

ВСТУП

Історично склалося так, що риторика служила в основному ораторському мистецтву, а не повсякденному мовленню. Однак поняття "риторика", ширше за поняття "ораторське мистецтво" і не зводиться до нього. Воно охоплює широке коло знань, вмінь, навичок: від виникнення ідеї, задуму мовлення і безпосереднього мовленнєвого процесу та мовленнєвої взаємодії. Тому риторика у сучасних умовах – це наука не тільки і не стільки про красномовство, а наука про мовленнєву доцільність, про усвідомлену та коректну повсякденну розумово-мовленнєву діяльність.

Мовною здатністю людина наділена від природи. Конкретною національною мовою та мовленням людина оволодіває в процесі спілкування та комунікації. Якщо з дитинства людина знаходиться в стилістично чистому середовищі, в її мовленні помилки зустрічаються вкрай рідко. А якщо немає чистого мовного середовища? То і в цій ситуації можна сказати, що ця проблема може бути вирішена.

Риторика як елемент культури

Слабкий рівень або навіть відсутність навичок спілкування, вміння слухати один одного, розуміти та домовлятися може призвести до непорозуміння, конфлікту, сварки, ворожнечі, війни. Ми часто забуваємо, що спілкування – це двосторонній процес: люди розуміють і сприймають того, хто сам уміє слухати та водночас відчувати, як його промова та вислови сприймаються іншими.

Уміння розуміти та переконувати, слухати, та чути дається не тільки від природи або працею самовиховання. Воно досягається також і спеціальним навчанням, оволодінням цілою системою мовленнєво-розумових операцій, котрим навчали всіх культурних людей з найдавніших часів. Система ця була створена древньогрецькими філософами-риторами і отримала назву ***риторика***.

Тому з стародавніх часів риторика присвячена наступним питанням:

- як навчитися говорити не тільки красиво та правильно, а й переконливо, у відповідності зі змістом викладати усно та письмово те, що ми хочемо сказати, та так, щоб нас точно розуміли ті, до кого ми звертаємось;
- риторика вчила й вчить, як здійснювати мовленнєву комунікацію;
- як правильно, логічно й виразно викладати та розвивати думки; вживати слова;
- як користуватися мовленнєвою активністю в особистому житті та в суспільній діяльності, як виступати перед аудиторією.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 1

Тема 1. «Риторика як наука і мистецтво»

В сучасній науковій та навчальній літературі можна зустріти вживання риторики як синоніма до ораторського мистецтва. Наприклад, Л. А. Введенська та Л. Г. Павлова ототожнюють *ораторське мистецтво* (лат. oratoria), *риторику* (грец. Rhetorike) та російське *красноречие*, наводячи у доказ словникові статті з 17-томного "Словаря современного русского языка".

Риторика (грец.) – 1. ораторське мистецтво, теорія красномовства; навчальна книга, що вивчає основи цієї теорії. 2. Ефективність, зовнішня краса мовлення.

Красномовство - 1. Здатність, уміння говорити красиво, переконливо ; ораторський талант; вправне мовлення, побудоване на ораторських прийомах; ораторське мистецтво, риторика.

Під ораторським мистецтвом розуміють перш за все високий рівень майстерності публічного виступу, якісна характеристика ораторської мови, вправне володіння живим словом.

Сучасна наука схильна до розділення понять "ораторське мистецтво" і "риторика", трактуючи останню в більш широкому сенсі. А саме: риторика – технологія (сукупність методів, засобів, прийомів) створення (породження) будь-якого тексту, оформленого в зрозумілому та переконливому висловлюванні, (усному чи письмовому), котре виражає важливі для автора та його адресата думки, почуття, переживання.

Аналогічно трактували сутність риторики й древньогрецькі мислителі, античні теоретики і практики риторики. Розуміючи величезну силу слова, котре може і вбити і оживити, вони попереджали, що правом на впливові, переконливі мовлення мають лише ті люди, котрі сформували в собі основні базові якості мовної особистості.

Живе словесне спілкування – це наука і мистецтво. І тільки у взаємодії, в об'єднанні одного і другого можливе процвітання тієї частини культури, котра називається ораторським мистецтвом. Багатий запас активної лексики, прекрасний голос, жвава мова ще не означають, що людина володіє технікою виступу. "Уміє говорити людина та, - підкреслював А. В. Луначарський, сам чудовий оратор, - яка може висловити свої думки з повною ясністю, вибрати ті аргументи, які найбільш доцільні в даному місці і для даної особи, надати їм той емоційний характер, котрий був би в даному місці переконливий та доцільний". І далі: "Людина, яка уміє говорити, тобто, котра уміє в максимальній мірі передати свої переживання близькому, переконати його, якщо потрібно, висунути аргументи або розвіяти його забобони та помилки, врешті, вплинути безпосередньо на весь його організм шляхом збудження в ньому відповідних почуттів, ця людина володіє в повній мірі мовленням".

В основі дієвого мовлення лежать зрозумілі аргументи. І не просто аргументи, а такі, вибір яких вмотивований ситуацією спілкування та складом аудиторії. Ці аргументи повинні діяти не тільки логічно, але й емоційно. Тільки тоді вони можуть бути переконливими.

Людина від природи наділена суспільним даром мовлення, тобто здатністю розуміти все навколо неї, передавати свої думки, почуття, переживання словом. Найкраще це вміють робити митці слова – поети та письменники. Але дар мовлення притаманний всім людям. І дар цей особливий. Він потребує бережного ставлення до його збереження, примноження. Кожний народ світу, розвиваючи та збагачуючи свою мову, передавав її як неоціненний спадок від покоління до покоління.

Необхідні компоненти, включає в себе риторика:

1. Вивчення визначних зразків риторики минулого та сьогодення, що дають змогу зрозуміти, як формується образ мовця, з одного боку, та конкретні прийоми і засоби мовленнєвого впливу – з другого;
2. Вправління в самостійних публічно-мовленнєвих виступах, в складанні та виголошенні промов.

Сучасна оновлена риторика отримала назву "неориторика" (*Rethorika nova*). Вона являє собою пряме продовження риторики класичної і включає її в себе. В риториці, що відроджується немало нового, взятого з безлічі виниклих в 20 ст. повнозначних наук, присвячених вивченню структури спілкування, процесів комунікації, механізмів, видів мовлення тощо. Неориторика цікавиться теорією та досвідом накопиченим ЗМІ, рекламою, вивченням процесу оволодіння мовою, побудовою теорії діалогу та полілогу, варіантами зворотного зв'язку у спілкуванні.

Неориторика займається пошуком практичного застосування всіх зазначених вище наукових напрямів в ораторській діяльності, в найрізноманітніших варіантах мовленнєвого спілкування, усного та писемного. Значно розширюється практичне застосування неориторики: вона шукає застосування в діловому та особистісному спілкуванні і навіть у спілкуванні з самим собою (тобто у внутрішньому мовленні).

Неориторика в сучасних умовах стає необхідним компонентом в системі вивчення мови та в системі мовленнєвої та мовної грамотності людини. Вона є верхівкою мовної освіти, об'єднуючи її забарвлення під одним "дахом" практичного застосування.

Тема 2. Наукові засади та основні закони риторського мистецтва

Мовлення, мовленнєва діяльність стали самостійними предметами дослідження, відокремившись від мовної структури, як предмету мовознавства.

Комунікація – (лат. communication), повідомлення – 1. сутність повідомлення – зв'язок одного місця з іншим. 2. повідомлення або передача засобами мови змісту висловлювання.

Сутність комунікації полягає у взаємному розумінні, в передачі інформації, фактів, узагальнених знань, ідей, спонукань (наказів) та ін. У вузькому розумінні комунікація – це розмова, обговорення, обмін думками, розробка рішення, спонукання до його виконання та ін. В широкому значенні – це будь-які соціальні контакти, зв'язок між народами, між поколіннями – зв'язок часів.

Зазвичай комунікація носить двосторонній характер. Але існує так звана масова комунікація (радіо та телепередачі, преса – газети та журнали), реклама, оголошення, вона носить загалом односторонній характер. Масова комунікація в сучасному світі відіграє особливу роль.

На межі науки про мову та психології мовлення склалася нова галузь наукових знань – психолінгвістика, її визнання відбулося на Блюмінгтонській зустрічі (США, 1954 р.) групи вчених з багатьох країн, головним чином англомовних (Д. Міллер, В. Інґве, Н. Хомскі, Д. Грін та ін.). цей науковий напрям справив великий вплив на розвиток лінгвістики, а також інших наук, пов'язаних із спілкуванням, з передачею інформації. В Росії психолінгвістичну школу очолив А. А. Леонтьєв; активно працюють в області психолінгвістики І. А. Зімня, А. П. Клименко, А. М. Шахнарович, Т. Н. Ушакова.

Психолінгвістичні дослідження допомагають знайти відповіді на багато складних запитань мовленнєвого спілкування, досить важливі і для риторичної практики та теорії, наприклад: як зрозуміти внутрішній стан слухачів, як слідкувати за сприйняттям мовлення оратора, за стійкістю уваги аудиторії, які перешкоди заважають спілкуванню, як працює

механізм вибору слова з багатотисячного запасу, що зберігається пам'яттю, яка швидкість цих підготовлених процесів та який оптимальний темп мовлення-говоріння.

Психолінгвістика забезпечує можливість нового виділення цілей риторики – пошуку оптимальних алгоритмів спілкування або мовленнєвої поведінки людини в різних ситуаціях суспільного та особистого життя.

В сучасних теоріях мовлення вирізняють *внутрішнє* та *зовнішнє* мовлення.

Внутрішнє мовлення має 4 види:

- *говоріння*, тобто усне вираження думки;
- *аудіювання*, тобто сприймання мовлення на слух та його розуміння;
- *письмо*, тобто письмове (графічне) вираження думки;
- *читання*, тобто сприймання та розуміння чужого записаного мовлення;

Розрізняють читання вголос та читання про себе (тихе читання).

Говоріння – це відправлення мовленнєвих акустичних сигналів, що несуть інформацію.

Слухання (або аудіювання) – сприймання мовленнєвих акустичних сигналів та їх розуміння.

Письмо – зашифровка мовленнєвих сигналів за допомогою графічних символів.

Читання – розшифровка графічних знаків та розуміння їх значення.

Механізми кодування інформації діють при говорінні та письмі декодування – при слуханні та читанні. При говорінні та читанні людина оперує з акустичними сигналами, а при письмі та читанні – графічними знаками.

Вказані чотири види мовленнєвої діяльності лежать в основі мовленнєвої комунікації. Від того, наскільки у людини сформовані навички цих видів мовленнєвої діяльності залежить ефективність та успішність мовленнєвого спілкування. Крім того, ступінь сформованості навичок мовленнєвої діяльності служить критерієм оцінки рівня володіння мовою (не тільки іноземною, а перш за все рідною) та показником загальної культури людини.

Таким чином, мовленнєва комунікація – це спілкування людей, під яким розуміють в широкому сенсі слова не тільки розмову, бесіду, а будь-яку взаємодію з метою обміну інформацією (читання, письмо та ін.).

Спілкування здійснюється в процесі мовленнєвої діяльності людини за допомогою вербальних (словесних) і невербальних засобів. Вербальна мовленнєва діяльність включає, як уже було відмічено, чотири аспекти: говоріння, слухання, читання, письмо.

Кожен з нас живе та працює між людьми. В будь-якій ситуації, незалежно від нашого бажання відбувається спілкування з людьми. Одних ми любимо, до інших ставимося нейтрально, третіх терпіти не можемо, з четвертими невідомо навіщо розмовляємо.

Людське спілкування нагадує своєрідну піраміду, що складається з чотирьох граней: ми обмінюємося інформацією, взаємодіємо з іншими людьми, пізнаємо їх; та разом з цим переживаємо власний стан, що виникає в результаті спілкування.

Спілкування можна розглядати як засіб об'єднання індивідів, а також як засіб їх розвитку.

Людина – істота суспільна, і вона не може жити поза зв'язком з іншими людьми: вона повинна радитись, ділитися думками, почуттями, співпереживати, шукати, розуміння тощо.

Суворо кажучи російське новоутворення "коммуникабельный" по змісту відповідає англійському "communicative", з основним значенням "общительный, разговорчивый", а по формі ближче до англійського "communicable" з основним значенням "сообщающийся, передаваемый".

В сучасних умовах склалася тенденція зіставляти поняття спілкування та комунікація, товариський та комунікабельний. Однак тут теж пропорційне співвідношення як між

риторикою та ораторським мистецтвом. Спілкування ширше по смислу, оскільки комунікація тяжіє до монологічних явищ культури, маючи на увазі, в першу чергу, функції повідомлення та впливу.

Товариськість обумовлюється не тільки психологічним типом індивіда, але й його суспільним досвідом спілкування, умінням слухати та співпереживати співрозмовникові, адекватно емоційно відповідати на його поведінку та стан, своєчасно коректувати свою мовленнєву поведінку.

Спілкування – взаємний зв'язок. Але це діловий або дружній зв'язок.

Комунікація – специфічна форма взаємодії людей в процесі їх пізнавально-трудої діяльності. Специфічність взаємодії людей в процесі їх життєдіяльності полягає у використанні мови. Мова, являючись найважливішим засобом людського спілкування, виступає також як засіб пізнання, як інструмент мислення. Головна мета спілкування, діалог – пошук істини при рівноправності співрозмовників.

Спілкування та обмін інформацією між людьми відбувається не лише за допомогою мови. Згідно з цим засоби передачі інформації від людини до людини розділяються на вербальні (словесні) та невербальні.

Головний засіб людського спілкування – мовлення. Саме тому його називають мовленнєвим спілкуванням.

Слова мовлення і мова розрізняються в багатьох національних мовах (англійський: language/speech; німецький: sprache/rede; французький: langage/parole).

Загальна характеристика мовлення звичайно подається у протиставленні його до мови. Мовлення як мова в дії, вживанні, та як система знаків, засобів спілкування.

Спрощено можна сказати, що *мова* – це система знаків, одиниці якої і відношення між ними, утворюють ієрархічно впорядковану структуру. Універсальними мовними одиницями є звуки, морфеме (корені, суфікси), слова, словосполучення, речення. Кожна одиниця належить конкретному рівню мови. Рівні взаємопов'язані та суворо впорядковані. В кожній національній мові існують свої правила та норми вживання тих чи інших одиниць.

Термін "мовлення" вживають в трьох значеннях.

Перше: мовлення як процес, "процес перетворення думки в слово, матеріалізація думки" (Л. С. Вигодський). В якості синоніму використовують сполучення "мовленнєва діяльність". Воно підкреслює, що мовлення – це один з видів комунікативної діяльності людини; використання мови для спілкування з іншими людьми.

Друге: мовлення – це продукт мовленнєвої діяльності; текст, письмовий, усний або мислений. Звичайно ми маємо справу з зафіксованим текстом: книжкою, газетою, магнітофонним записом. Текст – це мовна тканина мовленнєвого твору.

Третє: мовлення – жанр ораторського мистецтва, ораторського виступу.

Таким чином, в слові **мова** превалюючим значенням є "система, структура", а в слові **мовлення** - "діяльність, процес". Тому, як правило, говорять "мовленнєва комунікація", а не "мовна". Хоча при обмеженому вживанні термінів вони можуть бути взаємозамінні.

Мовлення як вид та продукт діяльності людини здійснюється на основі використання засобів мови (звуків, слів, речень). Мова, як структура мовлення, дає їм можливість виконувати функції *спілкування, повідомлення*, емоційного самовираження та впливу на інших людей.

Провідними функціями мовлення є комунікативна (або функція спілкування) та експресивна (або функція вираження думки). Різні функції мовлення зумовлюють різноманітні його види.

1. Референтна (номінативна) функція позначення явищ дійсності.

2. Емотивна – зорієнтована на того, хто говорить та вираження ставлення автора промови до змісту повідомлення або його емоційної реакції на ситуацію спілкування.
3. Апелятивна – орієнтація на адресата, в найбільш чистому вигляді виражається в таких формах, як звернення або спонування.
4. Мовленнєвий контакт, необхідний для спілкування, обслуговується фактично є функцією. Вона реалізується такими висловлюваннями, котрі мають мету зав'язати, продовжити або зупинити розмову.
5. Установка на те, щоб повідомлення своєю формою та змістом, задовольняючи естетичне почуття адресата, створювало поетичну функцію, тобто відповідаючи основній спрямованості художнього тексту, було присутнім і в повсякденному мовленні.
6. Являючись суспільним явищем, мовлення розглядається як частина культури, один з її компонентів.

Культуроносна або кумулятивна функція мовлення проявляється в тому, що мовлення не просто передає повідомлення але й має властивість відображати, фіксувати та зберігати інформацію про сприйняту людиною дійсність.

Праця над культурою мовленнєвого спілкування дозволяє не тільки оволодіти способами комунікації, вираження думки (почуттів, переживань), але й проникнути в національну культуру, отримати величезне багатство, що зберігається мовою. Але безумовно, без спеціальних зусиль та без свідомої наполегливої праці, мова й мовлення самі собою не віддадуть інформацію, яку вони зберігають.

Тільки в мовленнєвій діяльності людини функції мови й мовлення виявляються в різноманітних поєднаннях, з переважанням однієї з них.

Мовлення – як результат мовленнєвої діяльності і як форма висловлюваного змісту, являє собою спосіб формування та формулювання думки та почуттів через мову в процесі мовленнєвої діяльності людини.

Найважливішою функцією мовленнєвої діяльності є функція вираження думки. Людина думає завжди, за винятком повного відпочинку чи міцного сну.

Сам процес мислення ще не вивчений остаточно.

Психологи розрізняють *три види мислення*: словесно-логічне, або понятійне (саме воно реалізується в мовленні), наочно-образне та конкретно-дійове. Друге найбільш розвинене у митців, композиторів, архітекторів; третє проявляється в складних трудових процесах, наприклад, в діях водія автомобіля, котрий, як підраховано, в середньому вирішує чотири мислительні задачі в секунду. Всі три види мислення мають місце в житті кожної людини але розвинуті вони не в однаковій мірі.

Логічне, або мовленнєве мислення оперує поняттями, в яких узагальнені суттєві властивості явищ. Поняття визначаються словами та словосполученнями, в яких вони набувають необхідну для спілкування матеріальну оболонку. Знання слів, уміння їх об'єднувати в словосполученнях, в реченнях, в тексті допомагає людині використовувати ці поняття і подумки, і в мовленні. Оволодіння мовними засобами, системою мови – лексичною, граматичною, вимовною, - створює передумови для вдосконалення пізнавальної діяльності. "Мовлення – це канал розвитку інтелекту" (Н. І. Жинкін).

