

ТЕТЯНА КАЧАК

АКАДЕМІЧНА РИТОРИКА





**Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника**

Тетяна КАЧАК

АКАДЕМІЧНА РИТОРИКА

Підручник для здобувачів вищої освіти

Івано-Франківськ
Місто НВ
2023

УДК 808.5 (075.8)
К 30

Рекомендовано як підручник для студентів закладів вищої освіти
Вченою радою Прикарпатського національного університету
імені Василя Стефаника
(Протокол № 9 від 1 листопада 2022 р.)

Рецензенти:

Богдан Світлана Калениківна, кандидатка філологічних наук, професорка, завідувачка кафедри історії та культури української мови Волинського національного університету імені Лесі Українки;

Литвин Наталія Богданівна, кандидатка філологічних наук, доцентка кафедри філології та перекладу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Качак Т. Б.

К 30 Академічна риторика. Підручник для здобувачів вищої освіти / Тетяна Качак. Івано-Франківськ: Місто НВ, 2023. 216 с.
ISBN 978-966-428-850-4

Підручник «Академічна риторика» містить систематизований виклад наукових знань із однойменної дисципліни. Його структуру формують три розділи, у яких висвітлено питання риторики як науки, історії її розвитку та законів; розглянуто проблему риторичної (вербальної і невербальної) культури оратора, окреслено ключові аспекти мистецтва переконання; проаналізовано жанри сучасного академічного красномовства й особливості презентації публічного виступу з використанням цифрових інструментів.

Видання адресовано здобувачам освітнього рівня ОР «Магістр» різних спеціальностей, аспірантам та усім, хто цікавиться ораторським мистецтвом, комунікацією в освітньому та академічному середовищі, презентацією наукових досліджень.

УДК

ISBN 978-966-428-850-4

© Качак Т. Б., 2022
© Прикарпатський національний
університет імені Василя Стефаника, 2022

ЗМІСТ

Передмова	4
-----------------	---

РОЗДІЛ 1. Академічна риторика. Теоретичні основи

Риторика як мистецтво, наука і навчальна дисципліна	5
Історія розвитку та особливості академічної риторики	29
Риторика та її закони	62

РОЗДІЛ 2. Риторична культура особистості /педагога і мистецтво переконання

Культура мислення та мовлення оратора	86
Невербальна культура оратора	106
Взаємодія оратора і слухачів	126

РОЗДІЛ 3. Сучасне академічне красномовство. Види і жанри

Жанри академічного красномовства: лекція і промова	139
Жанри академічного красномовства: наукова доповідь і академічна суперечка	171
Цифрові інструменти і технічні засоби академічних / публічних виступів та презентацій	190

Список використаних джерел	208
----------------------------------	-----

Показчик термінів і понять	213
----------------------------------	-----

ПЕРЕДМОВА

«Хто володіє словом, той володіє світом», – так можемо означити важливість мовленнєвих комунікацій, вміння людини спілкуватися, викладати власні думки, переконувати й бути активним учасником інформаційного простору. Сьогодні мистецьке володіння словом, як і мистецтво переконання, є найважливішими інструментами взаємодії, співпраці, вирішення конфліктних ситуацій. Риторика як ораторське мистецтво, мистецтво переконувати є ключовим і базовим компонентом ораторської культури, ефективної комунікації, професіоналізму фахівців багатьох сфер – освітньої, політичної, соціальної, культурної, економічної та ін.

Підручник «Академічна риторика» містить систематизований виклад наукових знань із однойменної дисципліни. Його структуру формують три розділи, у яких висвітлено питання риторики як науки, історії її розвитку та законів; розглянуто проблему риторичної (вербальної і невербальної) культури оратора, окреслено ключові аспекти мистецтва переконання; проаналізовано жанри сучасного академічного красномовства й особливості презентації виступу з використанням цифрових інструментів.

Підручник відповідає навчальній програмі з дисципліни і спрямований на реалізацію мети її вивчення: формування фахівців, які володіють фундаментальними знаннями теоретичних основ риторики та прийомів ораторського мистецтва; професійною риторичною культурою; якісним мовленням та комунікативною компетентністю; практичними й методичними навичками підготовки ораторського твору й проведення публічного виступу з використанням цифрових інструментів; способами переконання й ефективними формами впливу на аудиторію; критичним і креативним мисленням, здатністю до інноваційної діяльності та саморозвитку.

Видання адресовано здобувачам освітнього рівня ОР «Магістр» різних спеціальностей, аспірантам та усім, хто цікавиться ораторським мистецтвом, комунікацією в освітньому та академічному середовищі, презентацією наукових досліджень.

РОЗДІЛ 1.

АКАДЕМІЧНА РИТОРИКА. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ

РИТОРИКА ЯК МИСТЕЦТВО, НАУКА І НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА

План

1. Риторика як мистецтво.
2. Риторика як наука та її зв'язок з іншими науками.
3. Види красномовства.
4. Академічна риторика та її функції.
5. Академічна риторика як навчальна дисципліна.
6. Риторика як мистецтво.

1. Риторика як мистецтво

Риторична культура особистості в сучасному суспільстві є важливою рисою професіонала в соціальній, політичній, освітній чи будь-якій іншій сфері. Мистецьке володіння словом, як і мистецтво переконання, є найважливішим інструментом взаємодії, співпраці, вирішення конфліктних ситуацій. Поєднання теорії і практики ораторського мистецтва – запорука формування риторичної культури особистості, здобувачів освіти різних спеціальностей і напрямів.

***Риторика** – це мистецтво мовлення, професійного володіння словом, мистецтво переконувати. Це вміння правильно, змістовно й конструктивно висловлювати свої думки, красиво говорити, переконуючи слухачів.*

У своїй найпростішій формі риторика – це мистецтво переконувати. Кожного разу, коли ми говоримо, ми подаємо інформацію, висловлюємо емоції, вступаємо в дискусію чи суперечку. Коли ми виступаємо чи презентуємо щось, то прагнемо вразити аудиторію. Пишучи та розмовляючи, ми намагаємось прямо чи опосередко-

вано переконати наших слухачів чи читачів і вплинути на них. Ми працюємо над тим, щоб вони отримали подану інформацію, змінили свою думку, щось зробили або почали мислити по-новому. *«Найкращий оратор той, який своїм словом і повчає слухачів, і дає можливість отримати насолоду, і сильно вражає»*, – казав Цицерон.

Щоб бути ефективним у суспільстві чи професійній сфері, кожен повинен знати та вміти використовувати принципи риторики.

