої переконання іншим людям. При цьому його не хвилюють проблеми істини та права кожної людини мати свої погляди. Вивчаючи історію світових релігій та політичних партій, поряд з об'єктивними чинниками неважко виділити й суб'єктивні. Амбіційні особи, прагнучи завоювати собі місце в історії людства, вдавалися до специфічних тлумачень релігійних та політичних учень. Результатом цієї діяльності є численні секти та конфесії, представники яких «воюють» зі своїми одновірцями, ніж іновірцями.

**Суперечка заради перемоги (еристика)**

Метою цієї суперечки є перемога над супротивником за будь-яку ціну. При цьому, щоб узяти гору над супротивником, удаються до будь-яких методів, навіть тих, що суперечать вимогам логіки та норм моралі.

**Еристика** – мистецтво ведення суперечки, що полягає у ствердженні своєї позиції в суспільстві незалежно від істини.

**Суперечка заради суперечки**

Учасники її знаходять насолоду в самому процесі протиставлення протилежних думок, пошукові переконливих аргументів. Вони не цікавляться висновками, яких доходять, і цінують понад усе сам стан перебування в суперечці.

**Внутрішня суперечка**

Бувають суперечки, що пов'язані із сумлінням, совістю, внутрішньою розполовиненістю особистості.

Виділяють **кілька різновидів суперечки**: *дискусія, полеміка, диспут, дебати, діалог*.

**Дискусія** – публічна суперечка, яка ведеться компетентними людьми і ставить за мету розв'язання певної проблеми чи принаймні виявлення шляхів та її розв'язання і зближення позицій учасників цієї суперечки.

*Завданням* дискусії є віднайдення такого спільного знання про предмет, яке би базувалося на уявленнях учасників і визнавалося ними усіма. *Наслідок* – це те об'єктивне, що підтримується усіма учасниками. *Мета* – переконання співбесідників у правильності точки зору.

**Полеміка** – різновид публічної суперечки, для якої характерні протистояння, конфронтація; форма протиставлення принципово різних думок, ідей, точок зору. *Мета полеміки* – перемога над супротивником.

**Диспут** – публічна суперечка, що виявляється в обговоренні наукового чи суспільно важливого питання із залученням широкого кола фахівців і зацікавлених осіб.

*Риси диспуту:*

- 1) завжди публічна суперечка;
- 2) за формою організації це може бути захист тези, обговорення дисертації;
- 3) диспут стверджує позиції сторін.

**Дебати** – суперечка, в основі якої лежить обмін думками щодо певного питання. Вони виникають під час обговорення доповідей і виступів на зборах, засіданнях і конференціях.

**Діалог** – логіко-комунікативний процес взаємодії людей через вираження своїх смислових позицій. Протиборство точок зору веде до кристалізації ідей. Чим змістовніший діалог, тим багатшим стає кожен із його учасників.

*Види діалогів:*

- 1) сократівський – партнери займають рівноправне становище, кожен має право висловити точку зору і захистити її;
- 2) риторичний – переважаюча активність однієї зі сторін, жвавий обмін думками не враховують (Цицерон);
- 3) інформативний, ігровий, ритуальний, карнавальний.

Першим, хто усвідомив важливість діалогічної форми спілкування людей, був *Сократ*, який поширив своє філософське учення у формі діалогу. Для сократівського діалогу характерним є мислення від супротивного – він суперечить сам собі, тобто розглядає свою тезу з точки зору критика.

*Є коректні та некоректні засоби ведення суперечки*

**Коректні засоби** – засоби, що відповідають вимогам логіки та моралі.

- 1) ініціатива та засіб, який виражається правилом «наступ – найкраща оборона»;
- 2) використання аргументів опонента для спростування його точки зору чи захисту своєї тези;

3) виведення раптових, несподіваних для опонента висновків з його тези чи аргументів, які ставлять його в безвихідь.

### **3. Принципи ведення суперечки.**

Протягом багатьох років ораторами вироблено принципи і правила ведення суперечки. Якщо принципи задають стратегію, то правила характеризують тактику – конкретні дії. Кожен із принципів реалізується через правила.

1) принцип попередньої підготовки до суперечки дозволяє змодельовати вірогідний хід суперечки.

Правила:

- а) продумайте головну мету суперечки;
- б) налаштуйте себе на найгірше, навіть на некоректну поведінку опонента;
- в) оцініть недоліки і виграшні моменти опонента, рівень його професійності.