Багато хто з письменників відмічав, що їм не вистачає члів, щоб виразити багатство свого духовного світу, своїх думок: багато хто з поетів створював власні слова (В. Хлебніков, І. Северянін). Дійсно, думка в деяких відношеннях багатша за мову, так як вона оперує образами,

картинами, схемами та такими "перед поняттями", котрі ще не мають еквівалентів в загальнонародній мові.

Однак мовлення виявляється багатше та ширше за думку: воно варіативне – тобто одна думка може отримати різні варіанти словесного вираження, що передають різні її відтінки; воно передає не тільки понятійний зміст, але й емоції; воно має виразність, що досягається за допомогою інтонації, пауз, жестів, міміки; врешті мовлення нормативне, підпорядковане суворим правилам, що сприяють єдиному розумінню.

В мовленні ми передаємо думку, але формулюючи, ми в той же час її формуємо; думка дає зміст мовлення, але його форми впливають на думку. Мовленнєве оформлення думки сприяє її чіткості, стрункості, послідовності. Суворі, століттями відшліфовані мовні структури, накладаючись на аморфну думку, дисциплінують її. Багато хто з видатних письменників, ораторів відмічали, що формулюючи свою ще не зовсім виразну думку в усному мовленні, а ще краще – на папері, вони глибоко усвідомлювали цю думку, а іноді знаходили в ній помилки. Справа в тому, що не відшліфовані, ще не зовсім чіткі, туманні мислительні зв'язки, оформляючись в мовленні, мають бути досить зрозумілі слухачам (читачам). А ця зрозумілість, ця ясність досягається завдяки мовним структурам, котрі єдині для всіх носіїв мови (людина мислить однією з мов – російською, французькою, англійською) проте, існує гіпотеза, згідно з якою на найглибших рівнях мислення елементів національної мови вже не відіграють суттєвої ролі. Механізми мислення, очевидно, ви вже не відіграють суттєвої ролі. Механізми мислення, очевидно, універсальні для всіх людей, незалежно від їх національності та соціальної приналежності. Думка формується в мовних формах, виражена вголос або письмово, вона стає зрозумілою не тільки для інших, але й для суб'єкта мовлення.

Розрізняють два види мовлення: *зовнішнє та внутрішнє*. Внутрішнім мовленням називають мовленнєве оформлення думки без її висловлювання, усного чи письмового. Вважається, що процес внутрішнього мовлення відбувається швидше, а саме внутрішнє мовлення розрізняється ступенем мовної оформленості в залежності від умов.

Внутрішнє мовлення – це процес мовленнєвої діяльності, що включає різні механізми кодування інформації. Зовнішнє мовлення – це те, що ми вимовляємо, чуємо, пишемо, читаємо.

Якщо зовнішнє мовлення служить людині не більш ніж 3-4 години на добу, то внутрішнє, розумове мовлення "працює" завжди, не враховуючи лише глибокого сну.

Все внутрішнє, духовне життя людини, всі її роздуми, суперечки з самим собою, переосмислення побаченого, почутого чи прочитаного, вся робота уяви протікає в прихованій формі, на внутрішньому, розумовому рівні (це величезне благо, дане людині, може бути втрачене, якщо наука опанує читанням думок).

На глибинних рівнях думки людина користується не тільки словами та реченнями, але й образами, схемами, картинками, котрі зберігає пам'ять або створює уява.

Внутрішнє мовлення відрізняється від зовнішнього, переважно, ступенем своєї мовної сформованості: зі збільшенням її глибини слабне ступінь його граматичної суворості та зростає доля невербальних засобів.

Тема 3. Розвиток ораторського мистецтва в Україні

Історія риторики являє собою одну з найцікавіших сторінок історії культури. Знайомство з риторикою минулого дозволяє розширити наші знання підвищити культуру, придбати практичні навички.

В історії риторики виділяють такі етапи: антична риторика, риторика середньовіччя, риторика Нового часу, риторика 19 ст., та сучасна риторика (20 – поч. 21 ст.).

Батьківщиною риторики вважається Древня Греція, а першими риториками – софісти ("мудрець", "вправний") заслугою котрих слід вважати розробку *риторики* як мистецтва красномовства, евристики як мистецтва суперечки та діалектики як мистецтва доведення.

Софісти високо цінували слово та силу його впливу на оточуючих. В 5 ст. до н.е. з'являється в Греції перший підручник з риторики, його укладачем був Горгій, який приїхав з грецьких колоній Сицилії.

В другій половині 5 ст. до н.е. риторику почали розглядати як "царицю всіх мистецтв", її почали викладати в школах; одна з перших була відкрита греком Ісократом, котрий говорив, що "слово не тільки визволило нас з кайданів тваринного життя, завдяки йому ми побудували міста, встановили закони, винайшли різні мистецтва, його допомога така, що нічого з розумного не відбувається без допомоги слова. Слово є ватажком усіх справ та всіх задумів".

Майстром розмов-діалогів був древньогрецький філософ Сократ (9427 – 399 рр. до н. е.). для нього міркування (роздум) стало головним методом ведення розмов, в результаті яких він намагався відкрити істину. Метод обговорення питань у Софістів був іншим. Для них головне – отримати перемогу в суперечці, активно заперечувати іншу точку зору. Тому з часом слово "софіст" набуло негативний відтінок.

Витонченим знавцем живого слова був учень Сократа Платон (427-347 рр. до н.е.), який не був оратором практиком але його праці являють собою діалоги, котрі не тільки суворо логічно побудовані, але й сповненні яскравими художніми образами, іронічні, збуджують у читача цікавість та викликають задоволення.

Визначною постаттю в розвитку древньогрецької риторики є Демосфен (384 – 322 рр. до н.е.). Саме він очолив школу риторів, перетворив судову трибуну ідеологічної боротьби.

В своїх виступах Демосфен виступає як суспільний суддя, політичний лідер, полеміст, психолог. В промовах спрямованих проти Філіпа (звідси й назва промов "філіппіки"), Демосфен виступає і як адвокат, і як обвинувачував, і як патріот, і як трибун. Таким чином наповнив промову

Риторика в системі культури

В наш час значно зріс інтерес до фундаментальних гуманітарних наук та фундаментальної гуманітарної освіти. Оскільки саме гуманітарна освіта зорієнтована на формування гармонійної, творчої, цілісної особистості.

Риторика є класичною гуманітарною наукою, наукою про ораторське мистецтво. З давніх часів з моменту свого виникнення вона була присвячена проблемам ефективного усного переконливого слова в ситуації публічної комунікації. В різні часи, у різних народів оратор завжди був достойною особою суспільства, користувався повагою за уміння володіти словом, мудрістю, красою та етичністю думки. Оратора вважали наставником молоді, учителем, котрий уміє говорити просто, мудро, велично, доступно виражати добрі та справедливі думки.

Риторика неодноразово, в різні часи у різних народів, була неодмінною частиною освіти. При цьому з моменту свого виникнення риторика не була спрямована на масовий "продукт", а була зорієнтована на формування особистості. Наставники-ритори виробили певний комплекс

умов, набір характерних рис майбутнього оратора: особливий тип мислення, якість мови та мовлення, культура спілкування, фізіологічні обмеження та протипоказання, моральні та етичні якості, котрі повинні були неухильно дотримуватись. Ці правила були сформульовані, в зв'язку з величезною відповідальністю перед суспільством, з усвідомленням можливості спричинити невинуватну шкоду суспільству, якщо слово, зброя оратора, потрапить не в ті руки – непрофесійні, "нечисті", недостойні ...

Риторика розвивалась на стику філософії та словесності, а також деяких суміжних наук – логіки, етики, естетики, лінгвістики. Уявлення про риторику як про синтез науки, мистецтва та педагогіки були закладені в греко-латинській та візантійській культурах. В наш час зусиллями вчених багатьох гуманітарних наук, в том числі й філософів, філологів, психологів, логіків, педагогів, культурологів, риторика переживає своє відродження.

Важливу роль в оновленні національних риторичних традицій відіграють культурні та наукові передумови: не дарма в останній час активізувались науки (в тому числі й вузівського напрямлення), пов'язані з розвитком мовної особистості, такі як: стилістика, лінгвістика тексту, соціолінгвістика, психолінгвістика, культура мовлення, педагогіка, мелодика викладання мови та ін.

Риторика як наука володіє певною системністю, що відображенням системності та взаємодії людського мислення та мовлення. В процесі формування гармонійної риторичної особистості роль першооснови відводиться риториці, котра об'єднує досягнення інших фундаментальних гуманітарних наук. сучасна класична риторика, що формує гармонійну особистість, має безпосереднє відношення до етики та естетики, виявляючи наявність або відсутність, етико-естетичної основи в словах, думках, промовах та ділах суб'єкта, який говорить. Якщо оратор забуває правило "не нашкодь", характер його промови може кардинально змінитися, замість переконання, повідомлення, його слово буде слугувати тільки впливу, управлінню, маніпулюванню.

Риторика являє собою особливого роду гуманітарну технологію, котра не може існувати сама по собі, або тільки для себе. В такому випадку вона вироджується в красно байкарство та пусте прикрашання. Риторичну модель необхідно наповнювати яким-небудь змістом: політичним, економічним, педагогічним і так далі. Цінність риторики в тому, що вона одночасно і самостійна наука, і своєрідна гуманітарна технологія для реалізації безлічі суміжних наук.

Риторика ціниться також і тим, що вона розвиває в людині систему якостей: культуру мислення (глибину, ерудицію, швидкість мислення), культуру мови (правильність, виразність, ясність, точність), культуру поведінки (ввічливість, тактовність, коректність), культуру спілкування (увага до співрозмовника, вміння слухати та чути, відповідати за свої слова).

Риторика – це універсальна гуманітарна дисципліна, оскільки вона є основою будь-якої професії, базою професійності в кожній обраній діяльності, адже ефективна мислитель на та мовленнєва діяльність – основа будь-якого професіоналізму.

Такі якості сучасної риторики як системність, інтегративність, універсальність, прикладна орієнтація на формування культури риторичної особистості, її етичність та естетичність визначають своєрідність риторики як науки, мистецтва та культури, дозволяють їй зайняти окреме місце в сучасній системі освіти.

В різні часи, в різних країнах прадавня та вічно юна риторика розумілась та розвивалась неоднозначно. В одному випадку цінувалась сила переконання, в другому – насолода мовленням. В третьому – краса, красивість ("риторичні прикрашання") ставали самоціллю.

Діяльність людини в умовах ринку і передбачає, і змушує майже кожного бути оратором: переконливо та дохідливо виступати в різних аудиторіях, розумно говорити в різних ділових та життєвих ситуаціях, грамотно оформляти різножанрові листи та ділові папери, складати документи, вести дебати, аналізувати та критично сприймати повідомлення ЗМІ, кваліфіковано користуватися новими інформаційними системами. Сучасні, як правило, безвідповідальні технології ЗМІ пригнічують риторично непідготовленого слухача та глядача і маніпулюють ним. Тому тим, хто живе в сучасному світі просто необхідно оволодіти знаннями та вміннями в сфері риторики.

В сучасних умовах вкрай актуальними стають моральні завдання сучасної риторики:

- навчати приймам риторичного "самозахисту";
- активно протистояти руйнівному впливу агресивного, бездуховного та невігласного слова, а також аморальним ораторам;
- забезпечити всі умови для виховання в суспільстві як можна більшої кількості риторично освічених людей.

Існують і "внутрішні", власне риторичні причини відродження цієї науки в сучасних умовах.

По-перше, протягом 20 ст. відбулося падіння інтересу до вивчення сухих та далеких від практичного життя граматико-орфографічних курсів в загальноосвітній школі, що не забезпечують наявні вміння спілкування, які необхідні кожному.

По-друге, в цілому ряді наук про спілкування, про мовлення, про слово досягнуті за останні п'ятдесят років певні цілі та результати. Сучасні стилістика, культура мовлення, науки про текст мають пряме відношення до риторики та вирішення її завдань: максимальної ефективності мовленнєвого спілкування, оптимального впливу на слухача.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2

КРАСНОМОВСТВО

Тема 1. Види красномовства

ВИДИ КРАСНОМОВСТВА. СТИЛЬ.

1. Різновиди мовлення за функціональним призначенням. Стилї мови.

Вчення про стилї мови такі ж давні, як і риторика. Стилї, пов'язаний з вибором засобів мови в залежності від умов породження мовлення, його цілей, індивідуальної манери автора, наприклад: розмовний стилї, стилї урочистий, стилї байки, ораторський стилї, стилї промов Цицерона, стилї газетної статті, недбалий стилї, стилістичні помилки.

Стилїстика - це вчення про стилї, їх розмежування, про вибір засобів виразності мови. В сучасній стилістиці виділяють:

- стилістику функціональну;
- стилістика художнього мовлення – від неї риторика бере окремі прийоми й фігури, зразки письменницької майстерності для аналізу, для вивчення;
- стилістику індивідуальну – вона вивчає майстерність окремих авторів: стилї М. Ю. Ломоносова, М. Цвітаєвої, Л. М. Толстого;
- стилістику практичну, що дає рекомендації по вибору синонімічних засобів мови і пояснює цей вибір.

В залежності від цілей спілкування, сфери використання мови, наше мовлення формулюється по-різному. Це різні стилї.

Стилї – поняття мовленнєве, і визначити його можна лише, якщо вийти за межі мови, враховуючи такі позамовні обставини, як завдання мовлення і сфери спілкування.

В кожному мовному стилї використовуються мовні засоби загальнонаціональної мови, але під впливом певних факторів (тема, зміст та інше) відбір і їх організація в кожному стилї досить специфічні і слугують найбільш оптимальному забезпеченню комунікації.

"Функціональний стилї мови, - пише М. М. Кожина, - це своєрідний характер мовлення того чи іншого соціального різновиду, що відповідає певній сфері суспільної діяльності і відповідній їй формі свідомості, що створюється особливостями функціонування в цій сфері мовних засобів та специфічною мовною організацією, що веде за собою певне стилістичне забарвлення".

Проблема функціональних стилів, як підкреслюють багато дослідників, відноситься до числа центральних у стилістиці і пов'язана з функціями мови: спілкуванням. Повідомленням і впливом. За допомогою мови ми щось повідомляємо людям (функція повідомлення), впливаємо на них (функція впливу), переказуємо при безпосередньому спілкуванні пізнавальну чи афективно-оціночну інформацію (функція спілкування). Для виконання цих функцій історично склалися так звані функціональні стилї – різновиди мовлення, кожний з яких характеризується певними лінгвістичними ознаками.

Будучи тісно пов'язані із змістом, цілями і завданнями висловлювання, стилї різняться між собою за внутрішньомовними ознаками: принципи відбору, сполучуваності та організації засобів загальнонаціональної мови. Частіше за все виділяють такі стилї:

- діловий (основна функція – повідомлення);
- публіцистичний (основні функції – повідомлення і вплив);
- художній (основні функції – вплив, а також етична функція, без якої немає мистецтва);
- розмовно-побутовий (основна функція – спілкування).

Ці стилі обслуговують. Відповідно, ділову, наукову, інформаційно-пропагандистську, художньо-естетичну, побутову сфери людської діяльності.

Стилі, що виділяються до основних функцій мови, пов'язані з тією чи іншою сферою і умовами діяльності людини, відрізняються системою мовних засобів. Створюючи ці системи, вони мають свої мовленнєві особливості, взаємодіють один з одним, впливають один на одного.

Виділяється ряд факторів, що впливають на формування стилів. Зокрема, фактори, пов'язані із сутністю мови, наприклад, форма громадської свідомості і специфічний для кожної форми свідомості тип мислення: наочно-образний чи словесно-понятійний. На вибір мовних засобів також впливають:

- тематика і зміст мовних висловлювань;
- форма прояву мовлення (писемне чи усне);
- вид мовлення (монолог, діалог);
- спосіб комунікації (масова, конфіденціальна);
- жанри мовлення (нарис, кореспонденція, інтерв'ю, розповідь, роман, доповідна записка, резолюція, діловий лист, автобіографія, наукова стаття, науковий реферат);
- спосіб викладу (описовий, роздум);
- втілення авторської позиції (ступінь об'єктивності чи суб'єктивності викладу);
- відсутність чи прояв авторської індивідуальності.

Діловий стиль обслуговує сферу офіційних ділових відносин. Основна функція – інформативна (повідомлення, передача інформації). Виявляється, головним чином в певній формі, визначається багатоманітністю жанрів. Для цього стилю характерна наявність мовних стандартів, загально визначеної форми викладу, широке використання термінології.

Науковий стиль обслуговує сферу наукових знань. Основна функція – інформативна, мета – доведення вірності інформації. Характерна наявність термінів, логічної інформації у великому обсязі.

Публіцистичний стиль обслуговує сферу суспільно-політичних, суспільно-економічних, соціально-політичних та інших суспільних відносин. Основні функції – повідомлення і вплив. Цей стиль присутній в газетах, журналах та у суспільно-політичному світі, матеріалах журналістики. Для нього характерна лаконічність та популярність викладу разом з інформативною насиченістю. Зараз спостерігається вплив розмовної мови на публіцистичний стиль.

Останнім часом лінгвісти прийшли до висновку, що мовні відмінності між деякими сферами спілкування настільки вагомі, що використовувати по відношенню до них єдине поняття "функціональний різновид мови". Широке визначення отримала типологія функціональних різновидів мови, що порівняно недавно, була запропонована академіком Д. М. Шмельовим:

1. Розмовна мова.
2. Мова художньої літератури
3. Функціональні стилі:
 - діловий;
 - науковий;
 - публіцистичний.

Розмовно-побутовий стиль, протиставлений книжковим стилям, обслуговує сферу побутових та професійних (але тільки не підготовлених, неофіційних) відносин, основна функція – спілкування, виявляється в усній формі. Виділяють два різновиди: літературно-

розмовна та повсякденно-побутова мова. Цей стиль характеризується особливими умовами функціонування: неофіційний і невимушений характер спілкування, безпосередня участь співрозмовників у бесіді, щирість мовлення, дикий автоматизм, пов'язаний із повторенням ситуацій, використання позамовних факторів (жести, міміка), поза лексичних засобів (інтонація – фразовий та емпатичний наголос, паузи, темп мовлення, ритм), враховується контекст ситуації (умови мовленнєвого спілкування), характер відносин між співрозмовниками.