Риторика – це «ораторське мистецтво» або «красномовство». Це поняття має два значення:

1) вид громадсько-політичної та професійної діяльності, мета якої – інформувати та переконувати аудиторію засобами живого слова;

2) високий ступінь майстерності публічного виступу, мистецьке володіння словом»¹ (Шевчук С. В., Клименко І. В.).

Дослідники Х. Макович, Л. Вербицька, Н. Капітан ототожнюють поняття «ораторське мистецтво» із поняттям «ораторська майстерність», трактуючи його як «уміння успішно виступати перед аудиторією». На їх думку, ораторська майстерність може бути вродженою чи сформованою на основі досвіду.

«Ораторська майстерність передбачає вміння природно володіти собою, бездоганно володіти матеріалом, створювати індивідуальний, харизматичний образ оратора. Грамотна мова, великий словниковий запас, логічне структурування тексту, впливова техніка мовлення, вміння контактувати з аудиторією, невербально поводитися та зовнішньо виглядати відповідно до ситуації – це одні з основних чинників ораторської майстерності»².

Оволодіння вище означеними вміннями і навичками є запорукою досягнення поставленої промовцем мети. Основою цього процесу є вивчення риторики як теорії ораторського мистецтва, науки

¹ Шевчук С. В., Клименко І. В. Українська мова за професійним спрямуванням: Підручник. 2-ге вид., виправ. і доповнен. К.: Алерта, 2011. С. 180.

² Макович Х. Я., Вербицька Л. О., Капітан Н. О. Словник термінів і понять з риторики. Львів, 2016. С. 92 – 93.

красномовства, а також опанування змісту й реалізація завдань риторики як навчальної дисципліни.



Риторика – це **мистецтво-Я**, яке шліфується у людському спілкуванні. Розглянемо такий приклад. До зали з аудиторією, що очікує, входить промовець. Він не каже жодного слова, але його одяг, макіяж, постава, зоровий контакт, запах – усе говорить за нього і змушує усіх вірити в його авторитет. А далі – «працює» його мова, ораторське мистецтво, вміння викликати духовність аудиторії, вплинути на неї, вразити її, встановити зворотний зв’язок, а разом з тим переконати слухачів. Так відбувається процес формування себе, а риторика стає частиною нашої ідентичності, мистецтвом-Я.

Риторика – це мистецтво створити комунікативне повідомлення. Продукти мистецтва, як нам відомо, є у формі музики, танцю, живопису, літератури. Через твір мистецтва автори передають певне повідомлення. Так, риторика може бути і кольором, і ритмом, і рухом, і словами, тобто містить усі складові мистецтва. Тому риторика – це мистецтво, а мистецтво – риторика. І така позиція сягає часів Стародавньої Греції, де красномовство розглядали як мистецтво, оскільки античні мислителі ототожнювали риторику з живописом, скульптурою та навіть архітектурою.

Професор Києво-Могилянської академії Феофан Прокопович вважав риторику «царицею душ», «княгинією мистецтв» і вказував на такі її функції, як соціально-організаційну (засіб агітації), культурно-освітню, одержання знань, збудження почуттів, формування громадської думки тощо.

Цікаво, що є два основних напрямки риторики: **логічний**, мета якого полягає в переконанні й ефективному викладі інформації, та **літературний**, де на першому місці – багатство мови і краса слів, а не їх ефективність. Однак, «теорію художньої мови вивчає поетика, а закони елоквенції (красномовства) – риторика. Художнє слово створює побудований на емоційному переживанні образ дійсності. Слово риторичне, не уникаючи часом образу, ґрунтується здебільшого на точному, конкретному значенні»³.

Варто зауважити, що давньогрецькі філософи і ритори Ісократ, Платон, Арістотель, Цицерон розвивали концепцію змістовної риторики, де одним із головних компонентів була ідея, «мистецтво переконання»; Квінтіліан та його послідовники, що утворили так звану школу Квінтіліана, розглядали риторику як «мистецтво говорити витончено».

Більше гіпотез та аргументів щодо риторики як мистецтва читайте у статті Давида Ручника (**David Roochnik**) «Чи є риторика мистецтвом» («**Is Rhetoric an Art?**»)⁴. У цій праці автор міркує про те, чи є риторика мистецтвом, опираючись на аналіз чотирьох ключових моментів. У першому розділі обговорює розуміння риторики Горгієм (Gorgias), зокрема його заперечення риторики і суперечливе тлумачення як «техніки» (techne) (мистецтва, ремесла, професії). Другий розділ містить аргументи Секстуса Емпірікуса (Sextus Empiricus), який заперечує риторику як «techne». Автор статті міркує, як така позиція пов'язана із Сократовою, зокрема щодо невизначеності передбачуваного предмета риторики.

³ Абрамович С. Д., Чикарькова М. Ю. Риторика. Київ: Центр навч. л-ри, 2004. С. 6.

⁴ Roochnik David. Is Rhetoric an Art? *Rhetorica: A Journal of the History of Rhetoric*, Vol. 12, No. 2 (Spring 1994), pp. 127- 154. <https://doi.org/10.1525/rh.1994.12.2.127>
URL: <http://www.jstor.org/stable/10.1525/rh.1994.12.2.127>.

<https://people.bu.edu/roochnik/documents/IsRhetoricanArt.pdf>

Третій розділ присвячено аналізу аргументів Квінтілана (Quintilian), які є своєрідними відповідями Секстусу. А у четвертому розділі Д. Ручник прослідковує зв'язок поглядів Квінтіліана та Ісократ, викладених у праці «Проти софістів».



Дослідник робить висновок про те, що є спільним у «загальному запасі» аргументів у відповіді на питання «Чи є риторика мистецтвом?» і показує, чому аргументація проблеми є важливою.

2. Риторика як наука та її зв'язок з іншими науками. Види риторики

Ми розглянули риторику як мистецтво. Зауважимо, що давні філософи також вважали, що риторика – це наука, яка охоплює значно ширше коло питань, ніж просто мистецтво красиво говорити. У цьому ми могли переконатися, читаючи статтю Давіда Ручика. Давньогрецький філософ, софіст і ритор Горгій (грец. Горγίας, 483 до н. е. – 375 до н. е.) та його послідовники вважали **риторику інструментом громадянського керування**. Арістотель був переконаний, що державний устрій є насамперед мовною організацією суспільства.