2) Принцип толерантності – усвідомлення того, що ваш опонент має право на істину так само, як і ви.

Правила:

- а) будьте психологічно готові вислухати будь-яку точку зору проти вас;
- б) майте сміливість погодитися з вашим опонентом, якщо переконаєтеся, що він має рацію;
- в) майте витримку аргументовано пояснити й обґрунтувати свою точку зору.

3) Принцип послідовного аналізу альтернатив полягає в тому, що будь-яка проблема має кілька можливих способів вирішення.

Правила:

- а) чітко визначте альтернативу;
  - б) проаналізуйте слабкі та сильні сторони альтернативи;
  - в) узагальняйте все позитивне й негативне в кожному з підходів.
- 4) Принцип коректної суперечки – один із найголовніших принципів ведення суперечки.

Правила:

- а) не використовуйте некоректних прийомів;
- б) критикуючи, пропонуйте конструктивний підхід;
- в) не намагайтеся перекричати супротивника.

#### ***Питання для самоконтролю:***

1. Чому слухання є активним процесом?
2. У чому полягає суть видів суперечок?
3. Які різновиди суперечок виділяємо нині?
4. Розкрийте принципи та правила ведення суперечки.

## Післямова

Риторика посідає важливе місце в системі координат закладу вищої освіти, що готує гуманітаріїв. Для успішного вивчення запропонованого курсу важливою бачиться здатність здобувача – майбутнього педагога – впливати на слухачів за допомогою промови. Укладач уклала конспект лекцій із риторики таким чином, що його матеріал сприяє розвитку та удосконалення мовця, його практичних навичок та вмінь працювати в риторичних дискурсах монологу, діалогу, дискусії, ознайомлює з методикою підготовки до публічного виступу, формує вміння й практичні навички успішно виголошувати публічну орацію.

Формування ораторських навичок здобувачів відбувається під час публічних виступів. Основою виголошення успішної промови є не тільки її зміст, але й створення атмосфери толерантності між учасниками риторичної діяльності. Здобувач має виховати в собі толерантного слухача, а оратор повинен активізувати арсенал прийомів, що забезпечать безперервну увагу присутніх. Публічний виступ має супроводжуватися його аналізом, мета якого – передусім указати на позитивні моменти та виділити недоліки. Посткомунікативний етап сприяє виробленню критичної позиції щодо власного виступу, уважного ставлення до позиції іншого.

Ефективність сучасної промови визначається не тільки знанням основ риторики. Освічений оратор – це той, хто на належному рівні обізнаний із законами логіки, психологією, філософією тощо. Особливе місце у формуванні особистості, яка діє словом, відіграє лінгвістичний розділ – культура мовлення. Вона є невід’ємною частиною загальної культури особистості, що передбачає упорядкування життя та удосконалення людини через слово. Відтак у контексті конспекту лекцій приділено увагу матеріалу щодо правильності, багатства, доречності, достатності мовлення оратора.

## Рекомендовані джерела інформації

### Базові

1. Гилявська О. І. Становлення та розвиток педагогічної риторики у часи Середньовіччя, Відродження та період Нового часу. *Андрогогічний вісник*. 2019. Вип. 10. С. 53–61.
2. Грицаєнко Л. М. Основи красномовства. Видання 2-ге, доп. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2018. 260 с.
3. Дишкант Т. М., Романова І.В., Соболева С.М. Риторика : Навч. посібник. Харків : Вид-во Віровець А. П. «Апостроф», 2011. 288 с.
4. Куньч З. Українська риторика: історія становлення і розвитку. Львів : Вид-во Львівська політехніка, 2011. 248 с.
5. Масенко Л. Т. Суржик: між мовою і язиком. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. 135 с.
6. Микитюк О. Культура мовлення: особливості, завдання, цікавинки: навч. посібник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. 236 с.
7. Олійник О. Сучасна ділова риторика : Навч. посібник. Київ : Кондор, 2010. 166 с.
8. Педагогічна риторика: історія, теорія, практика : монографія. Київ : КНТ, 2016. 258 с. <http://eprints.zu.edu.ua>
9. Пономарьова Г. Ф., Петриченко Л. О., Бабакіна О. О. Риторика : підручник. Харків : КЗ «ХГПА» ХОР, 2013. 420 с.
10. Промови, що змінили світ / Пер. з рос. В. М. Верховеня; Упоряд. та авт. іст.-біогр. нарисів А. Ю. Хорошевський; Худож.-оформлювач Б. П. Бублик. Харків : Фоліо, 2009. 347 с.
11. Чорнобай О. Феномен Цицерона: теорія і практика риторичної аргументації. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Юридичні науки*. 2017. № 865. С. 147–154.