Функціональні стилі не створюють замкнених систем і між ними існує широка взаємодія. Серед них найбільш консервативним є діловий стиль, що майже не допускає в свою систему елементи інших стилів. Як вважають дослідники, наведена класифікація стилів не є вичерпною.

Текст (від лат. *textum* – тканина, зв'язок, об'єднання) – це декілька речень чи абзаців, пов'язаних темою та основною думкою. Речення, з'єднані між собою за змістом та граматично.

Основні ознаки тексту:

- тематична та композиційна єдність всіх його частин;
- наявність граматичного зв'язку між частинами (ланцюговий, паралельний);
- смислова цінність;
- відносна завершеність.

Текст може складатися з одного абзацу, а може бути статтею, книгою. Будь-який текст є поєднанням речень за певними правилами.

Таблиця

Завдання мови	Стиль, сфера вжитку	Стильові риси	Мовні засоби
Спілкування (ділитися думками. Почуттями, організовувати працю, гру)	Розмовний (в бесідах зі знайомими людьми)	Невимушеність, емоційність	Слова: розмовні, невимушені; емоційно-оціночні; з пестливими суфіксами; з суфіксами неповної якості. Речення: різні за метою висловлювання: із звертаннями.
Повідомлення (передавати знання, пояснювати їх, узагальнювати викладену інформацію)	Науковий, навчально-науковий (в наукових працях, підручниках)	Узагальненість	Слова: нейтральні, із узагальненим та відхиленням значенням. Терміни. Дієслова у третій особі теперішнього часу зі значенням постійної дії. Іменний складений присудок.
Повідомлення (інструктувати, давати вказівки)	Діловий (ділові папери)	Суворість	Слова: нейтральні, книжні, із узагальненим та відхиленням значенням. Стандартні висловлювання.
Вплив (впливати образами на думки та почуття)	Художній (в літературних творах)	Конкретність, образність, виразність	Конкретні слова і висловлювання; слова із переносним значенням. Порівняння, ототожнення, метафори. Емоційно-оціночні слова. Різноманітні за метою висловлювання речення

Вплив (впливати на вчинки людей, переконувати їх)	Публіцистичний (газети, виступи на мітингах та ін.)	Пристрасть, заклик	Речення спонукальні, окличні. Риторичні питання. Поширені звертання. Повторювання. Суспільно-політична лексика та фразеологія.
---	---	--------------------	--

Розповідь – це оповідь, повідомлення про якусь подію у її часовій послідовності. На перший план тут виходить порядок протікання дій, розвиток сюжету.

Класифікація красномовства

Багатоманітність риторики усвідомлювали ще в Давній Греції, де вона розрізнялась за видами. Основними при цьому вважались:

- політична (радна) промова;
- судова промова;
- урочиста (епідектична) промова.

Такий підхід до виділення родів і видів красномовства був чітко емпіричним. І навіть Аристотель у своїй "Риториці" не дав ґрунтовної класифікації видів красномовства, тому що він виділяв не види, а стилі вже написаної, представленої, вивченої напам'ять, промови.

Диференціацією античного красномовства займався і Цицерон. В праці "Про оратора" він писав, що три роди красномовства, і пов'язував їх з типами ораторів.

Перший рід – це оратори, з підвищеною силою думки та урочистістю висловів, рішучі, багатоманітні, величні, завжди готові зворушити серця – і цього вони досягали за допомогою слів суворих, невитончених, не закруглених, а інші, - навпаки, словами гладкими, стрункими.

Другий рід чи група ораторів, як писав Цицерон, це "оратори стримані і проникливі, повчаючі, що все пояснюють, а не звеличуючи, умілі у своїй прозорій і стислій мові".

Між цими двома родами(групами) ораторів, стверджує Цицерон, є ще один рід (середній, помірний), що не використовує застережливі заходи останніх, і бурхливого натиску перших: він торкається двох, але не переходить ні на один, ні на інший бік; близький до двох, але не переходить ні на один, ні на інший бік; близький до двох, а краще сказати. Не належить ні першому, ні другому.

Однак Цицеронова класифікація ораторства мистецтва ідеалістична, тому в ній практично ігнорується предмет красномовства. Згідно з концепцією Цицерона, не предмет, а тема публічної промови визначає її характер, її видову особливість. Сама манера (стиль) цієї промови відіграє визначальну роль для її предмета. Крім того, Цицерон виходив не з об'єктивно існуючих форм і прийомів риторики, а з особистості оратора.

Красномовство стало різноманітнішим у XX сторіччі і продовжує диференціюватися в наші часи.

Рід в ораторському мистецтві – це більш-менш встановлений розділ красномовства, що певною мірою характеризується спільністю предмета, його усно-публічного розбору, оцінкою і особливістю його найближчих цілей. Але більш визначальним тут є спосіб і форма монологічного мовлення. Що ж стосується виду, який можна було б визначити як жанр ораторського мистецтва то він в межах роду є подальшою диференціацією за більш конкретними ознаками публічної промови.

Роди та види ораторського мистецтва формувались поступово. Так, наприклад, в Росії XVI – XVII ст. автори риторик виділяли п'ять основних видів (родів) красномовства:

- придворне красномовство, що розвивалось у вищих колах дворянства;
- духовне (церковно-богословське);

- військове красномовство – звернення полководця до солдатів;
- дипломатичне;
- народне красномовство, що особливо розвинулось в періоди загострення боротьби, під час якої ватажки селянських повстань звертались з промовами до народу.

Роди і види красномовства виділяються залежно від сфери комунікації, що відповідає одній з основних функцій мови: спілкуванню, повідомленню чи впливу. Існує декілька сфер комунікацій: наукова, ділова, інформативно-пропагандистська, соціально-побутова.

В сучасній практиці публічного спілкування виділяють наступні види красномовства:

- соціально-політичне;
- академічне;
- судове;
- соціально-побутове;
- духовне (церковно-богословське).

Рід красномовства – це область ораторського мистецтва, що характеризується наявністю певного об'єкта мовлення, специфічної системи його розбору та оцінки. Результатом подальшої диференціації на основі конкретніших ознак є види і жанри. Ця класифікація носить ситуативно-тематичний характер, тому що, по-перше, враховується ситуація виступу, по-друге, тема і мета виступу.

Деякі жанри красномовства мають риси ділового та наукового стилю, оскільки в основі їх лежать офіційні документи. В таких промовах аналізується становище в країні, події в освіті. Основна їхня мета – дати слухачам певну інформацію. в цих публічних виступах є факти політичного, економічного характеру, оцінюються теперішні події, надаються рекомендації. Робиться звіт про виконану роботу. Промови можуть бути присвячені актуальним проблемам, чи можуть мати прозивний. Пояснюючий, програмно-теоретичний характер.

Стрімко розвивається урядове красномовство й сьогодні. В ньому відображається зіткнення різних точок зору, проявляється дискусійна спрямованість мовлення.

Академічне красномовство (наукова доповідь, науковий огляд, наукове повідомлення...) – різновид мовлення, що допомагає формуванню наукового світогляду, характеризується науковим викладом, глибокою аргументованістю, логічною культурою. Види цього красномовства характеризуються великою інформативністю, пізнавальною спрямованістю. Логічністю суджень, в них повідомляються нові або розглядаються вже відомі слухачам факти, узагальнюються проведені дослідження, результати пошуків, експериментів. Проявляються принципово нові підходи до відомих явищ. Академічне красномовство є активним засобом естетичного впливу на слухачів.

В Росії академічне красномовство сформувалося в першій половині 19 століття. Однак, ще в 18 столітті Є. Р. Дашкова, керівник Академії наук та президент Російської академії, просить у Катерини 2 дозволу відкрити загальнодоступні курси "російською мовою" з основних галузей наук для всіх бажаючих, що буде сприяти розповсюдженню освіти. І щоденно протягом трьох місяців спеціалісти читали публічні лекції з основних галузей наук.

Судове красномовство – це різновид мовлення, покликаний якого, цілеспрямовано та ефективно впливати на суд, сприяти формуванню переконань суддів та присутніх в залі суду громадян. Зазвичай виділяють прокурорську (звинувачувальну) промову і адвокатську (захисну) промову.

Російське судове красномовство починає розвиватися в другій половині 19 ст. після судової реформи 1864 року, з уведенням суду присяжних. Судовий процес – це розглядання кримінальної або громадянської справи, вивчення всіх матеріалів, пов'язаних з нею, котре проходить в атмосфері пошуку істини. Боротьби думок процесуальних опонентів. Кінцева мета цього процесу – винесення законного та обґрунтованого вироку, щоб кожен, хто скоїв злочин, підлягав справедливому покаранню і жоден невинний не був залучений до відповідальності та засуджений. Досягненню цієї мети сприяють захисні та звинувачувальні промови. Судові промови талановитих російських юристів дореволюційного періоду С. А. Андрєєвського, А. Ф. Коні, В. Д. Спасовича, К. К. Арсенєва, А. І. Урусова, Н. І. Холева, Н. П. Карабчевського, Ф. Н. Плєвако з повним правом називають зразками судового красномовства.

До **соціально-побутового** красномовства належать: ювілейна промова, має урочистий характер, присвячена визначній даті або виголошена на честь окремої особи; вітальна промова; застільна промова, що виголошується на офіційних, наприклад, дипломатичних прийомах; побутова промова; нагробна промова, присвячена людині яка пішла з життя.

Одним з видів соціально-побутового красномовства було придворне красномовство. Він відзначається пристрастю до високого стилю, пишних, штучних метафор та порівнянь. В 19 ст. така пишність, розкіш стилю втрачається. Для промов такого роду характерні: нерегламентований план викладу та опис різних сторін особистості, причому, тільки позитивних. Це панегірик.

Духовне (церковно-богословське) красномовство – стародавній вид красномовства, що має багатий досвід та традиції. Виділяють проповідь, яку виголошують з церковного амвона або в іншому місці для прочан і котра поєднується з церковним дійством, та промову офіційну, яка адресована самим служителям церкви або іншим особам, що мають відношення до офіційного дійства.

Після того як князь Володимир Святославович в 988р. охрестив Русь, в історії давньоруської культури починається період освоєння духовних багатств християнських країн, головним чином, Візантія, створення оригінальних пом'яток мистецтва.

Вже ораторській промові Київської Русі виділяють два підвиди: красномовство дидактичне, або вчительське, що переслідувало цілі морального наставництва, виховання, і панегіричне, або урочисте, присвячене визначним церковним датам або державним подіям. В промовах відображається зацікавленість внутрішнім світом людини, джерелом його поганих та хороших звичок. Засуджується лицемірство, гнів, гордість, пияцтво, балакучість, сріблoloубство. Прославляються мудрість, милосердя. Працелoубство, почуття любові до батьківщини, почуття національної свідомості. Духовне красномовство вивчає наука про християнське церковне проповідництво – гомілетика.

Основу промов будь-якого роду складають загально мовні та міжстильові засоби. Однак кожен вид красномовства має специфічні мовні ознаки, які формують мікросистему з однаковим стилістичним забарвленням.

Форма вираження в ораторській промові може не відшліфовуватись з такою повнотою та ретельністю, як це буває а промові письмовій. Але не можна погодитись із тим, що ораторська промова миттєва. Оратори готуються до виступу, хоча і в різній мірі. Це залежить від їх досвіду, майстерності, кваліфікації і, врешті, від теми виступу та ситуації, в якій виголошується промова. Одна справа – промова на форумі або конференції, а інше – на мітингу: різні форми промови, різний час виголошення, різна аудиторія.

Розважальна промова не має іншої мети окрім тої, що закладена в ній самій. Вона сама собою повинна тішити та розважати слухача. Її мета – просто – *підтримати увагу та інтерес*

слухачів, але тут мається на увазі цікавість, інтерес як самоціль, щоб в приємному спілкуванні провести час. В ній є і вигадка і правда, серйозне та жарт. Вона або проникнута єдністю зв'язана розповідь, або добірка з анекдотів. В ній маємо гумор, багато особистого, іронію, неспішливу серйозність, карикатуру та перебільшення.

Завдання інформаційної **промови** - не лише викликати зацікавленість, а й надати нове уявлення про предмет. Вона може бути розповіддю, описом, поясненням. Розповідь – це рух. Опис розбирає предмет, показує частинки, уточнює їх, як на картинці. Пояснення показує, який предмет у дії або як він влаштований. У всіх інформаційних промовах переважає яка-небудь з цих характерних рис.

Інформаційна промова повинна відповідати наступним вимогам:

- вона не повинна містити ніяких спірних питань;
- повинна викликати цікавість;
- повинна задовольняти запитати слухачів;
- повідомлення має бути актуальним.

Агітаційні (надихаючі) промови можна розділити на три групи: промови з метою надихнути; промови з метою переконати; промови з метою викликати реакцію у відповідь. На практиці, часто-густо ці три види загальних цільових установок перекривають одна одну. Більшість промов, метою яких є переконати, викликають поклик до дії, як і промови, що спонукають до дії.

Переконати – означає розумними доводами довести або спростувати яке-небудь положення. Це цілком логічне завдання. На практиці ці промови розглядають як агітаційні, в котрих будь-якими методами – логічними чи іншими, оратор переконує погодитися з ним в спірному питанні. Але хоча така промова прагне визначити образ мислення та поведінки, вона не є заклик до безпосередньої дії.

Переконуюча промова, як і будь-яка інша, повинна бути цікавою. Щоб забезпечити її цікавий характер необхідно:

- вибирати дійсно спірне питання;
- вибирати питання, що може бути вирішеним.

Якщо слухача переконали, це означає, його, закликали до дії: до нового, до продовження або зупинення попереднього.

Заклик діяти буває прямим або непрямим. Дія може розпочатися коли-небудь або негайно (мається на увазі дія самих слухачів, а не відсутніх).

Агітаційній промові властиві характерні риси інших промов: вона повинна містити необхідні фактичні данні, викликати психічне сприйняття, приводити до згоди.

Окрім цього їй властивий невід'ємний і властивий тільки їй елемент: вона повинна змусити слухача зробити те. Про що просить оратор.

При виборі агітаційної теми потрібно перевірити її зміст з точки зору таких ознак:

- чи викличе вона достатній інтерес;
- чи здатні слухачі діяти;
- чи не занадто сильна опозиція.

Тема 2. Методика та етапи підготовки промови

Етапи підготовки і проведення публічного виступу

Публічний виступ - це усне монологічне висловлення з метою досягнення впливу на аудиторію. У сфері ділового спілкування найбільш часто використовуються такі жанри, як доповідь, інформаційна, привітальна і торгова промова.

В основі класичної схеми ораторського мистецтва лежить 5 етапів:

- 1)добір необхідного матеріалу, змісту публічного виступу (*inventio* - «винахід»),
- 2)Складання плану, розподіл зібраного матеріалу в необхідній логічній послідовності (*dispositio* - «розташування»),
- 3)»Словесне вираження», літературна обробка мови (*elocutio*),
- 4)Завчання, запам'ятовування тексту (*memoria* - «пам'ять»),
- 5)Проголошення (*pronuntiatio*).

Сьогодні в ораторській діяльності виділяють 3 основних етапи: докомунікативний, комунікативний і посткомунікативний.

Докомунікативний	Комунікативний	Посткомунікативний
1.Визначення теми і мети виступу	Проголошення промови	Аналіз промови
2.Оцінка аудиторії й обстановки	Відповіді на запитання, ведення полеміки	
3.Добір матеріалу		
4.Створення тексту		
5.Репетиція		

Антична риторика винятково велике значення надавала підготовці публічного виступу (це чотири з п'яти етапів приведеної схеми). Греки говорили, що промови Демосфена промашені олією нічної лампади, при світлі якої він їх складав.

Підготовка до будь-якого ораторського монологу починається з визначення його теми і мети. Тему визначає або сам автор, або ті, хто запрошує його виголосити промову. Назва виступу повинна бути зрозумілою, чіткою, по можливості короткою. Вона повинна відбивати зміст промови і привертати увагу слухачів (Наприклад: « Чи потрібні нам атомні електростанції?», «Стан охорони праці і техніки безпеки », «Про підготовку до проведення сертифікації виробів». При розробці порядку денного для нарад необхідно особливу увагу звертати на формулювання тим доповідей і повідомлень. Теми повинні орієнтувати людей на участь в обговоренні конкретних проблем. Тому доцільно «розшифровувати» пункт порядку денного «Різне»- людина буде мати можливість заздалегідь підготувати і продумати свій виступ. Деякі промови не мають назв: привітальна, мітингова й інші.

Починаючи розробку тексту, необхідно визначити мету виступу. Оратор повинен ясно уявляти , якої реакції він домагається. Основні цілі публічного монологу - повідомлення і вплив. Оратор може поставити задачу інформувати слухачів, дати певні відомості. Чи він розраховує схвилювати аудиторію, сформулювати у людей переконання, уявлення, що стануть мотивами їхньої поведінки , тобто закликає до якихось дій . Часто ці завдання перехреснюються, сполучаються в одному виступі. Свої прагнення і задачі варто повідомити слухачам.

Важливо оцінити склад майбутньої аудиторії. Хайнц Леммерман - автор підручника з риторики – закликає заздалегідь настроїтися на своїх слухачів, поставити себе на їхнє місце, «побачити речі їх очима». Необхідні дані про тих, на кого розрахована промова - це: освітній рівень, напрямок освіти (гуманітарна, технічна ...), пізнавальні інтереси, стать , вік, ставлення до теми і до оратора.

Завжди легше говорити, звертаючись до однорідного (гомогенного) складу (дилетанти, фахівці, колеги, студенти, люди однакових політичних поглядів і т.д.). Що однорідніша аудиторія, то більш передбачена реакція на виступ. Звертаючись до молоді, не можна

загравати, лестити, повчати, дорікати в незнанні, некомпетентності, підкреслювати свою перевагу, ухилятися від гострих проблем і питань. Перед слухачами з високим рівнем професійної чи наукової підготовки не можна виступати, якщо немає нових поглядів, підходів до рішення проблеми, не можна допускати повтори, тривіальні судження, демонструвати свою перевагу, зловживати цифрами, цитатами, ухилятися від суті проблеми.