***Риторика** (від гр. *ρητορική* – «наука ораторського мистецтва») – це наука про красномовство, теорія ораторського мистецтва.*

Вона виникла в Давній Греції. В Україні значного поширення набула у кінці XVI – на поч. XVII ст. у зв'язку із створенням та функціонуванням братських шкіл та Києво-Могилянської і Острозької академій – вищих навчальних закладів того часу. Там викладали риторику як компонент семи вільних мистецтв або наук. Основу навчання складали «сім вільних наук», які поділялися на «тривіум» (граматика, риторика, діалектика) і «квадріум» (арифметика, геометрія, астрономія, музика).

***Риторика** – наука, яка вивчає способи переконання і впливу на аудиторію з урахуванням її особливостей; методику творення тексту й аргументованого викладу думок – специфіку створення та виголошення промов⁵. Це наука про мовну доцільність та осмислену і коректну мовну діяльність⁶.*

Залежно від того, **ЩО** говорити й **КОМУ**, **риторика** відповідає на запитання, **ЯК** говорити, **ДЛЯ ЧОГО** й **ДЕ**.

Риторика є **класична** й **нова (неориторика)**, **сучасна**. Назви цих видів зумовлені не тільки часовими періодами розвитку риторики як науки, а й специфікою предмета вивчення, кола інтересів.

***Класична риторика** – це наука про загальні, основані на чіткій системі логічних доведень способи переконання у вірогідному чи можливому. Це також майстерність та мистецтво віднаходити ці способи і користуватися логікою аргументації. Класичною риторикою означають і теорію художнього мовлення.*

Період розвитку риторики, яку називають класичною, тривав від її виникнення як науки в Давній Греції в V ст. до н. е. і до II пол. XX ст. (умовно до часу постання сучасного етапу її еволюції, або неориторики). Це перший етап розвитку риторики як науки.

Як зазначають автори «Словника термінів і понять з риторики» Х. Макович, Л. Вербицька та Н. Капітан, класичну риторику трактували як «мистецтво переконання», мистецтво впливу промовця на слухачів. Предметом її вивчення був виступ оратора перед аудиторією. Класична риторика детально вивчала й описувала усі складові риторичної діяльності від задуму та ідеї до створення тексту, його виголошення і релаксації.

У коло інтересів класичної риторики входили проблеми створення ораторського тексту (формулювання його ідеї, теми, розробка концепції тощо), конструювання структури, композиції та мовного оформлення промов, пошуки способів ефективного

⁵ Макович Х. Я., Вербицька Л. О., Капітан Н. О. Словник термінів і понять з риторики. Львів, 2016. С. 109.

⁶ Риторика: Навчально-методичний посібник з курсів «Основи риторики» та «Професійна риторика» / Укл. Гузенко І. І. Львів, 2014. С. 322.

запам'ятовування, удосконалення техніки мовлення, поведінки й культури оратора тощо.

Основними категоріями класичної риторики є логос, етос, пафос, топос. Перші три – це ще й поняття, які маркують важливі критерії: критерій істинності (логос), критерій ширості (етос), критерій відповідності мовної поведінки (пафос).

Класичну риторику формують такі розділи: інвенція, диспозиція, елокуція, елоквенція, меморія, акція, релаксація.

***Неориторика, або нова риторика** – це наука про пошук найпереконливіших аргументів та найвдаліших варіантів висловлювання; теорія і майстерність ефективного (доцільного, впливово, гармонійного) мовлення, публічного виступу і водночас ефективна комунікація в будь-якій галузі життєдіяльності.*

Неориторика, або нова риторика, – це другий етап у розвитку риторики як науки, який розпочався у 60-х роках ХХ століття і триває до нашого часу. Неориторика постає на принципах класичної риторики, але на основі оновлених методів та досягнень найновіших гуманітарних наук: лінгвістики тексту, семіотики, герменевтики, психолінгвістики, теорії мовленнєвої комунікації.

Варто звернути увагу на те, що вже у праці бельгійських учених Х. Перельмана та Л. Олбрехт-Титеки «Нова риторика: Трактат про аргументацію» (1958 р.) були закладені підвалини неориторики як науки «про пошук найпереконливіших аргументів та найвдаліших варіантів висловлювання».

Предметом сучасної риторики все частіше стають закономірності мовленнєвої поведінки у різних ситуаціях спілкування, сферах діяльності, а також вивчення практичних можливостей використання цих закономірностей з метою створення ефективного висловлювання.

Неориторика, як і класична риторика, використовує вчення про етапи підготовки промови, структуру тексту, особливості його змісту й композиції та націленість на аудиторію, пошук контакту з нею, чіткість і виразність мовлення та його аналіз. Неориторика розвивається у двох напрямках: **аргументативна** вивчає найкращі варіанти аргументації виступу, її представляють Х. Перельман, Л. Олбрехт-Титека, С. Тулмін,

Д. Уолтон, І. Гарасимова та ін.) та **лінгвістична**, яка вивчає засоби виразності та переконливості в мовленні, є риторикою тексту. У цьому напрямі основними категоріями неориторики поряд із класичними поняттями виступають поняття «риторичної теорії діалогу» М. Бахтіна, «нової критики здатності судження» Р. Барта. Представниками лінгвістичної риторики є У. Еко, Ю. Лотман та ін.

Порівняння класичної і сучасної риторики у ключових аспектах відображено в таблиці.

	Класична риторика	Неориторика
Часовий період	V ст. до н. е. і до II пол. XX ст.	Від 60-х років XX ст. і до сьогодні
Зміст	«Мистецтво переконання», мистецтво впливу промовця на слухачів	Наука «про пошук найпереконливіших аргументів та найвдаліших варіантів висловлювання; теорія і майстерність ефективного (доцільного, впливового, гармонійного) мовлення, публічного виступу і водночас ефективна комунікація в будь-якій галузі життєдіяльності
Предмет вивчення	Виступ оратора перед аудиторією	Закономірності мовленнєвої поведінки у різних ситуаціях спілкування, сферах діяльності
Коло інтересів	Проблеми створення ораторського тексту (формулювання його ідеї, теми, розробка концепції тощо), конструювання структури, композиції та мовного оформлення промов, пошуки способів ефективного запам'ятовування, удосконалення техніки мовлення, поведінки й культури оратора тощо	Те ж, що і в класичній риторичі, але з урахуванням методів та досягнень найновіших гуманітарних наук: лінгвістики тексту, семіотики, герменевтики, психолінгвістики, теорії мовленнєвої комунікації.