### Допоміжні

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Видавничий дім «Академія», 2004. 344 с. (Альма-матер)
2. Волощак М. Збірник мовностилістичних порад лінгвістів, літературознавців, публіцистів. Київ : «Марія Волощак», 2009. 200 с.
3. Довідник з культури мови : Посібник / С. Я. Єрмоленко, С. П. Бирик, Н.М. Сологуб та ін. Київ : Вища школа, 2005. 399 с.
4. Загнітко А. П., Данилюк І. Г. Українське ділове мовлення: фахове і нефахове спілкування. Донецьк : ТОВ «ВКФ «БАО», 2010. 480 с.
5. Ільків А. В. Толерантне спілкування – один із засобів ефективного впливу на особистість : навчальний посібник. Львів : ЛьвДУВС, 2013. 160 с.
6. Карнегі Д. Як здобувати друзів і впливати на людей. Київ : Компанія ОСМА, 2015. 208 с.
7. Культура мови на щодень / Н. Я. Дзюбишина-Мельник, Н. С. Дужик, С. Я. Єрмоленко та ін. Київ : Довіра, 2000. 169 с. Б-ка сер. «Словники України».
8. Культура спілкування та етикет керівника : навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів / В. Г. Рибалка, Л. М. Газнюк, В. О. Копилов та



ін. Харків : «Федорко», 2012. 292 с.

9. Романова І. В. Подяка та панегірик за часів Києво-Могилянської академії. *Десята наукова конференція Харківського університету Повітряних Сил імені Івана Кожедуба «Новітні технології – для захисту повітряного простору» : тези доповідей, 9–10 квітня 2014 р. Х. : ХУПС ім. І. Кожедуба, 2014. С. 341.*

10. Романова І. В. Публічний виступ як невід’ємна компонента професійної комунікації: загальні підходи. *Проблеми забезпечення макроекономічної рівноваги в сучасних умовах розвитку економіки : тези доповідей на Х симпозиумі 23 листопада 2017 року. Харків : ХІФ КНТЕУ, 2017. С. 223–224.*

11. Романова І. В. Розвиток творчої особистості студента-філолога під час викладання дисципліни «Риторика». *Актуальні проблеми навчання і виховання в умовах інтеграційних процесів в освітньому та науковому просторі : збірник тез доповідей III Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції, 6 листопада 2020 р. Мукачєво / Ред. кол.: Т. І. Бондар (гол. ред.) та ін. Мукачєво : МДУ, 2020. С 39–40. URL : <https://msu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA-%D1%82%D0%B5%D0%B7.pdf>*

12. Сербенська О. А. Культура усного мовлення. Практикум : Навч. посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. 216 с.

13. Степура А. WOW-виступ по-українськи. Ноу-хау сучасного оратора. Дніпро : Моноліт, 2018. 304 с.

### Словники

1. Палихата Е. Я. Риторика. Короткий словник термінів: для студентів старшої школи, студентів ВНЗ. Тернопіль : Вектор, 2016. 80 с.

2. Риторичний словник / З. Куньч. Київ : Рідна мова, 1997. 345 с.

3. Сагач Г. Словник основних термінів та понять риторики : навч. посібник. Київ : МАУП, 2006. 279 с.

### Інформаційні Інтернет-ресурси

1. Сайт «На урок»: Ораторське мистецтво в житті вчителя: прийоми та поради. <https://www.youtube.com/watch?v=xP0jiLLx8oY>

2. Сайт «Освіторія-медіа»: Ораторське мистецтво для вчителів: методи, які варто знати кожному. <https://osvitoria.media/experience/oratorske-mystetstvo-dlya-vchyteliv-metody-yaki-var-to-znaty-kozhnomu/>

Навчальне видання

**Конспект лекцій із риторики**

Укладач: Ірина Романова

Для підготовки здобувачів бакалаврського рівня вищої освіти зі спеціальностей 035 Філологія, 034 Культурологія, 091 Біологія.