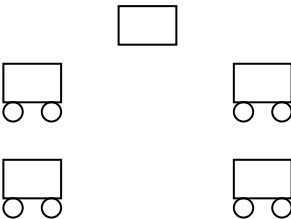
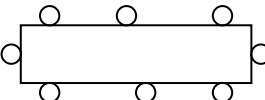
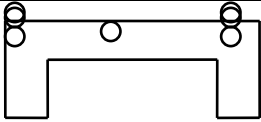
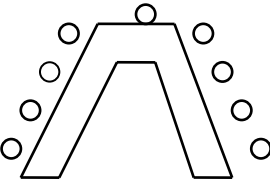
У неоднорідній (гетерогенній) аудиторії виголошувати промову сутужніше. Якщо публіка різна за складом, треба, по можливості, адресувати якийсь фрагмент кожній групі. Варто заздалегідь подумати про те, що сказати окремим, особливо авторитетним, важливим персонам, якщо ви знаєте, що вони прийдуть.

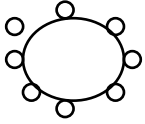
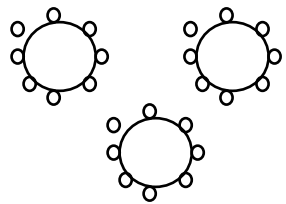
Необхідно також з'ясувати чисельність аудиторії. Великою кількістю слухачів складніше керувати. У переважній більшості людина легковірна, схильна до знеособлювання, не здатна до критики, бачить усе у чорно - білих фарбах, реагує на емоції. Що більша аудиторія, то простіше, наочніше, образніше варто говорити. Знання своїх слухачів, «прицільна» підготовка промови здобувають особливе значення під час обговорення якогось важкого питання у вузькому колі фахівців, ділових людей.

Варто довідатися, у якій обстановці буде проходити виступ - у залі, у кабінеті, є чи там кафедра, стіл, мікрофон ...

Кафедра допомагає сконцентрувати увагу на ораторі, за нею треба розташовуватися вільно, невимушено, установивши і намагаючись зберігати постійну відстань у 20 - 30 сантиметрів між ротом і мікрофоном.

Проксеміка - наука про тимчасову і просторову організацію спілкування - описує наступні способи розміщення слухачів в аудиторії:

Спосіб	Схематичне зображення	Коментарі
1. Аудиторне розміщення		Відокремлює оратора від аудиторії. Зворотний зв'язок ускладнений. Велике число учасників
2. «Конференція»		Офіційно. За субординацією. Може викликати конфронтацію, протистояння думок
3. «Підкова»		Сприяє взаємодії. Доступний візуальний контакт. Гарні можливості контролю
4. – подібне розташування		Дозволяє створити атмосферу співробітництва між співрозмовниками при вкєрївній ролі оратора

5. «Круглий стіл»		Поєднує людей, демократизує атмосферу обговорення проблем.
6. «Кабаре»		Для роботи маленькими групами. Можливі труднощі фокусування уваги

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 3 **АРХІТЕКТОНІКА ПРОМОВИ**

Предмет і закони ораторського мистецтва

Таким чином, ораторське мистецтво можна визначити як комплекс знань, умінь і навичок оратора щодо підготовки і проголошення переконливої промови. Під цим розуміється цілий комплекс знань і умінь: формулювання проблеми, висування ідеї (знаходити предмет розмови), мистецтво архітекtonіки (побудови) самої промови, її композиції; це знання прийомів впливу на аудиторію, це вміння доводити і спростовувати, вміння переконувати; це "вітійство" - мовна майстерність.

Отже, предмет ораторського мистецтва зумовлюється змістом фактичної діяльності оратора і його можна визначити як мисленнєво-мовленнєву діяльність і закони, що її розкривають. Багатьом недосвідченим людям здається, що змістом діяльності оратора є саме висловлювання думки під час промови. Але це не так. Придивимося: мовний апарат діє головним чином в залежності від сили і якості ідей, що приводять його до руху. Якщо ідеї туманні, нечіткі або байдужі промовцю, мовний апарат піддається їм по всіх напрямках: дихання буде поверховим, голос - монотонним, язик заплітатиметься. Тому головна вимога до оратора не до його здібності (" поетами народжуються, ораторами стають"), потенційні здібності є у кожного, а до того, щоб він мав, що сказати і мав потребу висловити це. Але ідею оратор може віднайти і певним чином її довести лише тоді, коли він знає, перед ким він виступатиме. Тому всі моменти мисленнєво-мовленнєвої діяльності тісно пов'язані між собою.

Предмет ораторського мистецтва розкривається через низку законів: аудиторії, стратегії, тактики, мовного (мовленнєвого), ефективної комунікації (динаміки діяльності оратора) та контрольно-аналітичного (рефлексії).

Сутність закону аудиторії є наступна: не існує безадресних промов. Тобто, кожна промова має свого певного, конкретного адресата, аудиторію, і чим краще оратор знає свою аудиторію, чим ретельніше він окреслить її портрет, тим ефективнішою буде його промова. Закон аудиторії формує і розвиває в ораторові вміння вивчати систему ознак аудиторії (формально-ситуативних, соціально-демографічних, соціально-психологічних) і, опираючись на них, вести прицільний пошук ідей та шляхи подальшого її розкриття.

Закон стратегії своїм змістом має розробку основних напрямків промови програми діяльності з урахуванням характеристики аудиторії.

Під напрямками діяльності розуміється послідовне, поетапне визначення мети діяльності, тобто цільової установки, що складається, насамперед, з завдання й надзавдання та тези,

головної ідеї промови. Закон стратегії формує і розвиває в особистості вміння розробляти програму діяльності на основі певної концепції знань і зважаючи на характеристику аудиторії.

Під тактикою оратора розуміється сукупність принципів, способів і засобів (прийомів) реалізації стратегії, тобто розгортання й доведення тези. Цей закон формує і розвиває в особистості вміння оперувати фактами, вибудовувати композицію при застосуванні комплексу основних принципів (логічних та дидактичних), композиційних прийомів та вибору способів розгортання тези. Крім того, тактика - це і використання засобів активізації мисленнєвої активності аудиторії.

Мовний закон має змістом положення про те, що не можна говорити однаково в різних аудиторіях. Кожна аудиторія потребує як певної лексики і певного стилю, так і дотримання мовної норми; грамотності, повної ясності, відповідності ситуації й теми спілкування. Наслідком дотримання мовного закону є вміння людини втілювати свою думку в словесну дію - інтелектуальну і чуттєву (передаючи зміст думки і своє ставлення до неї вербальним способом і підбором емоційно забарвлених слів).

Закон ефективної комунікації (динаміки діяльності оратора) є законом "виконання" вже підготовленої промови. Під час спілкування виявляється, що "словесна дія" може відбуватися зовсім не так, як її підготував промовець. Сприйняття думки аудиторією буде тим ефективнішим, чим краще оратор зможе встановити, зберегти і закріпити контакт з нею (аудиторією). Від цього залежить результат промови, реалізація мети оратора.

Контрольно-аналітичний закон - це оцінка оратором власного стану; результатів мовної діяльності (промови), це вміння оцінювати якість і ефективність виступу. Закон формує і розвиває в особистості вміння рефлексувати, виявляти й аналізувати власні відчуття, робити висновки з помилок - своїх і чужих, а відтак, вміти аналізувати публічні виступи і знати ймовірні практичні результати впливу проголошеної промови. Сукупність законів ораторського мистецтва можна виразити таким чином, у наступній риторичній формулі: А+С+Т+М+ЕК+КА, де А - закон аудиторії, С - закон стратегії, Т - закон тактики, М - закон мовний, ЕК - закон ефективної комунікації, КА - закон контрольно-аналітичний. Ця риторична формула становить певну цілісну систему, в якій кожний компонент зумовлює і доповнює інший, причому всі компоненти побудовані у суворій логічній послідовності. Закон аудиторії, стратегічний, тактичний, мовленнєвий закони, закон ефективної комунікації "працюють" на реалізацію мети оратора, тобто знання цих законів дає можливість людині грамотно впроваджувати задум (концепцію) в суспільстві, оскільки думка може втратити свою цінність досить швидко, якщо вона не знаходить втілення в життя, і, нарешті, закон контрольно-аналітичний поширює свою дію на всі попередні закони, бо опанування цього закону дозволяє людині, по-перше, оцінити якість самої концепції, по-друге, уважно проаналізувати весь процес впровадження, знати сильні й слабкі аспекти власної мисленнєво-мовленнєвої діяльності і тим самим зробити спору справу якнайкраще. Іншими словами, закони риторики, які наведені у риторичній формулі, відбивають системність мисленнєво-мовленнєвої діяльності, що головним чином визначає її результативність, від чого у певній мірі залежить успіх будь-якої конкретної діяльності людини взагалі. Розглянуті закони спрямовані на інтелектуальний розвиток людини, її ерудицію, розвиток таких якостей мислення, як самостійність, самокритичність, глибина, гнучкість, відкритість. Іншими словами, знання й застосування цих законів (а разом з тим і всіх розглянутих проблем) сприяють розвитку вищих інтелектуальних можливостей. Можна зробити висновок, що ораторське мистецтво насамперед вчить людину грамотно мислити, бо, як вважав Сократ, "все, що хочеш сказати, розглянь спочатку в голові своїй, тому що у багатьох язик передре самій думці". Розглянута риторична формула системності законів ораторського

мистецтва - А+С+Т+М+ЕК+ КА - дозволяє проаналізувати питання про фази та етапи діяльності оратора. Передусім наочно показано, що існують перш за все чітко граничні три фази діяльності оратора - докомунікативна (А+С+Т+М), комунікативна(ЕК)та пост-комунікативна - (КА). Щодо етапів діяльності оратора, то їх можна виділити шість: аудиторний, стратегічний, тактичний, мовний (редакційний), комунікативний (виконання промови), контрольно-аналітичний. Оратор постійно дотримується цієї схеми,набираючись досвіду і вміння підготовки ефективної промови.

Починається діяльність оратора з вивчення аудиторії (не з вивчення проблеми, бо мається на увазі, що оратор виступає перед аудиторією з тих проблем, в яких він обізнаний. Так, здається, що юрист у своїй діяльності не візьметься за аналіз годинникового механізму чи космічних кораблів). Вивчивши аудиторію, склавши її портрет, оратор вже може більш точно окреслити тему своєї промови, знайти оригінальну ідею, пройшовши всі моменти (послідовно) в розробці стратегії, аби віднайти єдино придатну для певної аудиторії ідею промови. Потім настає етап тактики - упорядкування матеріалу. Тут проводиться як визначення логічного плану промови, так і архітекτονіки, побудови промови, компонування положень, їх викладення через композиційні прийоми. Після того, як оратор знайшов місце кожному аргументу, композиційну форму промови, можна приступати до її вербального оформлення, стилістичного та технічно-мовного (обмірковувати й визначати необхідну інтонацію, аби вірно передати зміст думки і своє ставлення до неї).

Наступний етап - виконавчий (підготовка вже закінчена), коли оратор проголошує свою промову. Зважаючи на те, що кожна з промов може мати лише один з двох результатів (переконав аудиторію чи не переконав), оратор аналізує отриманий результат на контрольно-аналітичному етапі.

Література

1. Томан Іржі. Мистецтво говорити. - К., 1998.
2. Дейл Карнегі. Учись виступати публічно і впливати на широке коло людей. - К., 2000.
3. Культура ведення дебатів. - Харків, 1988.
4. "Історія світової культури" Л.Т.Левчук. - Київ: "Либідь", 1994 р. - ст. 168-192, всього 310 ст.
5. С.І. Радциг "Історія Давньогрецької літератури", Москва, у "Вища школа", 1999 р.;
6. М. Гаспарова, В. Борухович "Ораторське мистецтво древньої Греції", Москва, "Художня література", 1985 р.;
7. "Антична література", м. Москва, у "Освіту", 1986 р.
8. Історія красномовства. - к., 2000.
9. Українська та зарубіжна культура. Підручник. - к., 1999.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 4

ОРАТОР І АУДИТОРІЯ

Тема 1. Структура ораторського твору та його виголошення

Мовленнєве спілкування - це вмотивований живий процес взаємодії між учасниками комунікації, спрямований на реалізацію конкретної, життєвої, цільової установки, проходить на основі зворотного зв'язку у конкретних видах мовленнєвої діяльності. Він органічно включається в усі інші види діяльності людини (трудова, пізнавальна, громадська та інші).

Мовленнєве спілкування здійснюється між багатьма, декількома чи двома людьми, кожний з яких є носієм активності і очікує її від своїх співрозмовників. Як і будь-яка соціальна активність, мовленнєве спілкування свідоме, цілеспрямоване та взаємне.

Формою вияву мовленнєвого спілкування є мовленнєва поведінка співрозмовників, а змістом – мовленнєва діяльність.

Мовленнєва діяльність і мовленнєва поведінка відрізняються одна від одної своїми результатами.

Результатом мовленнєвої діяльності є думка і текст, а результатом мовленнєвої поведінки виступають відносини між людьми (доброзичливі чи недоброзичливі) та емоції, викликані тією чи іншою мовленнєвою поведінкою співрозмовників.

Формування соціально активної особистості передбачає розвиток мовленнєвого спілкування у поданні двох його сторін: мовленнєвої діяльності і мовленнєвої поведінки. Інакше кажучи, завдання зводиться до формування "комунікативної компетентності, що охоплює не тільки знання системи мови та володіння мовним матеріалом (мовленням), але й дотримання соціальних норм мовленнєвого спілкування, правил мовленнєвої поведінки.

Згідно з розумінням соціолінгвістів, комунікативна компетентність – це не вроджена здібність, а здібність, що формується у взаємодії людини із соціальним середовищем, в процесі засвоєння нею соціально-комунікативного досвіду.

Комунікативна компетентність - це знання, вміння і навички, необхідні для розуміння інших та створення власних програм мовленнєвої поведінки, адекватних цілям, сферам, ситуаціям спілкування. До неї входить:

- знання про основні поняття лінгвістики мовлення (мовознавчі знання): стилі, типи, способи зв'язку речень у тексті і т. і.;
- вміння і навички потрібні для аналізу і тексту;
- власні комунікативні уміння: уміння і навички мовленнєвого спілкування стосовно різних сфер і ситуацій спілкування, беручи до уваги адресата та цілі.

Багатогранність людини, як особистості, втілення її індивідуальних здібностей – дозволяє вивчати її в різних ситуаціях. Людину вивчають в усіх виявленнях її існування і діяльності.

Дослідження комунікативної особистості опиралося на визначення поняття "особистість" як філософської, соціологічної, психологічної та лінгвістичної ("мовна особистість") категорія.

Найбільш повне і систематичне обґрунтування поняття "мовна особистість" викладено в працях Ю. М. Караулові та його послідовників. Мовна особистість розуміється як "сукупність здібностей і характеристик людини, що обумовлює створення і сприймання нею мовленнєвих творів (текстів), як відрізняються за:

- а) ступенем складності мовної культури;
- б) глибиною і точністю відображення дійсності;
- в) певною цільовою спрямованістю.

***Мовна особистість** – це не будь-який мовець, а лише той, хто відповідально ставиться до свого мовлення та володіє сукупністю мовленнєвих вмінь.*

Саме на формування мовної особистості спрямована наука риторика. Вона цікава тим, що в процесі засвоєння її законів і правил людина, яка говорить чи пише – мовна особистість – постійно вдосконалює розум, працює над своїми душевними якостями, духовно підвищується, морально розвивається, звільняється від марномовства й безвідповідального базікання.

Людина діє в межах мовних норм своїх співвітчизників, що говорять однією мовою, але використовує ці норми по-різному: залежно від власного рівня культури, того мовленнєвого завдання, яке їй диктує ситуація спілкування і власна воля, від міри відповідальності за сказане слово, обумовлене її внутрішньою моральною позицією – етосом. Засвоєння риторики як технології створення усного й писемного мовлення, де автор може проявити свою індивідуальність, дозволяє кожному стати розвинутою мовною особистістю, яка здатна:

- володіти етикою мовленнєвого спілкування й поведінки;
- вільно спілкуватися на різні теми;
- виступати з промовою і бути прийнятою публікою й зрозумілою для неї;
- писати тексти в різних жанрах для будь-яких ситуацій і адресатів, орієнтуючись на слухача чи читача;
- зрозуміло і грамотно складати документ, діловий текст;
- послідовно і організовано відстоювати свої думки, свою позицію.

Культура мовленнєвого спілкування передбачає знання правил мовленнєвої міжособистісної взаємодії і вміння використовувати їх у своїй мовленнєвій поведінці.

Культура поведінки – сукупність форм повсякденної поведінки (в праці, в побуті, у спілкуванні з іншими людьми), в яких знаходять зовнішнє відображення моральні чи етичні норми цієї поведінки. Наприклад, вимога поважати інших (моральна норма) стосовно доповсякденної поведінки виявляється у вигляді етичних правил (ввічливість, делікатність, такт, люб'язність), в умінні зберігати час інших і т. д.

*Сукупність правил поведінки, що стосуються відносин з людьми (поводження з оточуючими, форми звертання, поведінка в громадських місцях, манери, одяг), називається **мовним етикетом**.*

в усіх ситуаціях, коли ми знаходимось серед людей, наша мовленнєва поведінка повинна регулюватися двома основними правилами:

- 1) увага до оточуючих, зокрема, до співрозмовника;
- 2) економія часу.

Ці правила самі описуються за допомогою ряду інших правил більш низького порядку (як ознайомитись, як прощатися, як вітати один одного). Так до першого правила відноситься правило ***авторитет співрозмовника***. Воно регулює наші відносини і походить із джерел моралі та етики. Які наказують поважати людину. Саме тому необхідно пам'ятати самому із перших днів учити своїх дітей: "Правило ввічливості забороняє шуміти, турбувати, дратувати оточуючих. Ввічливість вимагає від мене володіння собою у словах і вчинках".

***Етика** - це філософське вчення (об'єктом якого є мораль), що пояснює і зображує походження й сутність моральності, структуру та соціальні функції цього явища. Це наука. Що орієнтується на повсякденні потреби життя людини.*

Проте у "словнику російської мови" (1988) є інше значення цього слова: "норми поведінки, мораль поведінки, мораль людини,, будь-якого класу, громадської чи фахової групи".

Окрім цього, часто використовують (і далі, також, будуть використані) терміни "етикет", "мовний етикет". Коли говорять про етикет, мають на увазі встановлений порядок поведінки, форм поводження.

Мовний етикет – це приклад мовленнєвої поведінки, встановлений в певному суспільстві.

Таким чином, етикет, по суті. Є конкретизованим виявленням положень етики спілкування.

Категорії моралі, безумовно, впливають (і іноді суттєво впливають) на характер мовної комунікації. При цьому більшість філософів в наш час не підтримують думку про існування якоїсь однієї, вірної теорії моралі. Загальне розуміння поняття мораль не може зводитись ані до волі певної вищої істоти, ані до обслуговування економічних і політичних інтересів окремих соціальних груп.