Основні категорії (поняття)	Логос, етос, пафос, топос	Окрім класичних, «риторична теорія діалогу» М. Бахтіна, «нова критика здатності судження» Р. Барта
Основні розділи	Інвенція, диспозиція, елокуція, елоквенція, меморія, акція, релаксація	Аргументативна та лінгвістична неориторика

У сучасному науковому дискурсі риторику розуміємо як вчення про досконале мовлення – ефективне, доцільне, переконливе, впливове, емоційно виразне. Ефективним називають мовлення, яке визначається найменшими втратами в процесі його передачі від мовця до слухача. Це стосується усіх трьох типів інформації, які зазвичай містить мовлення: понятійно-логічної, оціночної, емоційної. Доцільним є таке мовлення, яке повністю відповідає меті мовця, його мовленнєвому наміру. Впливовість мовлення визначає його здатність вплинути на розум і почуття слухача, спонукати його зацікавитися і прийняти те бачення світу, явища, проблеми, яке пропонує мовець.

Через стиль мовлення риторика формує стиль життя особистості, сприяє удосконаленню процесу мислення, зокрема таких його якостей як критичність, гнучкість, оперативність, та процесу мовлення (розвивається точність, стислість, правильність, виразність, чіткість, доцільність тощо).

Риторика – це наука комплексна, адже містить знання з інших дисциплін – філософії, логіки, психології, лінгвістики, етики, сценічної майстерності, літературознавства та ін. Вона тісно пов’язана з іншими науками.

Риторика тісно пов’язана із мовознавством, бо є наукою лінгвістичною, мовознавчою. Її ще називають «живомовною», і такою вона була з часів виникнення. Культ «живого слова» лежить в основі усіх її принципів, категорій та законів. Риторикою послуговуються у всіх сферах суспільного життя, і в цьому її **універсальність**.

Риторика, будучи наукою текстотворчою, орієнтується на закони мислення і мовлення, механізми продукування усного й писем-

ного тексту з метою впливу на слухачів. У цьому контексті варто говорити про риторику як поліаспектну й полігалузеву науку, завдяки якій постають чи розвиваються й інші науки – логіка, філософія, граматики, поетика, етика й естетика.

Мистецтво мовного спілкування в усіх наукових сферах зумовлює трактування риторики як пранауки, яка виникла разом з **філософією** і є її частиною. Предмет філософії – вивчення загальних законів розвитку людини, природи, суспільства, а її завдання – формувати світогляд особистості, тоді як риторика вивчає й описує конкретні закони ефективної мисленнєво-мовної діяльності, продукує правила мовного спілкування. Її завданням є сприяння формуванню цілісного світогляду та морально-етичних норм особистості.

Логіка й риторика – науки, які пов’язані спільним генезисом (логосом) й мисленням, які лежать в їх основах. Якщо логіка розглядає загальні закони мислення, його форми, види, то риторика зосереджує увагу найперше на вербальному мисленні. Теорія доказу – центральна категорія логіки, тоді як у риториці найважливішим є аргумент переконання. Арістотель переконував, що «риторика слугує уяві, а логіка – розумові».

Риторику й етику об’єднують спільні моральні закони, орієнтація на морально-етичні цінності: добро, чесність, справедливість. Від ціннісної позиції оратора залежить дуже багато. Може бути ідеальна промова, але якщо ціннісні орієнтації ратора не відповідають усталеним етичним нормам, то він приречений на неуспіх.

Риторика тісно пов’язана з лінгвістичними науками – граматику, культуру мови, поетику, стилістику, лінгвістику тексту, соціолінгвістику, психолінгвістику. Її називають праматір’ю цих наук, адже в центрі її уваги – типи і види мовленнєвої діяльності. Відмінністю є те, що більшість лінгвістичних наук зосереджені на дослідженні готового тексту чи мовних одиниць, тоді як риторика «забезпечує створення за авторською настановою досконалого тексту відповідно до конкретної настанови»⁷.

⁷ Риторика: навч. посібн. (упор. Т.К. Ісаєнко, А.В. Лисенко). Полтава: Полт. НТУ, 2019. С. 15.

З граматиною риторику поєднують знання законів мови, творення тексту, принципів його аналізу. Ще в часи античності основною метою граматичної школи був розвиток умінь пояснювати літературні тексти через призму риторичної науки. Пізніше вивчення граматики передувало вивченню риторики. Граматика була підготовкою до засвоєння риторики, оскільки забезпечувала реалізацію пропедевтичних завдань, освоєння мовно-літературних одиниць та функцій. Але якщо спочатку граматика, риторика й діалектика формували цикл вільних наук (*artes liberales*), то з часом граматика поглинула риторику.

Однак, варто зазначити, що риторика активно розвивалася в епоху Ренесансу (XV—XVI ст.) і була основою гуманістичної освіти в усіх університетах Європи. Риторику цінували за те, що вона сприяла встановленню духовних контактів між людьми, вдосконаленню моралі. Мова, слово – центральна категорія епохи Відродження. Тому й не дивно, що література цього періоду є вершиною і знаковою, а риторику сприймають як культуру інтелекту.

У барокові часи значення риторики тільки зростає, посилюється романтичний стиль вираження думки. У результаті виникає бароковий (розкішний) стиль, розширюються стилістичні студії, активно досліджують стиль автора, народу, епохи. Ці процеси передували тому, що пізніше місце риторики в системі мовознавчих наук займає стилістика.

Риторика стає універсальним знаряддям для гуманістів у їхніх ораторських виступах, текстах й викладах думок на різні теми.

Починаючи з XVII ст. риторика втрачає зв'язки з філософією, яка стає основою математики; позбавляється діалектико-логічних правил і перетворюється в науку штучних форм, надмірних оздоб, однак утримується в гуманітарній освіті і збагачує своїм змістом, окремими підсистемами й правилами інші науки та навчальні дисципліни. Риторика частково входить у граматику, педагогіку, філософію, естетику.

Риторика тісно пов'язана із **лінгвостилістикою**, яка досліджує стилістичну систему національної мови, закономірності функціонування мови в різних сферах спілкування. У той же час ритори-

ка показує, як можна використати стилістичний потенціал мови в ораторському мистецтві.

Культура мови, як необхідний етап оволодіння мовою, набуття комунікативних якостей (правильність, точність, ясність, виразність, образність, багатство) мовцями пов'язана з риторикою, як наступним етапом реалізації цих комунікативних якостей мови у видах публічного мовлення.

Спорідненою наукою риторика є і з **поетикою, естетикою**. Не випадково у давнину поетику називали другою риторикою. Їх об'єднує увага до проблем мовної організації тексту, його спрямованості на донесення художнього задуму, ідеї, концепції до слухачів чи читачів. Образність мови теж є спільною категорією для цих наук.

Т. Ісаєнко і А. Лисенко в навчальному посібнику візуалізували зв'язок риторики з іншими науками у таблиці, яку наводимо нижче⁸.