У сучасній літературі по риториці спеціально підкреслюється, що недостатньо розуміти мораль як форму суспільної свідомості чи особливий механізм регулювання поведінки людей, що вона є особливим духовно-практичним відношенням людини до світу. Разом з цим найрізноманітніші концепції моралі при звертанні до тлумачення цінностей життя оперують загальним розумінням добра і зла, обов'язку і сумління, справедливості і щастя.

Принципи моралі, на думку Д. Ягер, можуть враховуватись у етиці ділового мовлення. Під час спілкування з діловим партнером ніколи не розповідайте про своє особисте життя і ніколи не розпитуйте про його особисте життя – ні про сімейні сварки, ні про здоров'я близьких. У більшості випадків ці теми дуже делікатні щоб розпитувати або розповідати про них в установах. Чи атмосфері ділових переговорів. Якщо ж саме вам задали питання з приводу вашого особистого життя, ввічливо ухиліться від відповіді, скажіть: "Зараз про це не варто говорити"; і пам'ятайте: на вашому сумлінні лише ваші відповіді, а хто, про що буде питати – це його справа.

Вміння дотримуватися етичних норм завжди високо цінувалося в суспільстві. Знання норм етики, вміння додержуватися їх у своїй поведінці в мовленні, свідчить про гарні манери. У мовній комунікації під цим мається на увазі володіння культурою етикету, вміння контролювати свої почуття, емоції, управляти своєю поведінкою.

Для дотримання **норм етикету** відносимо прояви таких якостей, як ввічливість, уважність, тактовність, доброзичливість, витримка. Виявляються ці якості через певні мовленнєві дії. Наприклад, якщо людині в даний момент не потрібне спілкування, вона повинна знайти правильний спосіб уникнути його, не образивши співрозмовника. Відвертість не завжди доречна у мовній комунікації, особливо у діловій сфері.

Часто побутовому і діловому спілкуванню шкодить використання вульгарних виразів, грубощів, недоречних слів.

Спираючись на дані статистичного аналізу, Д. Ягер сформулювала **шість основних принципів ділового етикету**, підкріпила їх висловлюваннями керівників великих американських фірм.

1. **Робіть все вчасно.** "Будьте уважні до оточуючих і пам'ятайте про звичайні правила ввічливості, тобто робіть все вчасно, приходьте вчасно, зустрічі заносьте у діловий щоденник. Саме такі дрібниці допомагають більш за все".
2. **Не кажіть зайвого.** "Потрібно дуже уважно слідкувати за тим, що ви кажете й чітко уявляти, які наслідки може мати передача конфіденційної інформації іншим для тих, хто з нею працює".

3. Будьте люб'язні, доброзичливі та привітні. "Культура будь якої організації складається з поглядів та вчинків її співробітників. В кінцевому результаті, лихі задуми і вчинки ніколи не приведуть до позитивних наслідків. Так що, яким би чином до вашої фірми чи до вас не прискіпувались, намагайтесь залишитись ввічливим, привітним і сповненим оптимізму".

Ваші клієнти, замовники, покупці, співробітники чи підлегли можуть скільки завгодно чіплятися до вас – це не важливо: все одно ви повинні поводитись ввічливо, привітно і доброзичливо. Кому подобається працювати з людьми нудними, вередливими та недовірливими? Досягти успіху вам допоможе лише доброзичливе ставлення до інших (це не значить приятелювати з кожним, з ким доводиться спілкуватися на роботі). Якщо всі навколо повторюють, що ви вмієте подобатись, значить, ви на правильному шляху. Одним з важливих елементів вихованості та доброзичливості є мистецтво казати те, що потрібно.

4. Думайте про інших, а не тільки про себе. "Якщо у вас немає достатньо співчуття до ваших клієнтів, немає розуміння їх потреб та проблем – це ваша велика помилка".

Уважним треба бути не тільки з клієнтами чи покупцями, а й із співробітниками, начальством та підлеглими.

Поважайте думки інших, намагайтесь зрозуміти, чому у них та чи інша точка зору. Не починайте одразу сперечатись, коли хтось сумнівається в якості вашої роботи: покажіть, що цінуєте думки і досвід інших людей. Впевненість в собі не повинна заважати вам бути скромним.

5. Одягайтесь доречно. "Перше враження складається при першій зустрічі. Так що справляти його треба зразу ж. дивіться на людей, слухайте їх, обирайте найкращі приклади для наслідування".

Найголовніший принцип, про який ні в якому разі не слід забувати, - це те, що передусім ви повинні прагнути вписатись в оточення на роботі, а всередині цього оточення – в число робітників вашого рівня.

6. Розмовляйте і пишіть гарною мовою. "Той, хто може чітко висловити свою думку, має велику перевагу. Невміння як слід написати чи сказати часто відкидає людину назад, і її здібності можуть пропасти даремно".

Ось шість основних принципів ділового етикету, дотримання яких дозволить виховати в собі гарні манери, такі необхідні кожному не тільки в діловому, а і в повсякденному спілкуванні.

До **етикетних форм спілкування** належать мовні формули вибачення, прохання, подяки згоди/незгоди, привітання, прощання та інші. Мета використання полягає в тому, щоб партнер по діалогу міг вірно ідентифікувати передачу через мовлення тих чи інших почуттів мовця. Дотримання етики у даному випадку відбувається у вигляді адекватної мовної та чуттєвої реакції – відповіді.

На рівні етикетних форм здійснюється і **ритуальне спілкування**. Під цим поняттям слід розуміти вироблений традицією чи встановлений порядок ведення бесіди. Як для побутового, так і для ділового спілкування важливе дотримання вимог етики до мовлення в цілому, про що вже було сказано. Мабуть, в побуті ці вимоги не так суворо регламентуються, як у діловій сфері. Справа в тім, що у побутовому спілкуванні людина реалізує себе як особистість і більш вільна в прояві почуттів, відданні переваги. В діловому спілкуванні головне – професійно виконати свою роль, незнання чи нерозуміння вимог етикету, напевне, негативно позначаться на просуванні по службі. Особливо це стосується спеціалістів сервісу, тому що навіть незначна мовна помилка (неввічливість, нетактовність, різкість) часто може привести до втрати клієнта.

Суспільство вимагає від кожного використовувати при спілкуванні в певних ситуаціях конкретні варіанти мовленнєвої поведінки. Навмисне (чи ненавмисне) порушення етикетних форм (привітання, вибачення, подяки і т. д.) може негативно вплинути на мікроклімат в суспільстві, спричинити соціальні та інші конфлікти.

Норми і форми етики, в цілому, і правила етикету, зокрема, можуть по-різному виявлятися в писемному мовленні, при слуханні чи говорінні. При цьому на види мовленнєвої діяльності впливають у тій чи іншій мірі положення етики, про які вже було сказано.

1. За розташуванням співрозмовників у просторі і в часі розрізняють *контактне* і *дистантне* спілкування. При контактному вони бачать один одного, можуть спиратися на ситуацію спілкування, використовувати міміку, жести. Інтонування. При дистантному спілкуванні люди розділені в просторі і часі, співрозмовник відсутній в полі зору (листування).

2. З точки зору засобів втілення мовного акту (звук, писемний знак, жест) спілкування може бути *усним* чи *писемним*. Усний текст, вироблення якого пов'язане із ситуацією мовлення різні недомовки та підпорядковується правилам відбору розмовної мови.

3. За ступенем комунікативності (наявністю чи відсутністю співрозмовника) визначається *опосередковане* (переклад, різноманітна апаратура) чи *безпосереднє* (діалог, монолог) спілкування. Поняття безпосереднього спілкування пов'язане з контактним (звичайна розмова, бесіда, доповідь та інше). До видів опосередкованого спілкування відносимо телефонну розмову, лист, теле-, радіопрограму, спілкування з книгою.

4. За тим, чи передбачається реакція одержувача інформації чи мовлення односторонній процес, як мовлення диктора на радіо, розрізняють *діалогічне* і *монологічне* спілкування. З точки зору змінної/постійної позиції я – мовця і ти – слухача діалог являє собою текст як суму реплік співрозмовників. Він характеризується відносною стислістю і специфічною "простотою синтаксичної будови реплік". Монолог – мовлення, що належить одній особі, хоча може бути адресований декільком чи багатьом особам. І монологічне і діалогічне мовлення мають багато жанрів.

5. З точки зору кількості учасників розрізняють спілкування *міжособистісне*, *групове* і *масове*. Кількісні відносини "один" – "один" призводять до міжособистісної форми спілкування; "один" – "декілька" – до групової (розмова, дискусія, збори); "один" – "багато" – до масової (преса, радіо, телебачення, виступ та ін.). Писемна форма – спілкування митця з масовим адресатом, з майбутнім читачем.

6. За способом спілкування виділяють *вербальне* (словесне) і *невербальне* (немовленнєве) спілкування.

7. За поставленим завданням виділяють спілкування: *фатичне* (що встановлює контакт), *інформаційне* (нефактичне), *впливаюче* (те, що переконує, навіює). В більшості випадків спілкування починається саме із встановлення контакту. Мета ініціатора спілкування – встановити й підтримати контакт різними засобами (поглядом, інтонацією). Коли ініціатор не розраховує на реакцію-відповідь, він обмежується повідомленням інформації – це інформаційний вид спілкування. Коли ставиться завдання переконати співрозмовника, спілкування приймає переконуючий характер (дискусія, полеміка, публіцистичні висловлення). Впливаючий вид спілкування – проповідь, мовлення гіпнотизера. Навіювання ґрунтується на повній довірі слухачів до мовця, його авторитеті, на некритичному сприйманні інформації. Воно звернене до емоційної сфери слухачів, до їх почуттів та переживань.

8. За своїми зовнішніми умовами та дотриманням соціальних ролей спілкування поділяється на *офіційне* та *неофіційне*.

Розмовна мова - основний функціональний різновид модифікованої мови. В ній виявляється все неофіційне життя людей, всі нюанси людської поведінки, відносини з іншими людьми, переживання і настрої. Миттєвий характер почуття, мовлення, думки приховує складність процесу мовленнєвого спілкування, його залежність від багатьох факторів: психофізіологічного, вікового, соціального, культурного, інтелектуального, ситуаційного.

Розмовна мова – це цілеспрямована людська поведінка. Формування цільової установки мовця починається із загальних процесів орієнтування і завершується чітким переоцінюванням повідомлення (комунікативною інтенцією). В процесі мовлення мовець завжди говорить про себе, як про особистість, що має індивідуальні особливості світосприймання і мовну компетенцію. Необхідною умовою мовленнєвого спілкування є комунікативна зацікавленість адресанта й адресата (адресатів), що обумовлює головний принцип спілкування – рівність його учасників незалежно від соціокультурних характеристик й психологічних ролей.

Вміння слухача зрозуміти комунікативний задум мовця – основна умова успішного мовленнєвого спілкування. Слухач робить інтерпретацію мовного потоку, переосмислює раніше сказане, співвідносить свою "модель" того, що він зрозумів з реальними факторами і поведінкою співрозмовника. Саме в цьому різновиді літературної мови має місце найскладніша взаємодія між мовцем і більш активний характер інтерпретації та евристичність процесів розуміння смислу.

Усіх мовленнєвого спілкування – це здійснення комунікативної мети ініціатора (ініціаторів) спілкування і досягнення співрозмовниками згоди.

1. Необхідною умовою виникнення діалогу і вдалого його завершення є потреба в спілкуванні, у явному вигляді не передається мовними формами, комунікативна зацікавленість.

Наступною важливою умовою вдалого спілкування, вірного сприймання і розуміння – є звернення до світу співрозмовника, близькість світосприймання мовця і слухача. Минулий життєвий досвід співрозмовників, спільні інтереси і культурні канони ведуть за собою швидке порозуміння, що виявляється через стрімкий обмін репліками, такими паралінгвістичними засобами, як міміка, жести, тон, тембр голосу. В інтимній розмові при повній довірі та щирості швидкість реакції – відповіді слухача очевидна і природна, в інших жанрах успіх мовленнєвого спілкування обумовлюється вмінням мовця уявити світ слухача і, відповідно до цього, побудувати свою промову.

3. Головною умовою вдалого мовленнєвого спілкування є вміння слухача пройматися комунікативним задумом (наміром, інтенцією) мовця. Вчені різних напрямків прийшли до висновку, що смислові блоки формуються (здобуваються) на основі певного поєднання мовленнєвих одиниць, що за комбінацією мовленнєвих одиниць можна зробити висновок про знання мовця, його пам'ять, способи використання цих знань, про інформацію, що передається, компонентами якої можуть бути знання, переконання, ціннісні емоції. Комунікативна компетенція передбачає знання соціокультурних норм і стереотипів мовленнєвого спілкування. Так, людина, що володіє цими нормами знає не тільки значення одиниць різного рівня і значення типів комбінацій цих елементів, а й значення соціальних параметрів; наприклад, знайома з прикладами діалогізації мовлення (може використати звертання в різних формах, правдиво висловлювати свою оцінку тому чи іншому факту чи події, що, зазвичай, викликає відгук, співпереживання у відповідь), вміє прогнозувати емотивні реакції і співрозмовників, знає засоби інтимізації спілкування.

4. Успіх спілкування залежить від здатності мовця варіювати спосіб мовленнєвого уявлення про ту чи іншу реальну подію. Це, в першу чергу, пов'язане з можливістю різної концептуалізації навколишнього світу. Світосприйняття індивідуума і мислительної категорії,

що вже склалася, обумовлюють такі **категорії мови** , що формальними засобами різних рівнів мовної системи позначають яке-небудь розуміння навколишнього світу. Ці категорії називаються **функціональними**, так як вони демонструють мову в дії. В мові існують функціональні категорії різних рангів, наприклад, буттєвості, характеристичності, кваліфікації, ідентифікації, оптативності, визначеності, локації і

т. д.

Крім різноманітних способів "сценарного" уявлення про реальні події, мовець мовними засобами завжди передає своє ставлення до предмета мовлення, а також (прямо чи опосередковано) до адресата.

Тема розмови "диктує", мовцю способи її подачі в мовленні. Так, теми патріотизму, особистості, суспільства, обов'язку, кохання потребують особливої лексики, засобів суб'єктивної авторської модальності, що відрізняються від тих, які можуть використовуватись для обговорення кулінарних рецептів або для розповіді про вдале свято.

5. На успіх мовленнєвого спілкування впливають зовнішні обставини: присутність сторонніх, канал спілкування (телефонна розмова, повідомлення на пейджер, записка, лист, бесіда, віч-на-віч), настрої, емоційна установка, фізичний стан – все, що може визначити подальшу долю розмови. Розрізняють спілкування контактне – дистантне; неопосередковане – опосередковане; усне – письмове.

Спілкування буде більш вдалим, якщо воно відбувається в усній формі, співрозмовники знаходяться віч-на-віч. Але навіть сприятливі умови ще не гарантують успіх, згоду. Розмову "створюють" мовні відрізки (репліки), паузи, темп, жести, міміка, погляди, положення тіла, розмова відбувається в часі, і кожна наступна репліка додається до того, що було сказане раніше, взаємодіє з ним. І результат цієї взаємодії непередбачуваний. Атмосфера діалогу стає не менш суттєвою ніж його зміст, і тому "стихія" розмови все більше заволодіває співрозмовниками.

6. Важливим компонентом вдалого мовленнєвого спілкування є знання мовця і норм етичного мовленнєвого спілкування. Незалежно від форм ввічливості, в мові є певний набір висловлювань, закріплений традицією використання мови, які наказують адресату певну форму відповіді.

Етикетна мовленнєва поведінка зумовлена не тільки традиційними питаннями, але і обставинами бесіди, тональністю спілкування – відповіді адресата: репліка повинна вписатись у "контекст" діалогу, тобто бути доречною. Для цього кожному. Хто володіє мовою, необхідно знати смисл "не буквальных виразів", тобто виразів, смисл яких не виводиться із значень слів, що їх складають.

7. Умови вдалого мовленнєвого спілкування і відповідності планів та схем мовленнєвої поведінки співрозмовників, в основі яких лежить певний рівень відносин між людьми і соціальна взаємодія.

Таким чином, успіх мовленнєвого спілкування залежить від бажання учасників через діалог передати свої думки, прохання, повідомити про щось; від уміння визначити всі особливості комунікації. Відповідно до цього організувати свої репліки, що містять в собі інформацію з певного питання, що висловлюють точку зору, спонукають до дії чи питання в оптимальній, за даних обставин, формі. На належному для співрозмовників інтелектуальному рівні. В цікавому ракурсі.

Мовна даність "мовленнєве спілкування" багато в чому формується за допомогою немовних факторів і конструє позамовні сутності: відносини, дії, стани, емоції, знання,

переконання і т. і. Тому і успіх мовленнєвого спілкування, і невдачі далеко не завжди залежать від вибору мовцем мовних форм.

Комунікативні невдачі – це недосягнення ініціатором спілкування комунікативної мети і ширше, прагматичних прагнень, а також, відсутність взаємодії, взаєморозуміння і згоди між учасниками спілкування.

1. Чуже комунікативне середовище заважає учасникам спілкування, так як в такому середовищі панує дисгармонія, відсутня зверненість співрозмовників на феноменальний внутрішній світ один одного. У діалогічному спілкуванні при сторонніх співрозмовники відчують дискомфорт, що заважає їм усвідомити себе в певній ситуації та визначити тональність своєї мовленнєвої поведінки. Не дуже близьке знайомство може посилити дискомфорт і ускладнити пошуки "спільної мови".

2. Серйозною підставою для відчуження учасників бесіди може бути порушення паритетності спілкування. В даному випадку також має місце порушення правила однастайності, кооперації співрозмовників. Це виявляється у домінуванні одного з учасників бесіди.

3. Комунікативні задуми співрозмовників не здійсняться, не виникне згода, якщо живе мовленнєве спілкування буде ритуалізоване. В ритуалізованій репліці всі прагматичні характеристики мовлення (хто-кому-що-навіщо-чому) нівелюють: порушується правило щирого доброзичливого відношення до співрозмовника, тобто етичні норми, а також має місце використання "набору слів" відповідно до ситуації. Мовець не перевіряє "цінність" свого висловлювання за увагою слухачів, його участі в розмові, у створенні змістовної канви спілкування. Конструкції – кліше типу "це ми вже вивчали", розбіжні судження, безапеляційні висловлювання – все це обмежує її шаблонами виразами, в яких немає динаміки, почуття, думки. В ритуалізованих висловлюваннях (і в діалогах в цілому) перерваний живий хід розмови – зв'язок мовця і слухача: "я кажу", "тобі кажу"; адресат не має можливості почути відкрито висловлену аргументацію, а мовець приховує свою точку зору за "відомою" думкою "всіх".

4. Причиною порушення контакту із співрозмовником та припинення розмови може бути недоречне зауваження на адресу слухача з приводу його дій, особистісних якостей, які можна буде зрозуміти як недоброзичливе ставлення мовця (порушення правила кооперації, однастайності, релевантності).

5. Нерозуміння і недосягнення співрозмовниками згоди може бути викликане цілим рядом обставин, коли комунікативні очікування слухача не виправдовуються. І, якщо усунення причин невдалого спілкування, що знаходяться у сфері соціокультурних стереотипів, фону знань, психологічних упереджень (прийняття – неприйняття дій чи рис характеру співрозмовника) взагалі неможливе, то нерозуміння, викликане низьким рівниною культури мовлення і мовних засобів – можуть бути усунені у доброзичливому діалозі.

Тема 2. Оратор і аудиторія: мистецтво публічної взаємодії

В процесі ораторського мовлення, який можна уявити як своєрідну систему, активним елементом, що у кінцевому рахунку визначає стан усієї системи, є оратор. Оратор - будь-яка людина, що проголошує публічну промову.

Якими ж якостями повинен володіти кожен оратор? Об'єктивна умова успіху оратора - глибоке знання предмету промови. Не можна переконати аудиторію в тому, чого сам не вивчив у повному обсязі, в чому сам не впевнений до кінця. Крім того, інформованість оратора у будь-якому випадку повинна перевищувати інформованість слухачів.

Що таке компетентність оратора? Це досконале знання проблеми, яку він висвітлює. Висока ерудиція оратора здатна сама по собі впливати на аудиторію, навіть ворожу, але знання оратора завжди повинні поєднуватися зі старанною підготовкою до кожної публічної промови.

Вища форма ораторського мистецтва - імпровізація. Однак авторська імпровізація полягає зовсім не в здатності говорити про що завгодно. Навпаки, імпровізація - це вміння швидко скласти уявний план промови і обрати відповідну форму висловлювання, імпровізована промова, як правило, енергійніша, емоційніша. Вона сильніше впливає на слухачів, а сам факт імпровізації підвищує авторитет оратора. Особливо важлива імпровізація у відповідях на запитання, в полеміці, в короткому виступі по промові. Але завжди, без виключення, основою успішної імпровізації є глибокі знання і Досвід. Взагалі, ораторська промова повинна бути настільки добре підготовленою, щоб вона здалася слухачам невимушеною імпровізацією.

Друга головна якість оратора - володіння навичками мовлення. І Особливість ораторських навичок полягає в тому, що оратор є не тільки автором промови, але і її виконавцем. Не тільки вміння » підготувати промову, але й вміння вільно поводитися за трибуною, володіти голосом, жестами, мімікою і, на додачу, безпомилково реагувати на поведінку аудиторії, підкоряючи її своїй волі - такі об'єктивні вимоги до оратора, що прагне вплинути на слухачів.

Вже в перший момент появи за трибуною оратор постає перед аудиторією в ролі "лідера", від якого очікують відповідної до цієї ролі поведінки і дій, якого аудиторія готова вислухати.

Ось чому надзвичайно важливо, щоб кожен оратор усвідомив цю роль і виправдав очікування аудиторії. Великою психологічною помилкою є поведінка оратора, який починає промову з вибачення за те, що він не готовий виступати, що він поганий оратор або що у нього мало часу і т.п. Не кажучи про те, що подібний вступ зайва втрата часу, оратор неминуче, ще не почавши промову, різко знижує свій престиж, оскільки, повідомивши про свою непередбачуваність ставить під сумнів значимість усієї промови.

Ніяковість, невпевненість, фальш у поведінці - все це одразу помічається аудиторією і неминуче знижує результат навіть найкращої промови.

Впевненість в собі, однак, не повинна породжувати зарозумілість, пихатість, зневажливе ставлення до аудиторії. Це одразу настроїть слухачів проти оратора.

Ведучи мову про особливість оратора, не можна обійти такі його психічні риси, як сила нервової системи, урівноваження процесів збудження і гальмування і рухливість (або інертність) цих процесів. Оратор із слабкою нервовою системою не здатен довгий час концентрувати свою увагу на змісті промови і реакції аудиторії, він може розгубитися від будь-якого непередбачуваного випадку - падіння стільця, стуку дверей.

"Ідеальний оратор" має сильну нервову систему, урівноважений, володіє достатньою рухливістю процесів збудження і гальмування. Легко зосереджуючись на викладенні своєї теми, він разом з тим, вчасно відповідає на реакцію аудиторії, швидко перебудовуючи у потрібних випадках зміст і форму промови.

Оратор повинен також врахувати особливості свого характеру і темпераменту. Людина з м'яким характером повинна уникати різкого тону, а оратору з рішучим характером і за трибуною потрібно бути твердим і рішучим.

Об'єктивними передумовами успіху публічної промови є голосові якості оратора, дикція, висока культура мови, вірне вимовляння і використання слів.

Щоб виконати своє завдання, оратор повинен володіти значним діапазоном різноманітних знань, умінь і навичок, серед яких найважливішими є:

- вміння зібрати потрібний матеріал для промови і оформити його у відповідності до мети виступу, до законів композиції, логіки і психології, до особливостей усного мовлення і з урахуванням специфіки аудиторії;

- вміння проголосити промову, дотримуючись правил поведінки за трибуною і використовуючи "зворотний зв'язок" з аудиторією;

- бездоганне володіння майстерністю усного мовлення: голосом, інтонацією, мімікою, жестом, дотримання усіх вимог культури мовлення;

- вміння відповідати на запитання слухачів і вести спір. Перераховані основні знання і навички оратора складають зміст ораторського мистецтва як прикладної дисципліни і набуваються в результаті наполегливої праці і постійних тренувань.

На результат виступу оратора завжди впливає оцінка аудиторією його особи. Наприклад, аудиторія завжди схильна більше довіряти академіку чи доктору наук, ніж новачку в науці. Іншими словами, кожен раз існує деякий попередній "настрій" аудиторії до особи оратора, позитивний або негативний, як правило, неусвідомлюваного інтуїтивного характеру. Цей "настрій" в першу чергу визначається авторитетом оратора, його положенням в суспільстві, посадою, знаннями, досвідом. Оратору, який не має авторитету в аудиторії доведеться прикласти додаткових зусиль, щоб завоювати її довіру. Коли молодий оратор вперше з'являється перед аудиторією, завжди корисно, щоб якась авторитетна особа відрекомендувала його слухачам.

Вищеперерахований набір, звичайно, не охоплює всієї множини ораторських рис, які у сукупності і взаємодії утворюють неповторне явище індивідуального ораторського стилю, який є складним поєднанням як фізичних, так і духовних якостей оратора. Один переконує слухачів силою свого натхнення, другий - послідовністю і якістю виконання, третій - переважно іронією, дотепністю і т.п. Можна виділити три основних стилі красномовства:

- 1) жорстко-раціональний, зовнішньо спокійний стиль;
- 2) емоційно-насичений, темпераментний стиль;
- 3) середній, або точніше, синтетичний, в якому зливаються риси першого і другого стилів.

В наш час підвищеної інформованості слухачів активність оратора, вміння поєднати логічність з емоційністю у всіх випадках - обов'язкова передумова його успіху, незалежно від виду промови.

Друга ланка процесу ораторського мовлення - повідомлення, промова, виступ.

В наступних главах докладно будуть розглянуті найбільш важливі проблеми змісту і форми повідомлення, промови.

Аудиторія

Аудиторія - це зібрання деякої кількості людей, які відчують схожі очікування певних переживань чи зацікавленні одним тим самим предметом.

Кожен оратор повинен знати такі основні особливості структури і поведінки аудиторії:

1. Аудиторія ораторського мовлення - це спільність людей, які мають безпосередній контакт один з одним, на відміну від аудиторії масової інформації, де слухачі розділені у просторі.

2. Поведінка аудиторії багато в чому визначається її розміром. Чим малочисельніша аудиторія, тим буденніший характер її настрою. І навпаки, багаточисельні збори вже самим фактом зібрання в одному місці значної кількості людей утворюють урочистість. Тому реакція більшої аудиторії може бути більш інтенсивною, ніж меншої.

3. Поведінка аудиторії залежить також від ступеня однорідності її складу. Аудиторія може бути різною за професійною належністю, соціальним станом, віком, рівнем освіти, інтересами, настроєм і т.п. Це може бути конференція з порівняно однорідним складом слухачів-однодумців, чи аудиторія мітингу, досить аморфного стану, що нагадує натовп з його специфічними характеристиками.

Зрозуміло, що будь-які групи людей, що складають аудиторію, мають хоча б мінімальну спільність мотивів та установок (інакше вони не зібралися б), однак різниця в ступені цієї спільності багато в чому визначає різницю в поведінці аудиторії.

Одна з головних умов успіху ораторської промови — диференційований підхід до аудиторії в залежності від професії, освіченості, віку, життєвого досвіду, релігійних переконань, настроїв.

4. Всім видам аудиторії властиве явище поляризації, тобто концентрації уваги присутніх на одному об'єкті - сцені, ораторі, екрані телевізора і т.п. Максимальний ступінь "поляризації" властивий аудиторії ораторської промови. Цьому сприяє саме середовище публічної промови, коли люди збираються на площі чи у приміщенні, розташовуються в кріслах поруч, обличчям до сцени, трибуни.

5. Одним з факторів, що впливають на поведінку аудиторії є почуття спільності, контакту кожного члена аудиторії з іншими. У відповідності до одного з головних положень соціальної психології, будь-яка група не є простою сумою особистостей і, відповідно, людина, що знаходиться у більшій чи меншій групі, навіть на протязі короткого проміжку часу, відчуває і поводить себе інакше, ніж наодинці. Як правило, група активізує процес мислення індивіда, підвищує рівень сприймання промови.

6. Кожний індивід у складі аудиторії підпадає під внутрішній вплив. Його індивідуальне критичне відношення до того, що відбувається, знижується, він підпадає під так звану "реакцію зараження", його думки і почуття ідуть в одному напрямку з думками і почуттями групи (наприклад, "ланцюгова реакція" сміху, вигуків захоплення чи обурення і т.п.). Як показують дослідження, явище конформізму в тій чи іншій мірі властиве всім людям, хоча його ступінь у різних людей різний. Він залежить від темпераменту, статі, віку, роду занять, а також характеру групи. Чим вищий рівень освіченості і самоусвідомлення особи, тим більше вона потребує переконань, а автоматичне зараження діє на неї послаблено або зовсім не діє.

7. Поведінка аудиторії деколи в значній мірі визначається попереднім настроєм (н-д, музичне оформлення початку зборів).

8. Аудиторії ораторського мовлення властивий той чи інший ступінь організованості (тема зборів, регламент, вибори президіуму і т.п.).

Аудиторія володіє певною системою "соціальних санкцій", які вона застосовує до оратора. Якщо оратор задовольнив очікування аудиторії, вона нагороджує його оплесками чи використовує інші знаки схвалення. Свою незгоду з оратором, негативне відношення до нього аудиторія виражає галасом, вигуками і навіть освистуванням.

Розглянуті особливості можуть бути притаманні різним аудиторіям у різній мірі. Однак всі вони разом і кожна окремо впливають на інтенсивність реакції аудиторії.

Нерозривно пов'язані між собою проблеми сприйняття розуміння аудиторією ораторської промови.

Сприйняття - це аналіз і синтез матеріальних засобів мови: складів слів, речень, інтонацій. Розуміння - це аналіз і синтез змістовних значень всіх цих засобів. Сприйняття і розуміння залежать як від внутрішніх, так і від зовнішніх по відношенню до людини факторів. Наведемо деякі з них. Ефективність сприйняття, розуміння і переробки інформації аудиторією знаходиться насамперед у складній залежності від мотивів, установок, інтересів, системи знань, переконань, а також настрою слухачів. Мотиви спонукають слухачів до відвідання і сприйняття промови. Вони поділяються на мотиви інтелектуального, морального і естетичного плану. Значно вищий ступінь сприйняття промови у слухачів, які прийшли за власним бажанням і нижчий — у слухачів, які прийшли примусово. В останньому випадку оратору доведеться докласти додаткових зусиль, щоб залучити аудиторію до активного процесу сприйняття промови.

Установка - готовність суб'єкта до певного виду діяльності. Чим вищий ступінь відповідності промови установкам аудиторії, тим вища її дієвість і вплив. При цьому часто аудиторія діє вибірково: сприймає інформацію, що співпадає з її установками і намагається відкинути ті положення промови, які з цими установками не співпадають. Інтереси - емоційні прояви пізнавальних потреб людини. Під впливом інтересів люди прагнуть поповнити свої знання, ознайомитись з фактами, що мають для них значимість. За відсутності інтересу до предмету промови в дію вступають системи гальмування психіки людини, які часто заважають сприймати навіть елементарні речі. Тому, щоб промова була сприйнята і зрозуміла; відповідним чином, вона повинна бути цікавою для аудиторії, або бути достатньо емоційною, щоб сформувати цю зацікавленість. Аудиторія може залишатися байдужою до змісту промови чи виступу, якщо вони не зачіпають інтересів слухачів. І навпаки, часто ті чи інші проблеми так захоплюють думки і настрої аудиторії, що л прагнуть отримати відповідь на свої запитання безвідкладно. Досвідчений оратор ніколи не знехтує подібною зацікавленістю, навіть якщо запитання не пов'язані безпосередньо з темою виступу.

Система знань аудиторії, як теоретичних, так і тих, що є результатом власного досвіду, виконує роль посередника при сприйнятті промови. Тому оратор повинен обрати той матеріал і т форму подачі повідомлення, які будуть зрозумілі аудиторії традиційно звичні для неї, інакше найкраща промова не буде сприйнята слухачами.

Система переконань - ідей, цінностей, ідеалів - важливий фактор, що визначає характер сприйняття і розуміння промови. Чим більше ораторська промова відповідає ціннісним орієнтаціям аудиторії, тим повнішим, адекватним буде її сприйняття і розуміння. Можна достеменно "знати значення", "розуміти поняття", але чим є це значення чи це поняття для кожної конкретної людини - особливе питання.

Одні поняття, ідеї, ідеали можуть бути для неї внутрішньо близькими, а головне дієвими, тобто реально управляти її діяльністю, спонукати до діяльності, скеровувати її, а інші залишаться лише словесним знанням, яке ніяк не визначає поведінку конкретної людини.

Активність і ефективність сприйняття і розуміння багато в чому залежать від настрою слухачів. Настрій - це загальний емоційний стан особистості, який визначає і збагачує всі інші прояви психіки. Груповий настрій, зберігаючи загалом риси настрою особистості, володіє і деякими додатковими характеристиками - заразливістю та більшою імпульсивністю.

Описуючи аудиторію, ми говоримо про неї, як про один організм, що володіє єдиною системою установок і оцінок. Однак в аудиторії, в таких самих обставинах, в середовищі, при наявності деякого загального результату кожен слухач сприймає промову по-своєму. Досвідчений оратор, передбачаючи можливу реакцію аудиторії, бере до уваги як особливості групової поведінки слухачів, так і найбільш закономірні особливості поведінки окремих особистостей.

Отже оратор, намагаючись забезпечити якнайкраще сприйняття і розуміння свого виступу, повинен насамперед оцінити весь комплекс основних соціально-психологічних характеристик аудиторії: її установок, мотивів, інтересів, знань, переконань і настроїв.

Разом з соціальними і соціально-психологічними факторами значну роль у сприйнятті і розумінні грають такі психологічні явища, як увага і пам'ять.

Психологи визначають увагу як скерованість і зосередженість психічної діяльності людини на чомусь визначеному, в даному випадку на змісті промови оратора. Скерованість уваги полягає в тому, що присутні слухають саме промову оратора, а не роблять Щось інше. Зосередженість їх психічної діяльності заключається в більшій чи меншій заглибленості в зміст промови та відвертанні Уваги від усього іншого.

Увага під час промови буває вимушеною і невимушеною. Вимушена увага людини залежить від її власної волі і визначається її власними інтересами, власною цільовою установкою. Наприклад, якщо слухачі зібралися на збори з метою отримати конкретні відповіді на питання, що їх хвилюють, треба очікувати підвищеної уваги з їх боку. Чим більше промова оратора відповідає інтересам, установкам та проблемам аудиторії, тим вищий ступінь вимушеної уваги. І, навпаки, чим більше оратор відхиляється від інтересів та установок аудиторії, тим більше він ризикує втратити її увагу.

Невимушена увага не потребує вольових зусиль слухачів, вони не ставлять перед собою мети бути уважними, майстерність оратора може захопити аудиторію сама по собі.

Кожен оратор повинен прагнути поєднати вимушену і невимушену увагу аудиторії, що завжди буде важливою психологічною передумовою його успіху.

Досвідчений оратор завжди враховує час зібрання слухачів: вдень чи ввечері, після роботи чи у вихідний день. Дослідженнями встановлено, що найнижчий рівень розумової діяльності у більшості випадків спостерігається між полуднем і шостою годиною вечора. При сприйнятті нової інформації увага спадає після 30 хвилин зосередженої роботи, після чого потрібен відпочинок чи переключення на новий вид діяльності.

Існують і деякі інші особливості розумової активності та уваги аудиторії. Досвідчений оратор ніколи не стане затягувати промову, добре знаючи, що "вершина" уваги аудиторії знаходиться десь всередині часу, відведеного на виступ. Перевищуючи регламент, оратор ризикує викликати невдоволення аудиторії.

Розуміння тісно пов'язане з таким процесом розумової діяльності, як запам'ятовування. Подібно до уваги запам'ятовування поділяється на невимушене і вимушене. Невимушене запам'ятовування не пов'язане з вольовим зусиллям людини, інформація запам'ятовується сама по собі. Вимушене запам'ятовування потребує вольових зусиль. Чим більше матеріал промови відповідає цілям, мотивам, установкам та інтересам аудиторії, тим вища продуктивність як вимушеного, так і невимушеного запам'ятовування.

Оратор завжди повинен допомогти аудиторії запам'ятати ту чи іншу інформацію. Повідомляючи слухачам дещо нове, він повинен зв'язати це нове зі знаннями слухачів за допомогою асоціацій (по подібності, по контрасту). Як правило, краще запам'ятовується те, що асоціюється з чимось конкретним, образним.