Наука	Що вивчає?	Риторика	Спільне
Філософія	Загальні закони розвитку людини, природи, суспільства, формує світогляд особистості	Конкретні закони ефективної мисленнєво-мовленнєвої діяльності, сприяє формуванню цілісного світогляду людини	Формування світогляду особистості
Логіка	Загальні закони мислення, його форми, види	Вербальне мислення	Закони мислення
Етика	Мораль у всіх її вимірах і сферах функціонування	Моральну поведінку оратора, моральний зміст промови	Моральні закони

⁸ Риторика: навч. посібн. (упор. Т. К. Ісаєнко, А.В. Лисенко). Полтава: ПолтНТУ, 2019. 247с. С. 16 – 17.

Психологія	Чуттєвемоційну сферу життєдіяльності людини; підсвідомість і закони, які нею керують	Чуттєвемоційну сферу вербального мислення та мисленнєвомовленнєвої переконуючої діяльності	Чуттєвемоційна сфера особистості
Поетика	Мистецтво поетичної мови	Мистецтво прозової мови	Мовленнєва діяльність, текст
Герменевтика	Розуміння тексту	Створення тексту	Текст
Стилістика	Закономірності функціонування мови в різних сферах спілкування	Використання стилістичного потенціалу мови у публічному мовленні	Мовленнєва діяльність, текст
Культура мови	Комунікативні якості мови у статичності	Комунікативні якості мови в динаміці	Мовленнєва діяльність

3. Види красномовства

Класифікація видів риторики не є сталою. Вона змінюється з її розвитком. Так, у Древній Греції розрізняли такі види риторики: політична чи дорадча промова, судова й урочиста, або епідейктична промови. Також оратори виголошували «надгробне слово», присвячене пам'яті відомої особи.

Арістотель у своїй праці *«Риторика»* пише про два види промов: зарання написаної і проголошеної (вивченої напам'ять) промови. Перша – точна, суха, без афектів. Друга – творча, акторська, виголошена вільно. Він також класифікував промови на дорадчі, судові та епідейктичні (урочисті).

Цицерон у праці *«Про оратора»* розрізняв три роди красномовства і пов'язував їх з типами самих ораторів: *«Перш за все – ора-*

тори велемовні, з високою силою думки, з урочистими виразами, рішучі... Другий рід – це оратори стримані й проникливі, всьому повчають, все роз'яснюють. Між цими двома групами (родами) є ще одна – середня, яка не використовує ні тонкої передбачливості других, ні буйного натиску перших, хоч близька до обох».

У XVII – XVIII ст. класифікація видів красномовства дещо розширилася. Розрізняли п'ять основних видів риторики:

1. Соціально-політичне красномовство – доповідь на соціально-політичні та політично-економічні теми, звітна доповідь, політична дипломатія, військово-патріотична, мітингова, ораторська промови, політичний огляд.
2. Академічне (наукове) та лекційне красномовство – лекція, наукова доповідь чи огляд, наукове повідомлення або інформація.
3. Судове красномовство – прокурорська (звинувачувальна) промова. Адвокатська (захисна) промова, самозахисна промова обвинуваченого.
4. Соціально-побутове красномовство – ювілейна, застільна або поминальна промови, «світське базікання» як щось легке, природне та приємне, без дискусій, суперечок і полемік.
5. Богословська риторика – церковне (духовне) красномовство – проповідь, промова в соборі (за О. Олійник)⁹.

Таку ж класифікацію використовують у навчальному посібнику «Риторика» С. Абрамович та М. Чикарькова. Вони аналізують п'ять основних видів красномовства: академічне, політичне, юридичне (судове), церковне та суспільно-побутове.¹⁰ Опираючись на ці праці, а також дослідження Г. Сагач, можемо запропонувати таку узагальнену таблицю родів і видів риторики:

⁹ Олійник О. Б. Риторика. Навч. посібн. К.: Кондор, 2009. 170 с.

¹⁰ Абрамович С. Д., Чикарькова М. Ю. Риторика. Київ: Центр навч. л-ри, 2004. С. 110.

А. Рід красномовства	Б. Вид красномовства
I. Соціально-політичне красномовство	Доповіді на соціально-політичні та політико-економічні теми. Звітна доповідь на зборах (конференції, з'їзді). Дипломатична промова. Військово-патріотична промова. Політичний огляд. Мітингова промова.
II. Академічне красномовство	Лекція вузівська. Наукова доповідь. Науковий огляд. Наукове повідомлення чи інформація.
III. Судове красномовство	Прокурорська (звинувачувача) промова. Промова громадського звинувачу. Адвокатська (захисна) промова. Промова громадського захисника. Самозахисна промова підсудного.
IV. Соціально-побутове красномовство.	Ювілейна промова (або похвальна). Застільна промова – тост. Надгробне слово (поминальна промова).
V. Богословсько-церковне красномовство	Доповідь. Промова (на соборі) під час собору.

У сучасній риториці немає одностайності щодо питання класифікації родів і видів риторики. Деякі дослідники залежно від сфери використання розрізняють до десяти видів риторики: соціально-політичне, академічне, судове, соціально-побутове, дипломатичне, військове, лекційне, торговельне, церковно-богословське, педагогічне, дискусійне красномовство. Однак, ця класифікація не є досконалою, оскільки деякі позиції дублюють одна одну. П. Сопер вважає, що доцільно говорити лише про два види красномовства – інформаційне та агітаційне. Але така класифікація неповна, адже не враховує інші зразки риторичного мистецтва.

Галина Сагач зауважує, що роди й види ораторського мистецтва сучасності також розрізняються на основі ораторського монологу й ораторського діалогу¹¹.

¹¹ Сагач Г. Риторика. Навч. посібн. Вид. 2-е, перероб. і доп. К.: Вид-дім «Ін Юре», 2000. С. 117.

Основні форми ораторського монологу: соціально-політичне красномовство, парламентське красномовство, академічне, соціально-побутове, судове, лекційно-пропагандистське, дипломатичне, військове, торговельне (рекламне), церковне-богословське (гомілетика).

Ораторський діалог – дискусивно-полемічне (або діалогічне) красномовство. Це – суперечка, дискусія, диспут, полеміка, бесіда, ділова нарада, інтерв'ю, прес-конференція, ділова гра, вечір запитань і відповідей.

4. Академічна риторика та її функції

Академічне красномовство – один з найдавніших видів ораторського мистецтва. Його розвиток тісно пов'язаний із розвитком освіти і науки.

Академічна риторика – академічне красномовство – один із видів ораторського мистецтва, який застосовують у науковій та освітній сферах. Це ораторська діяльність науковця та викладача, результатом якої є доповідь про результати дослідження або популяризування досягнення науки¹².