І навпаки, запам'ятовування усного повідомлення погіршується по мірі зростання його абстрактності.

Запам'ятовуванню і усвідомленню інформації допомагає повторення. При повторенні оратор ніби "вбиває" думки в голови слухачів. Однак при одноманітному і багаторазовому повторенні однієї інформації виникає парадоксальне явище "відторгнення" цієї інформації. Тому не варто в промові повторювати одне і теж саме багато разів. Це лише роздратовує слухачів.

Запам'ятовування покращується, якщо найбільш важлива інформація поділяється на ряд пронумерованих пунктів. Наприклад, "Перед нами стоять наступні завдання: перше, друге і т.д.". В цьому випадку промова запам'ятовується краще, оскільки аудиторія асоціює інформацію з відповідними цифрами.

Розуміння і сприйняття промови погіршуються, коли оратор використовує складні фрази, перенасичує мову термінологією.

Отже, процес сучасного ораторського мовлення — це складне і багатогранне явище, сукупність і взаємодія ряду елементів, кожен з яких характеризується цілим комплексом властивостей і якостей.

Розуміння суті процесу ораторського мовлення, постійне вдосконалення своїх знань - обов'язкова умова грамотності оратора. Без цих знань він в значній мірі діє наосліп, тоді як можливість огляду всієї моделі процесу сприяє вибору чи врахуванню таких оптимальних змінних, тобто умов, якостей, властивостей та дій взаємопов'язаних елементів, які об'єктивно забезпечують успіх ораторської промови в будь-якому конкретному середовищі, за будь-яких обставин, зменшуючи тим самим можливий негативний вплив випадковостей.

Контрольні питання:

1. В чому перевага ораторського мовлення над сучасними засобами масової інформації?
2. Які основні характеристики процесу ораторського мовлення?
3. Яке місце займають інтонація, жести, міміка в процесі спілкування між оратором і слухачами?
4. Наведіть елементи моделі ораторського мовлення.
5. Які якості оратора об'єктивно забезпечують успіх його виступу?
6. Як авторитет оратора впливає на успіх чи неуспіх ораторської промови?
7. Які особливості структури та поведінки аудиторії?
8. Які особливості сприйняття та розуміння аудиторії слід враховувати у публічній промові?

Тема 3. Мова, язык, культура мови і мовна діяльність

1. Культура мовлення та його особливості

Культура мовлення – поняття багатозначне. Одне з основних завдань культури мовлення – це охорона літературної мови, її норм. Слід підкреслити, що така охорона є справою національної важливості, оскільки літературна мова – це саме те, що в мовному плані об'єднує націю. Провідну роль в створенні літературної мови на певному історичному етапі розвитку країни відіграє зазвичай найбільш передова, культурна частина суспільства.

Літературна мова – це, звичайно, далеко не те саме, що й мова художньої літератури. В основі мови художньої літератури лежить літературна мова. І більш того, літературна мова ніби

вирастає з мови художньої літератури. Та все ж, мова художньої літератури – це особливе явище. Її головна відмінність складається в тому, що вона несе в собі велике естетичне навантаження. Для досягнення естетичних цілей до мови художньої літератури можуть залучитися діалектики та інші не літературні елементи.

Звичайно, без знань основ культури мовлення в наш час складно собі уявити справжнього інтелігента. А. П. Чехов писав, що для інтелігентної людини дурно говорити так само непристойно, як не уміти читати та писати.

Мова володіє великим арсеналом засобів. Найголовніша вимога до гарного тексту така: з усіх мовних засобів, для створення певного тексту, повинні бути вибрані такі, котрі з максимальною повнотою і ефективністю виконують поставлені завдання спілкування або комунікативні завдання. В теорії культури мови вивчення тексту з точки зору відповідності його мовної структури завданням спілкування отримало назву комунікативного аспекту культури володіння мовою.

Те, що тепер називають комунікативним аспектом культури мовлення, було відомо вже в античності, яка подарувала світу вчення про риторику. Ще один аспект культури мови – етичний. В кожному суспільстві існують свої етичні норми поведінки. Вони стосуються і багатьох моментів спілкування.

Етичний аспект культури мовлення не завжди виступає в явному вигляді. Р. О. Якобсон, лінгвіст зі світовим ім'ям, виділяє шість основних функцій спілкування: визначення позамовної дійсності; ставлення до дійсності; магічна функція; поетична, мета лінгвістична та фактична, або контактоустановча. Якщо при виконанні п'яти перших названих тут функцій етичний аспект проявляє себе, скажімо, зазвичай, то при виконанні контактоустановчої функції він проявляється особливим чином. Контактоустановча функція – це сам факт спілкування, тема при цьому не має великого значення; не має значення й те, гарно чи погано розкривається ця тема. Етичний аспект спілкування виступає на перший план. Вам, наприклад, ніяково йти мовчки з вашим знайомим, з котрим вас, однаке, пов'язує небагато, і ви починаєте розмову про погоду, хоча ні вас ні вашого співрозмовника вона в даний момент не цікавить. Мета такої розмови одна – встановити контакт.

Роль етичних норм в спілкуванні можна прояснити використавши й інший яскравий приклад. Лихослів'я – це теж "спілкування" в якому найбрутальнішим способом порушені саме етичні норми.

Тож, культура мовлення являє собою такий добір і таку організацію мовних засобів, котрі в певній ситуації спілкування при дотриманні сучасних мовних норм і етики спілкування, дозволяють забезпечити найбільший ефект в досягненні поставлених комунікативних завдань.

Мова виконує різні комунікативні завдання, обслуговує різні сфери спілкування: одна справа – мова науки і зовсім інша – повсякденна розмовна мова. Кожна сфера спілкування у відповідності з тими комунікативними завданнями які нею визначаються, ставить до мови свої вимоги. Тому не можна говорити в комунікативному плані про культуру володіння мовою загалом. Мова повинна йти про культуру володіння різними функціональними різновидами мови. Те, що непогано в одному функціональному різновиді мови, виявляється зовсім непристойним в іншому. Дослідженнями встановлено, що усвідомлення процесів власного мовлення, їх механізмів лежить в основі самоконтролю, самооцінки та, в кінцевому випадку поліпшує і зміст, і форму мовлення.

Вивчення мовленнєворозумових процесів та мовленнєвого розвитку людини наводить на висновок, що успіх забезпечується увагою до всіх сторін: до мовлення внутрішнього, зовнішнього, мисленнєвого; до говоріння та аудіювання, до письма та читання. Сучасна

риторика допомагає формуванню майстерності не тільки комунікатора, професійна функція котрого – виступати публічно. Риторика виявляє зацікавленість і до інших форм спілкування, передачі інформації, її обміну; в коло її обов'язків входить виховання слухача, здатного повноцінно сприймати оратора та готового виступити в його ролі, та критика, здатного до оцінки своєї чи чужої промови. Необхідність тренувати фізіологічні органи мовлення була відома ще в давнину. Однак і по наш час ця область самовиховання, доступна кожному, недооцінюється більшістю.

Велике значення належить аудіюванню, сприйманню усного й письмового мовлення. Без сприймання чужого мовлення, без використання досвіду та прикладів досягти успіху неможливо. На всіх вікових сходинках потрібно виховувати в собі установку на форми чужого мовлення, увагу до цього мовлення, навчитися переборювати втому, дослуховувати промову до кінця, розвивати слух, здатність найбільш повно аналізувати прослухану промову. Привчити себе збирати найкращі зразки: афоризми, поетичні образи уривки текстів, влучні звороти мовлення та ін. Риторичні системи завжди спирались на досвід майстрів.

Найважливішою ланкою мовленнєвого самовиховання є такий феномен, як мовленнєва активність. Необхідно мати якнайбільше різноманітної практики та особливо усних виступів.

У людини, яка вільно володіє мовою, особливо рідною, за роки мовного досвіду – слухання, читання, говоріння, письма – формується мовне відчуття, що підказує необхідного слова. Але досвід показує, що не лише початківці, а й навіть досить досвідчені оратори та письменники дуже прискіпливо ставляться до свого вибору.

Хороший мовний смак не менше багатство, ніж естетичний смак в музиці, танці, малярстві. Той, хто володіє таким відчуттям мови, може отримувати художню насолоду від влучного слова, гармонії, що закладена в звучанні мови. Хто ж не володіє таким даром, не зможе в повній мірі відчувати радість від спілкування. Загальні вимоги до мови та її оформлення завжди однакові: говорити зв'язно та розумно, згідно до предмета висловлювання, правильно з точки зору мовних норм, по можливості красиво та яскраво.

Однак кожен проміжок часу, кожна соціальна епоха впливають на конкретний зміст цих загальних норм. Важливо при цьому утриматись на певній мовній висоті, щоб не "зруйнувався зв'язок поколінь", єдина мовна традиція, бо в цьому – наша повага до рідної мови, як до національного духовного багатства.

Темна безграмотна мова плине звідусіль. Відмінки, відміни (змінювати числівники перестали навіть диктори телебачення), наголоси часто невірні. За біднотою мови стоїть убогість емоцій, обмеженість мислення. Вочевидь мудрим був той, хто з жалем зазначив: грамотність – останній прихисток інтелекту.

Хтось може заперечити: маємо явне розширення словникового складу мови, наприклад за рахунок запозичень, а отже і його розвиток. Даний аргумент дже лукавий по своїй сутті, а саме процес, про який іде мова, лякаючий. Гарні та привабливі своїм отруйним кольором слова і вирази заворюють, входять у вживання, нібито навіть не викликають ні морального, ні мовного відчуження.

Вину за функціонування в нашому житті "новомовця", який не може розбірливо та розумно виразити усно і викласти на папері свої думки, повинно взяти на себе все суспільство в цілому. Для цього ми повинні зайняти позицію протистояння тому, що постійно і енергійно захоплює молоді голови.

Мова – як основний засіб людського спілкування – існує лише в людському суспільстві. Зв'язок мови і суспільства двосторонній: немає мови поза суспільством і немає суспільства без мови.

Мова передусім соціальне явище, тому вона не може не відчувати впливу соціальних факторів. Усі зміни суспільної структури в кінцевому результаті відображаються у мові.

Мова даного народу, взята у сукупності притаманних їй рис, що відрізняють її від інших мов, називається загальнонародною, або національною мовою (українською, російською, японською, німецькою, іспанською чи іншою).

Будь яка національна мова не є єдиною за своїм складом, так як її використовують люди, що відрізняються за своїм соціальним положенням, родом занять, рівнем культури, та крім того, використовують її в різних ситуаціях (ділова бесіда, лекція і т. д.). Ці відмінності знаходять своє відображення у різновидах загальнонародної мови. В кожній національній мові виділяють наступні основні різновиди: літературна мова, територіальні діалекти, просторіччя, жаргони.

Літературна мова - це основний засіб комунікації між людьми однієї національності. Вона характеризується двома головними властивостями: озлобленістю і нормативністю.

Озлобленість літературної мови виникає внаслідок цілеспрямованого відбору всього кращого, що є в мові. Цей відбір здійснюється в процесі використання мови внаслідок спеціальних дослідів вченими-філологами, письменниками, психологами, громадськими діячами.

Нормативність виявляється втому, що застосування мовних засобів регулюється єдиною загальнообов'язковою нормою.

Норма як сукупність правил використання слів необхідна для збереження цілісності і зрозумілості національної мови, для передачі інформації від одного покоління іншому. Якби не було єдиної мовної норми, то у мові могли б трапитись такі зміни (наприклад, у лексиці), що люди, які живуть в різних кінцях країни, не розуміли б один одного.

Основні вимоги. Яким повинна відповідати мова, - це її єдність та зрозумілість. Інші різновиди загальнонародної мови не відповідають цим вимогам. Застосування тих чи інших засобів залежить від типу комунікації. Тому мова поділяється на два функціональні різновиди: розмовний та книжний. Відповідно до цього виділяється розмовна і книжкова мова.

В залежності від того, наскільки чітко, ретельно вимовляються слова, в усній розмовній мові розрізняють три стилі вимови: повний, нейтральний, розмовний.

Повний стиль характеризується виразною артикуляцією, ретельною вимовою всіх звуків, нешвидким темпом. Зразки цього стилю можна почути головним чином на публічних виступах досвідчених ораторів, в мовленні професійних дикторів радіо і телебачення.

Нейтральний стиль характеризується достатньою чіткою артикуляцією звуків (тобто "проковтуванням", "скороченням"). Темп мовлення – більш швидкий. Ділові бесіди, переговори та інші ситуації ділового спілкування, як правило, ведуться у нейтральному стилі.

Розмовний стиль - це спосіб вимови, властивий ситуаціям спілкування в побуті, в невимушених умовах. Нечітка артикуляція, "ковтання" звуків і складів, швидкий темп – ось риси, притаманні цьому стилю.

Відмінності між стилями можна продемонструвати на прикладі слова "шістдесят": /шістдесят/ - повний стиль, /шиісят/ - нейтральний, /шсят/ - розмовний.

Діалектом називається різновид загальнонародної мови, що використовується як засіб спілкування між людьми, що об'єднані в щільну територіальну спільність.

В наші дні діалекти руйнуються під впливом літературної мови, яка за допомогою засобів масової інформації проникає у найвіддаленіші регіони. Однак, окремі діалектні особливості (передусім фонетичні) мовлення людини зберігаються протягом всього життя і можуть зникнути лише внаслідок цілеспрямованих занять.

Просторіччя – це ще один різновид загальнонародної мови. На відміну від місцевих діалектів, які територіально обмежені, просторіччя не має прикріпленості до певної місцевості – це мовлення міського неосвіченого населення, що не володіє нормами літературної мови.

Просторіччя утворилось внаслідок змішення різнодіалектного мовлення в умовах міста, куди здавна переселяються люди з різних сільських районів. Основна риса просторіччя - не нормативність, - тобто відсутність в мовленні норм літературної мови: тут можливо все, що існує у системі мови, але без нормативно обумовленого відбору.

Жаргоном (або арго) називають мовлення людей, що входять до певних груп, або людей, яких об'єднує спільна професія. Жаргони не являють собою цілісної системи. Граматика в них така ж як і в національній мові. Специфіка жаргонів полягає у їх лексиці. Багато слів мають особливе значення і іноді за формою відрізняються від загальноновживаних слів.

Професійні жаргони використовуються людьми однієї професії, головним чином при спілкуванні на виробничі теми. В жаргоні льотчиків низ фюзеляжу літака називають брюхом, фігури вищого пілотажу - бочкою, горкою, петлею. В мовленні лікарів наприклад, слова зеленка, касторка, уколи є жаргонізмами.

Соціальний жаргон – це мовлення певної соціально відокремленої групи людей. Часто виникнення соціального жаргону диктується потребами функціонування та життєзабезпечення певної соціальної групи людей.

У сучасній російській мові немає жаргонів, які б створювались з метою закодувати спосіб спілкування. Зараз розповсюджені групові жаргони, що відображають специфічні об'єднання людей за інтересами (боліельники, колекціонери, автолюбители і т. д.). В багатьох мовах існують молодіжні жаргони – шкільні і студентські, для яких притаманна зміна форми і смислу слова з метою створення виразних, емоційно забарвлених засобів (предки шпора, хвіст, кльово).

2. основні якості мовлення.

Риторика завжди вимагала від оратора–менеджера і високої загальної культури, і мовної майстерності. З терміну культура мовлення видно, що мовлення, на відміну від мови, підлягає якісній оцінці: може бути гарним, але й може не заслужити такої похвали.

Ораторський досвід цивілізованих народів дає можливість сформулювати певні загальні вимоги, дотримання яких дозволяє оцінювати певні тексти, виступи, як гарні, показові, варті наслідування.

Перший критерій, що враховується у риторичі, - змістовність мовлення : незалежно від його типу і об'єму висловлювання, в ньому має бути суттєва, важлива для людей, що спілкуються (хоча б для одного з них) думка: мовлення несе в собі нову інформацію, викликає інтерес, навіть захоплення. Цей критерій на перше місце ставив М. В. Ломоносов, а в античному світі – всі видатні оратори від Аристотеля до Квинтиліана.

Як протилежність вище сказаному, мовлення може виявитися малоінформативним, неактуальним за своїм змістом: це марномовство, що зневажалось в усі часи.

Другий критерій – морально-оціночний, те що давні митці назвали етосом: мовлення повинно бути правдивим, відповідати істині, повинно дбати про благородну мету, служити добру, збагачувати учасників діалогу – слухачів.

Відомі і інші погляди: мова дана людині для того, щоб приховувати свої думки; мова не підпорядковується моральним оцінкам і т. д. Дійсно, мова, її засоби не можуть оцінюватись з позицій моралі; не можна казати: російська мова – правдива, а будь-яка інша – брехлива. Але мовлення тим і відрізняється від мови, що воно може бути правдивим чи брехливим, гарним чи поганим, дотепним чи рудним. Можна сказати: він каже неправду.

Часто культуру мовлення тлумачать як "володіння нормами" усної і писемної літературної мови (правилами вимови, використання слів, граматикою і т. д.). але риторична традиція ніколи не відокремлювала мовленнєву форму від важливої функції – передачу змісту.

Третій критерій – логічність мовлення (викладання законів логіки). Логічний критерій потребує дотримання законів тотожності, протиріч, виключеного третього і достатніх підвалин. Цей критерій пов'язаний з першими двома, так як логічність мовлення забезпечує її зв'язок із дійсністю, її інформативність. Послідовність сприяє переконливості, підвищує пізнавальну активність, допомагає зрозуміти задум автора. Логічні помилки несумісні з поняттям "культура мовлення" або "гарне мовлення".

Четвертий критерій пов'язаний з дією механізмів мовлення: мовленнєвою активністю особистості, швидкістю мовленнєвих реакцій у діалозі, швидкістю відбору слів, з механізмами будови речень і тексту, з навичками інтонацій, артикуляцією звуків мовлення і звукосполучень, з умінням говорити тихо – голосно, швидко – повільно. Більша частина цих навичок відноситься до усного мовлення, але їх сукупність обслуговує всі його види: і писемне, і навіть уявне мовлення.

Складність застосування цього критерію в тому, що всі ці навички виробляються протягом довгого часу – роками – процесі мовленнєвої діяльності людини і не можуть, по суті, опиратися на певну систему правил, вказівок. Але недосконала робота механізмів мовлення, на відмінну від інших, не таких помітних вад, відразу помітна при виступі ораторів, вона псує враження.