Формування академічного красномовства як виду ораторського мистецтва розпочалося ще в Давній Греції з діяльності Платона та Арістотеля. Платон у IV ст. до н. е. (бл. 387 р. до н. е.) поблизу Афін заснував Академію – філософську школу.

Слово «Академія» походить від гр. Ἀκαδημία. Первинно так називались сади, які належали міфічному героєві Академу і в яких читав лекції Платон. Тепер слово «Академія» означає процес здобуття (дослідження), збереження і передачі знань від покоління до покоління, а також використовується на позначення сукупності персоналій, установ та організацій, які займаються цим (наукових, навчальних та мистецьких закладів).

Антична академічна риторика була невимушеною, так Платон і Арістотель читали лекції під час прогулянок з учнями. Але

¹² Спанатій Л. С. Риторика: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: Видавничий дім «Ін Юре», 2008. С. 73.

згодом школа ставала більш регламентованою, а форма викладу в ній – лекція – усталеною. Лекція і диспут домінують в академічному красномовстві європейських університетів і досягають найбільшого розквіту після епохи Ренесансу, коли наука звільняється від схоластики.

Академічна риторика в Україні бере початки з часів Київської Русі і пов'язана із появою перших шкіл (за літописами це X–XI ст.), просвітницькою діяльністю Ярослава Мудрого, князя Володимира та багатьох інших культурних діячів. Значного розвитку набуває у XVI–XVII ст. у братських школах, а згодом у Острозькій та Києво-Могилянській Академіях. Пізніше – в інших університетах Києва, Львова, Харкова. Видатними представниками українського академічного красномовства були Феофан Прокопович, Григорій Сковорода, Петро Могила, Михайло Максимович, Микола Костомаров, Василь Єрмаков.

Мова науки, термінологія, спосіб викладення і навіть адаптація виступу відповідно до аудиторії – важливі аспекти академічного красномовства.

***Головні риси академічного красномовства** – дотримання логічних законів і правил, точність мислення, аргументованість (доказовість), відсутність двозначності, конкретність, чіткість термінології. Академічне красномовство поділяється на два види (монологічне і діалогічне).*

***Жанри академічної риторики** монологічного виду – лекція, наукова доповідь, наукове повідомлення, виступ на семінарі, колоквіумі, диспуті, тези доповіді, реферат та ін. До діалогічного належать дискусія, полеміка, диспут, запитання-відповіді, дебати, бесіда.*

Академічне красномовство поділяється на три види:

- 1) власне академічне (наукова доповідь, реферат, огляд, дискусія);
- 2) вузівське красномовство (лекція, цикл лекцій);
- 3) шкільне красномовство (шкільна лекція, розповідь, опис, бесіда тощо).



Таку класифікацію поділяють Г. Сагач, С. Абрамович, М. Чікарькова.

Варто звернути увагу на ще один вид красномовства – **педагогічну риторику**. О. Кучерук, опираючись на розвідки Н. Десяєвої трактує поняття «педагогічна риторика» як галузь знань про закономірності створення й умови ефективності професійного публічного мовлення педагога. Основна мета педагогічної риторики – формування й розвиток мовної особистості майбутнього вчителя, який свідомо володіє засобами педагогічної комунікації для управління пізнавальною діяльністю учнів, їхнім особистісним розвитком, для організації професійного спілкування членів педагогічного товариства, для репрезентації професійних цінностей у публічному мовленні¹³.

¹³ Кучерук О. Педагогічна риторика як об'єкт наукового дослідження. *Педагогічна риторика: історія, теорія, практика: монографія* / [О. А. Кучерук, Н. Б. Голуб, О. М. Горошкіна, С. О. Караман та ін.]; за ред. О. А. Кучерук. Київ: КНТ, 2016. С. 9.

Академічна риторика із педагогічною риторикою перебувають у відношеннях взаємодоповнення як розділи галузевої риторики. Закони й принципи творення і сприймання мовлення, тексту, адресованого учнівській аудиторії, є актуальними компонентами в академічній риторичі. Однак, академічне красномовство має свою специфіку, яка полягає в тому, що мовленнєва діяльність в академічному середовищі не тільки відходить від дидактичного спрямування, а й глибоко наукова, побудована на авторських ґрунтовних дослідженнях, більш публічна.

Завдяки мовленню педагог забезпечує вирішення освітніх та виховних завдань. Академічне впливове мовлення дозволяє викласти матеріал доступно й цікаво. Педагогічну й академічну риторику поєднує завдання – передача адресату наукових знань, тому зразки академічного красномовства використовуються в шкільній риторичі й навпаки.

Сьогодні, в умовах онлайн-навчання, відбувається трансформація як жанрів академічної та педагогічної риторики, так і засобів й інструментів створення й презентації текстів, виступів. Форма ж лекції набуває діалогічної форми, нетрадиційних моделей, попри те, що мета комунікації викладача і студента залишається сталою.

Сучасні фахівці Л. Мацько, О. Мацько питання зв'язку педагогічної та академічної риторики порушують у контексті публічного красномовства¹⁴. Ми можемо порівняти характеристики академічної риторики, наведені вище, та ознаки педагогічної риторики, запропоновані О. Кучерук.

«Педагогічній риторичі як різновиду публічного красномовства притаманні такі характеристики:

- а) за тематикою й цілями вона багатоаспектна;
- б) за змістом педагогічне красномовство багатогранне та має важливе значення для суспільства й освіти;
- в) за формою вираження педагогічна риторика може бути усною чи писемною;
- г) за функціональним типом мовленнєва риторика педагога може бути розповіддю, описом, міркуванням або змішаного типу (на основі поєднання елементів названих типів мовлення);

¹⁴ Мацько Л. І. Риторика: [навч. посіб.] / Л. І. Мацько, О. М. Мацько. [2-е вид., стер.]. К.: Вища шк., 2006. С. 197 – 200.

- г) за різновидом усного мовлення – діалогом чи монологом;
- д) за характером мовленнєвої діяльності риторика вчителя є складною, тобто, з одного боку, підготовленою, а з іншого – імпровізаційною;
- е) за характером ситуацій педагогічного спілкування вона може бути формальною чи неформальною»¹⁵.

Академічна риторика – наука синтетична, адже постає на перехресті філософії, логіки, психології, етики, лінгвістики, сценічної майстерності, виразного читання, літератури, герменевтики і містить багато їхніх компонентів. Вона поєднала і науку, і мистецтво переконливої комунікації¹⁶.

Окрім розглянутих вище зв'язків риторики з іншими науками, у контексті розмови про академічну риторику зазначимо, що вона тісно пов'язана з інформатикою. Мистецтво презентації промови чи виступу, а також онлайн-лекції, дискусії і виступи на форумах вимагають активного використання ІТ-технологій та цифрових інструментів.

5. Академічна риторика як навчальна дисципліна

Академічна риторика є однією із базових дисциплін у підготовці фахівців у багатьох університетах України. Це комплексна наука, яка входить до складу філософсько-філологічних дисциплін. У наш час відновлюється традиція викладання риторики у закладах вищої освіти, яка панувала в українських університетах на початках їх функціонування, але була знищена радянською системою, перетворена в ідеологічну пропаганду.

Традиційно академічна риторика вважалася класичною наукою, мета якої – сформувати ораторську культуру як основу професіоналізму фахівця-гуманітарія і будь-якої іншої галузі, суспільства

¹⁵ Кучерук О. Педагогічна риторика як об'єкт наукового дослідження. *Педагогічна риторика: історія, теорія, практика*: монографія / [О. А. Кучерук, Н. Б. Голуб, О. М. Горошкіна, С. О. Караман та ін.]; за ред. О. А. Кучерук. Київ: КНТ, 2016. С. 11.

¹⁶ Академічна риторика: навчально-методичний посібник / Автор. колектив: Сивачук Н. П., Снігур І. М., Санівський О. М. Умань, 2013. 374 с.

загалом. Це наука, яка базується на знанні мови, її законів, культури мовлення. Саме мова моделює вчинки людини й дозволяє їй реалізувати себе як духовну особистість. В її основі – знання творення й презентації тексту. Риторика – це й наука, яка вчить бути успішними, конкурентоспроможними фахівцями, блискучими мовцями й комунікантами в різних ситуаціях спілкування.

У контексті підготовки майбутніх учителів чи педагогів спеціальної освіти, у тому числі логопедів, **мета вивчення академічної риторики** полягає у формуванні риторичних культуромовних особистостей вчителів (викладачів), у тому числі спеціальної освіти з ефективним мисленням, якісним мовленням та оптимальним спілкуванням, які володіють:

- фундаментальними знаннями теоретичних основ риторики та прийомів ораторського мистецтва;
- професійною риторичною культурою педагога;
- якісним мовленням та комунікативною компетентністю;
- практичними й методичними навичками підготовки ораторського твору й проведення публічного виступу з використанням цифрових інструментів та інших інноваційних технологій;
- способами переконання й ефективними формами впливу на аудиторію;
- критичним і креативним мисленням, здатністю до інноваційної діяльності та саморозвитку.

Завдання академічної риторики як навчальної дисципліни забезпечити засвоєння студентами знань:

- теоретичних основ академічної риторики, історії її розвитку;
- риторичної культури оратора / педагога та її компонентів;
- жанрів академічної риторики (лекції, промови, наукової доповіді) та їхніх особливостей;
- критеріїв аналізу та оцінювання ораторського виступу;
- мистецтва дискусії та інших видів академічної суперечки;
- цифрових інструментів і технічних засобів публічних виступів та презентацій.

Забезпечити формування у студентів вмінь і навичок:

- здатність використовувати теоретичні знання та практичні навички ораторського мистецтва та риторики у професійній сфері;
- здатність до формування індивідуального ораторського стилю, вміння вести розгорнутий академічний монолог/діалог із фахової проблематики (лекція, доповідь, виступ, огляд, промова тощо), володіти мистецтвом дискусії;
- здатність самостійно опанувати нові знання, розробляти і презентувати з використанням цифрових інструментів та інноваційних технологій наукові та/або освітні проекти у сфері спеціальної освіти.

Сприяти формуванню комунікативних якостей:

- здатність до здійснення ефективної комунікації у процесі вирішення професійно-педагогічних задач, усунення комунікативних бар'єрів, організації навчального діалогу з дітьми з особливими освітніми потребами.
- здатність до створення безпечного, психологічно комфортного, толерантного, здоров'язбережувального освітнього середовища, зорієнтованого на особистісний, творчий і духовний розвиток учнів з урахуванням їхніх вікових, індивідуальних
- особливостей та регіональних чинників розвитку.

Узагальнюючи, зазначимо, що у процесі вивчення дисципліни формується **риторична компетентність, риторична культура особистості, майбутнього фахівця.**

***Риторична культура** – рівень оволодіння знаннями з риторики і вміння застосовувати їх під час публічного виступу. Вона становить «складне динамічне ціле з п'ятьма підструктурами – комунікативною культурою (риторичною етикою), мисленевою (логічною) культурою, культурою мовлення, духовно-моральною культурою та сценічною культурою».*

Складовими елементами риторичної культури є «доброзичливе ставлення до співрозмовників чи слухачів, адекватна кінесика, впевненість оратора, ефективна техніка та висока культура мовлен-

ня, актуальність теми спілкування, логічність викладу, образність, новизна інформації, єдність форми та змісту промови, позитивна енергетика промовця»¹⁷.

Наш навчальний курс «Академічна риторика» складається з трьох модулів:

1. Академічна риторика. Теоретичні основи.

2. Риторична культура особистості /педагога і мистецтво переконання.

3. Сучасне академічне красномовство. Види і жанри.

Таким чином у процесі вивчення дисципліни відбувається опанування:

Історичної риторики (предмет дослідження – етапи зародження і розвитку риторики у Давній Греції та Римі, становлення слов'янського ораторського мистецтва та функціонування сучасних риторичних шкіл; риторики серед інших наук; основні види й жанри ораторського мистецтва);

Теоретичної риторики (в полі зору – закони риторики: концептуальний, закон моделювання аудиторії, стратегічний, тактичний, мовленнєвий, закон безпосереднього спілкування, системно-аналітичний закон);

Практичної риторики (розглядає предмет, зміст, композицію і стиль усного публічного виступу; образ оратора та його логічну, мовленнєву культуру; психологію аудиторії, взаємодію оратора та аудиторії як творчий процес; полемічне мистецтво оратора тощо).

Зважаючи на те, що риторика – це не тільки академічна дисципліна, а й прикладна, у результаті навчання відбувається формування вмілих ораторів, промовців, які вміють скласти текст промови, виголосити її, володіють прийомами ораторського мистецтва, способами переконання, ефективними формами впливу на аудиторію. Фахівці, які володіють риторичною компетентністю, риторичною культурою, зможуть побудувати ефективну комунікацію в профе-

¹⁷ Макович Х. Я., Вербицька Л. О., Капітан Н. О. Словник термінів і понять з риторики. Львів, 2016. С. 111.