П'ятий критерій передбачає мовну правильність, тобто обов'язкове володіння нормами літературної мови в наступних сферах:

а) вимовній: перевіряється фонетичними законами, орфографічними словниками і словниками наголосів;

б) використання слів: перевіряється за тлумачними, словниками синонімів та за іншими, де відображаються значення слів;

в) граматичний: перевіряється правилами морфології (утворення форм слів) і синтаксису (сполучення слів, побудова речень), а також граматичними словниками, словниками сполучуваності слів;

г) орфографії і пунктуації: перевіряється правилами орфографії і пунктуації, а також за орфографічним словниками.

Шостий критерій – єдиний, що має юридичну силу: особи, що зробили у творі чи диктанті кількість помилок, що перевищує встановлений максимум, не можуть вступити до вищого навчального закладу, до коледжу, не отримують атестат чи диплом. Порушення мовленнєвої норми також засуджується громадською думкою, і вельми суворо, набагато суворіше, ніж за іншими критеріями культури мовлення.

Сьомий критерій – ясність мовлення, точність вибору мовних засобів в межах норми. Культура мовлення вимірюється вмінням мовця чи того, хто пише вибирати такі слова, таку синтаксичну конструкцію, так побудувати свій текст. Щоб передати саме ті риси, що властиві даному предмету, адекватно передати задум. Точність мовлення потребу. Різноманітності і рухливості мовних засобів.

Вибір, пов'язаний з поняттям комунікативної доцільності: вибирається те слово, той зворот мовлення, що може забезпечити найкраще розуміння висловлювання, найкращий контакт співрозмовників, учасників діалогу. Мова багата на паралельні, синонімічні засоби і в лексиці, і в граматиці, і в фонетичній системі. Людина обирає їх в залежності від обставин, від ситуації: від рівня культури і освіченості учасників спілкування (екстремальні – спокійні), від

соціальної субординації (начальник – підлеглий), від вікових характеристик (дорослі – діти) з міркувань етикету (коректне – приятельське, від стилю (від художнього до наукового) та інше.

Вимоги культури мовлення і комунікативної доцільності будуть порушені, якщо головний менеджер буде розмовляти з підлеглими, так ніби перед ним учні IV класу; якщо дипломат під час підписання міжнародного документа забуде про етикет і заговорить так, ніби дає вказівки своїм підлеглим; якщо письменник, описуючи картини природи перейде на ділове мовлення заготівельника деревини ... Обрані мовні форми повинні бути доречними. Нарешті, вища вимога культури мовлення – це його виразність. В усному варіанті мовлення – це найбагатші, дійсно невичерпні можливості інтонацій, наголосів, пауз, тону, тембру, темпу. Виразність має свою шкалу: від того мінімуму виразності, правильності, що забезпечує розуміння тексту, - до багатокольорового. Артистичного виконання, коли розкривається новий зміст і з'являються певні почуття. До речі, на ступенях артистичного виконання дозволяється жест і міміка.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 5

Тема 1. Мистецтво ораторської промови

Процес підготовки до промови завжди починається з вибору теми та виду виступу і визначення цільової установки.

Тема - це те, про що ведеться мова. На практиці нам рідко доводиться обирати тему виступу: як правило, тема не стільки обирається, скільки задається потребами життя. Це може бути виступ на зборах, учбова лекція, рекламна промова. Тема усного виступу не повинна бути широкою за обсягом.

Оратор не досягне успіху в підготовці виступу, якщо обмежиться лише вибором теми і не подумає про призначення промови. Напевно кожному доводилось спостерігати, як промовці деколи встають і починають говорити, не маючи чіткого уявлення про те, заради чого вони говорять і що, власне, хочуть сказати; в результаті збиваються, перевищують регламент і лише викликають невдоволення аудиторії. Чим менше часу відводиться на виступ, тим менше в ньому повинно бути проблем.

Основні рекомендації при підборі теми.

1. Обирайте тему, яка відповідає вашим знанням та інтересам.

Уявіть, що ви розмовляєте з товаришем, який захоплюється риболовлю. Якщо розпочати з ним розмову про вирощування квітів, а потім перевести розмову на риболовлю, то одразу кинеться в очі різка зміна в товаришеві. У нього з'явиться тема для розмови, яка його цікавить і з якою він обізнаний. Те ж саме стосується і оратора.

Визначаючи тематику, найперше подумайте про ті галузі знань, в яких ви маєте особливий досвід чи теоретичну підготовку. Обирайте таке коло питань, підготовка з яких може дати вам більше знань, ніж мають ваші слухачі.

Не очікуйте, що вас одразу охопить всепоглинаючий інтерес до обраної теми. Натхнення виникає в процесі нагромадження знань і роздумів. Якщо тема захопила вас, можливо вона зацікавить слухачів. Готуючись до виступу, день за днем уживайтесь з темою. За тиждень наполегливої праці ви побудуєте для промови більш солідний фундамент із цікавого фактичного матеріалу, ніж за роки випадкового і байдужого спостерігання. Вона стане для вас найхвилюючим предметом, і коли доведеться виступати публікою, слухачі з цікавістю будуть слухати вас.

2. Підбирайте доречну тему.

Настрій слухачів залежить від місця і часу. В аудиторії один, в особистому житті - інший. В побуті слухачі природно сприймуть те, що в аудиторії їм видається нудним чи смішним. Настрій змінюється і від моменту. На зібранні спортсменів чи політичному мітингу потрібні теми, що відповідають інтересам та умонастроям присутніх, а люди, що зібралися на бенкет, навіть фізично нездатні сприйняти солідний виступ на серйозну тему.

3. Обирайте тему, що відповідає аудиторії.

Тема повинна бути достатньо цікава, достатньо важлива, достатньо зрозуміла для слухачів. Для цього перед вибором теми важливо визначити рівень знань слухачів, їх виховання, рід занять, вік, особисті інтереси. В деяких випадках подібні фактори не мають суттєвого значення. Будь-який предмет, якщо його пояснити просто і конкретно, буде зрозумілий кожній аудиторії. Незрозумілою часто буває не тема, а її викладення, подання; найпростіша річ буде незбагненною, якщо викласти її безладно, безтолково.

Цікавість теми залежить головним чином від: а) основних інтересів аудиторії, б) групових інтересів, в)злободенних інтересів, г)конкретних інтересів, д) новизни теми, е)закладеного конфлікту.

Види виступів

Крім формулювання теми важливо визначити вид виступу. Основними видами (жанрами) ораторського виступу вважаються лекція, доповідь, промова.

Лекції поділяються на одноразові (публічні) і курсові (н-д, учбові лекції). Між ними є суттєва різниця. Учбова лекція, як частина курсу, як правило, є продовженням попередньої або передуює наступній. Аудиторія учбової лекції - однорідний колектив слухачів, Увага яких визначається по меншій мірі двома мотивами — інтелектуальним (отримання знань) і моральним (здача екзамену за прослуханий курс).

Ситуація публічної лекції складніша. Аудиторія тут звичайно змішана, лектор їй невідомий. Це потребує від лектора додаткових зусиль, майстерності адаптації, вміння швидко оцінити аудиторію і перебудовуватись на ходу, враховуючи реакцію присутніх.

В доповіді надаються відомості, ставляться завдання і даються рекомендації, що стосуються діяльності певного колективу. Як правило, доповідь робиться на зборах, нарадах, де вона стає предметом обговорення, критики і доповнюється новими положеннями. У звітній доповіді повідомляється про результати роботи за певний період.

Зразком політичної промови можуть слугувати виступи керівників партій, рухів, уряду. Вони, як правило, носять програмний характер і стосуються важливих внутрішніх і зовнішніх політичних та економічних проблем.

Мета агітаційної промови - в лаконічній та емоційній формі роз'яснити якесь важливе питання і схилити аудиторію на бік оратора.

Агітаційні промови загалом можна розділити на три групи: а) промови з метою надихнути на щось, б) промови з метою переконати в чомусь, в) промови з метою викликати активну реакцію.

Мітингова промова присвячується злободенній проблемі і має високий емоційний накал. Як правило, вона відображає думку, інтереси присутніх і має мобілізуючий характер.

Розважальна промова не має іншої мети, ніж та, що заключається в ній самій. Вона сама по собі повинна розважити, звеселити, потішити слухачів, її часто можна почути на бенкеті чи

в інших обставинах, коли люди зустрічаються з метою приємно провести час. В ній усмішка і серйозна думка, правда і вигадка, гумор, карикатура і перебільшення.

Оцінка аудиторії

Визначаючи тему і вид виступу, оратор повинен оцінити аудиторію і середовище, де відбуватиметься виступ. Оратору-початківцю можна порекомендувати наступну схему оцінки аудиторії.

1. Загальні відомості про аудиторію: який її соціально-демографічний склад (професія, освіта, вік, стать) і ступінь однорідності, які мотиви (інтелектуальні, моральні чи естетичні) спонукали слухачів, які можливі установки і настрої аудиторії, її фізичний стан.

2. Чи зручні час і середовище для сприйняття промови.

3. Відношення аудиторії до теми виступу: наскільки важлива тема для аудиторії, наскільки слухачі ознайомлені з темою, з яких можливих джерел отримала аудиторія інформацію з даної теми.

4. Відношення аудиторії до оратора: яке можливе відношення до оратора; які відомості має аудиторія про оратора; звідки ці відомості; чи зустрічалася з оратором раніше. Перераховані відомості отримують різними шляхами: з особистого знайомства з аудиторією і спостереження за нею, зі спілкування з організаторами зборів і навіть з чуток.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 6

ДІЛОВА РИТОРИКА

Тема 1. Культура ділового спілкування

Форми спілкування людей у колективі

1. Бесіда

Бесіда – це один з основних видів діалогічного спілкування у риторичі. Полягає в колективному обговоренні питання, яке відбувається під керівництвом оратора за активної участі всіх присутніх.

Рекомендації, яких потрібно дотримуватися під час бесіди:

- не треба розмовляти надто голосно;
- можна лише помірно жестикулювати;
- обирати теми, які становлять спільний інтерес для співрозмовників;
- правильно й максимально точно висловлюватися;
- уважно і терпляче вислуховувати співрозмовника;
- постійно стежити за реакцією співрозмовника;
- не нав'язувати товариству власні теми;
- стримувати свої почуття, не насміхатися із співрозмовника;
- завжди пам'ятати про необхідність самоконтролю за інтонацією, тоном, позою, жестами, поглядом;
- знати специфіку мовної поведінки народів, із представниками яких відбувається спілкування;
- говорити щонайсильніше і якомога коротше;
- обережно висловлювати сумніви, підозри, непогодження;

- виявляти дружнє і доброзичливе ставлення до співрозмовників;
- вживати якомога більше слів, які підкреслюють шанобливе ставлення до співрозмовника.

Позитивні якості бесіди: активність, розмовність, контактність, поінформованість.

Фактори, які можуть негативно вплинути на нормальне проведення бесіди: нетактовне обривання на півслові, невиправдане позбавлення можливості висловити свою думку, ігнорування або висміювання аргументів партнера, необґрунтовані підозри, голослівні твердження тощо.

2. Дискусія

Дискусія – публічне (і часто конфліктне) обговорення якоїсь проблеми. Оратор повинен вміти організувати і припинити дискусію в потрібний йому момент. Це обговорення спірного наукового, політичного, дипломатичного та іншого питання, доповіді, проблеми, книги на конференції, зборах, у пресі тощо з метою досягнення спільного рішення, згоди. Дискусивні методи риторики популярні у наукових закладах, під час громадських заходів, конференції, круглих столів.

Основні правила, які потрібно пам'ятати під час дискусії:

- продумайте основний напрямок, головну мету ведення дискусії;
- не бійтесь опонента і не думайте, що він сильніший за вас;
- не будьте самовпевненими: не сподівайтесь, що протилежна сторона є слабшою за вас;
- оцініть недоліки, а особливо позитивні якості опонента, рівень його професіоналізму, освіченості, культури, підступності його характеру, мотиви його вчинків та дій;
- будьте готові вислухати будь-яку точку зору і навіть некоректний випад проти вас;
- чим більшу повагу ви виявите до свого опонента, тим у вас більше можливостей перевести дискусію у конструктивне русло;
- майте мудрість погодитись із вашим опонентом, якщо переконуєтесь, що він правий;
- не намагайтесь нав'язати свою точку зору іншим, доки не вислухаєте своїх опонентів;
- заперечуючи що-небудь, не просто говоріть “ні”, а надайте аргументи, чому ви це робите;
- не давайте спровокувати себе на сварку, некоректну поведінку;
- не намагайтесь перекричати свого опонента, а аргументовано переконайте його.

Телефонна розмова

Телефонна розмова – це один із видів усного мовлення. Це досить специфічний вид мовлення: оскільки співрозмовники не бачать один одного, тому не можуть передати інформацію через міміку, жести, вираз очей та обличчя. Службова телефонна розмова складається з таких компонентів:

момент встановлення зв'язку;
 виклад справи;
 заключні слова, знак, що розмову закінчено.

Якою може бути початкова фраза у службовій телефонній розмові?

Крім фраз “Алло!”, “Я слухаю!”, “Слухаю!”, “Вас слухають!”, які вказують, що зв’язок між сторонами встановлено, можна використати ще й інші фрази: “Бухгалтерія”, “Секретаріат”.

З чого повинен починати розмову той, хто телефонує?

Той, хто телефонує, повинен після привітання передусім назвати себе, відрекомендуватися, не чекаючи, що його впізнають: *Вас турбує Петренко Василь Богданович. Вас турбують із підприємства “Алекс”, головний бухгалтер Слюсарчук Галина Степанівна.*

Як потрібно діяти, якщо Ви помилились номером?

Треба попросити пробачення: “Пробачте, це помилка”. Аналогічною повинна бути поведінка того, до кого зателефонували: не слід сердитися, ображати співрозмовника.

Які початкові фрази можна вважати ввічливими, коли Ви хочете розмовляти не з тим, хто взяв слухавку:

- чи можна попросити...;
- чи не могли б ви покликати...;
- чи не можна покликати...;
- вам не важко попросити...;
- будь ласка, поκληчте...;
- прошу покликати до телефону....

Кому повинна належати ініціатива закінчення розмови?

Зазвичай тому, хто зателефонував, але якщо співрозмовник значно старший за віком або службовим становищем, треба дати можливість закінчити розмову йому.

Наведіть формули закінчення телефонної розмови:

- пробачте за турботу;
- дякую за увагу;
- дякую за дзвінок;
- на все добре;
- до побачення.

Якщо під час телефонної розмови зв’язок раптом перервався, хто повинен набрати номер ще раз?

Той, хто зателефонував.

Як заощадити час на телефонній розмові?

- економте час на фазі першого контакту;
- спочатку повідомте співрозмовника, про що йтиме мова;
- не переривайтеся через інші дзвінки;
- уникайте паралельних розмов з третіми особами;
- уміло завершуйте розмову.

Які формулювання про неможливість покликати колегу до телефону не рекомендують застосовувати?

Не варто казати “у нього важлива розмова”, “він на важливій нараді”. Тоді абонент може образитися, що, мовляв, його розмова не є для вас важливою, отже, його не поважають.

Краще відповісти так:

- Його зараз немає на місці.
- Він пішов на обід.
- Ми чекаємо його близько другої години.

- *Чи не могли б Ви зателефонувати трохи згодом (за годину), він, мабуть, уже буде на місці.*

Дев'ять телефонних “огріхів”:

- незрозуміла мета розмови;
- імпровізація в підготовці розмови;
- несприятливий час для телефонування;
- пошуки номера абонента;
- дзвінок без попередньої підготовки документів;
- заздалегідь не записані ключові слова;
- не пояснена тема розмови;
- монологи замість вислуховувань із постановкою запитань;
- неконкретні домовленості.

4. Наради та їх проведення

Нарада – один із найефективніших способів обговорення життєво важливих питань і прийняття рішень в усіх сферах громадського та виробничого життя. Наради бувають інформаційні та дискусійні.

На інформаційних нарадах учасників ознайомлюють із певними новими відомостями, коротко обговорюють суперечливі моменти і приймають рішення.

На дискусійних нарадах обговорюють якесь одне важливе питання, виступають усі охочі.

Наради корисні лише тоді, коли вони добре організовані і дають можливість розв'язати важливі виробничі проблеми.

Передумови успішної наради:

- нарадою повинен керувати голова – інакше вона перетвориться на порожню балаканину;
- програму наради треба спланувати заздалегідь, а під час наради прагнути до максимальної її реалізації;
- голова не повинен дозволяти ухилятися від основної теми і торкатися питань, що не стосуються суті справи;
- щодо кожного пункту дискусії треба підсумувати сказане;
- наприкінці наради потрібно узагальнити зроблені висновки, а якщо буде поставлено завдання, до кожного з них слід додати:
 - ✓ що треба зробити,
 - ✓ хто що робитиме,
 - ✓ термін виконання кожної справи;
- виконання поставлених завдань має бути вчасно проконтрольоване.

Позитивні риси керівника наради:

- організаторський хист (не дає доповідачам відступати від теми, зупиняє балакучих, підбадьорює неспокійних, стежить за регламентом);
- здатність зосередити свою увагу й зусилля на тому, щоб стежити за ходом дискусії, обдумувати виступи всіх її учасників;
- повинен добирати запитання, аналізувати відповіді, систематизувати різні погляди, робити точні висновки;

- не повинен брати активної участі в дискусії, бо тоді він перестане бути головою;
- повинен по-дружньому ставитися до всіх, нікого не виділяти своєю увагою й нікого не обходити нею;
- має підтримувати доброзичливу атмосферу, щоб дискусія не перетворилася в запальну суперечку;
- у будь-якій ситуації повинен зберігати спокій (навіть якщо всі роздратовані);
- добре, якщо голова має почуття гумору.

Учасники наради:

- повинні дотримуватися теми і порядку денного наради;
- не повинні перебивати один одного, заважати репліками тому, хто говорить;
- не повинні показувати свій поганий настрій, роздратування тощо;
- не повинні бути нетактовними до інших промовців, навіть якщо хтось із них був не на висоті;
- не повинні виявляти недоброзичливість до окремих учасників наради, байдужість до спільної проблеми, інтерес лише до “свого” в цій проблемі, бажання поставити інших у смішне становище, страх не сподобатися начальству;
- виступаючи, повинні пропонувати свій варіант вирішення проблеми; не брати слова, якщо немає конкретної пропозиції;
- не повинні вести між собою надто голосних розмов і суперечок, які заважали б іншим;
- повинні дбати про культуру мовлення й етикет спілкування.