сійній сфері й реалізувати ті завдання, які поставлені перед ними. А це запорука якісної освіти, успішності професійної діяльності, ефективного функціонування усіх сфер суспільного життя.

Питання для обговорення та дискусії

1. Як ви вважаєте, все-таки риторика – це мистецтво чи ні?
2. Чи доцільно ототожнювати поняття «ораторське мистецтво» і «ораторська майстерність»?
3. Чим відрізняється класична риторика від неориторики?
4. Чи вичерпною є сучасна класифікація родів і видів риторики?
5. Поясніть, як ви розумієте поняття «академічна риторика», «педагогічна риторика». Що спільного у них?

Завдання для самостійної роботи

1. Створіть схему «Зв'язок риторики з іншими науками».
2. Складіть інтелект-карту «Основні види та ознаки академічного красномовства».

Цікавий медіаконтент

1. Мізелевська Марина. Риторика як мистецтво, наука й навчальна дисципліна. Роль риторики в сучасному світі
URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9wBIUauydDk>



ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ТА ОСОБЛИВОСТІ АКАДЕМІЧНОЇ РИТОРИКИ

План

1. Історія становлення й еволюції ораторського мистецтва.
2. Розвиток риторики в Україні.
3. Академічна риторика на сучасному етапі.

1. Історія становлення й еволюції ораторського мистецтва

Історія риторики – це історія людства, висловлена в слові. Риторика як ораторське мистецтво і наука зароджується в Стародавній Греції, а своїми першоджерелами сягає **Давнього Світу**. Риторичні зразки збереглися в літературі шумерської цивілізації (**Месопотамія**, IV тисячоліття до н. е.), культурі Вавилонії, Давнього Єгипту, Китаю, Індії, Ірану. У міфах, молитвах, епосі, гімнах і одах богам, псалмах, піснях, повчаннях, написах царів Давнього Сходу є багато зразків ораторського мистецтва. Саме в цей час зароджується і судове красномовство, оскільки багато судових справ було пов'язано із прагненням рабів здобути волю. Ораторський монолог є у працях «Напучення», «Повість про невинного страждальця», «Вавилонська теодицея», «Розмова пана і раба» та ін., які належать до епохи Вавилонської цивілізації. Тоді ж спостерігається розвиток релігійного красномовства, зокрема через жанр молитви, у тому числі заклиальної, як, наприклад, до богині неба Іштар:

*Тобі – моління мої, володарів володарко, богинь богине!
Іштар, ти царюєш повновладно, ти заступниця людська!
Ірніні, володарко обрядів, ти найбільша поміж Ігігів!
Ти могутня, ти державна, ім'я твоє – над усіма!
Ти світоч землі і неба, ти несхитна дочка бога Сіна!
Ти вкладаєш у руки зброю, ти скликаєш на битву!¹⁸*

¹⁸ Абрамович С. Д., Чикарькова М. Ю. Риторика. Київ: Центр навч. л-ри, 2004. С. 12.

Релігійні гімни, заупокійні ритуали («Тексти пірамід»), царські написи, поширені в **Давньому Єгипті**, теж містили риторичні елементи. Розвивалося релігійне красномовство, про що свідчать погребельні папіруси, які є основою тексту Книги Мертвих. Про розвиток політичної риторики можна робити висновки на підставі аналізу звернення фараона Рамзеса III (правив приблизно в 1185 – 1153 роках до н. е.) до своїх каменярів чи клятв двох царів (єгипетського Рамзеса II та хетського Хаттусіліса) про збереження миру.

Звернення фараона Рамзеса III до своїх каменярів:

"Для вас наповню я комори всім, що потрібно: їжею, м'ясом, солодким тістом, сандаліями, одежею, аби захищати ваші тіла, великою кількістю мастил, аби ви мастили свої голови кожні десять днів, дам я вам одягу на цілий рік, аби ноги ваші твердо стояли на землі щодня і щоб ніхто з вас не зітхав уві сні через нужду. Я призначив багато людей слідкувати за тим, аби ви ні в чому не мали нужди: рибарів, аби привозили рибу, садівників, аби вирощували рослини. На гончарних колах виготовлений для вас посуд, зроблені глечики, аби охолоджувати для вас воду в літній час. Для вас рухаються веслові човни з Верхнього Єгипту до Нижнього, з Нижнього Єгипту до Верхнього з ячменем, зерном, пшеницею, сіллю, бобами в необмеженій кількості. І роблять вони це для того, аби зі слухняним серцем працювали ви для мене"

Показовою ілюстрацією судового красномовства у Давньому Єгипті є збережена «Повість про красномовного поселянина», у якій йдеться про селянина, який завдяки ораторському таланту переконав володаря в тому, що його скривдив грабіжник, та зумів повернути собі все майно.

Ораторська майстерність розвивалась у **давньоіндійській, давньокитайській та давньоіранській** культурах і літературах. Риторичні прийоми є у давньоіндійських Ведах – гімнах богам природи, релігійних ритуалах замовлянь і закликань. У Китаї – у філософських вченнях конфуціанства і даосизму. Конфуціанські повчання вважають типовою риторикою морально-етичного характеру. Тут є і повчання, і життєві приклади. Окрім взірців релігійного, збереглися й взірці політичного (записи промов царів у «Книзі перека-

зів»), судового (царські укази) та побутового (листи давніх іранців) красномовства. У Давньому Ірані прикладами релігійної риторики були проповіді пророків, зокрема Заратустри (Заратуштри), якому приписують авторство Авести – збірника священних текстів (молитвенних формул, реєстр божеств, описи ритуалів, настанови) зороастрійців.

Риторичний досвід Давнього світу лежить в основі античної риторики. Уже в той час характерними ознаками промови були лаконічність, відповідальність за кожне слово, емоційність. У Стародавній Греції (V ст. до н. е.) красномовство вважали водночас мистецтвом та інструментом керування громадою. Культ живого слова, розвиток культури, мистецтва, науки, як і демократизм устрою Стародавньої Греції, забезпечили сприятливі умови для еволюції риторики. Грецьке красномовство стало основою греко-римської риторики, яка є джерелом ораторської культури народів Європи.

Отже, історія становлення і первинного розвитку ораторського мистецтва географічно пов'язана із територіями сімох стародавніх держав.



Однак, батьківщиною риторики вважають **Стародавню Грецію**. Саме тут, у V – IV ст. до н. е. риторика зароджується як наука. Афіни – місто у Стародавній Греції, яке називали колыскою демократії. Активне політичне життя, різні партії, які змагалися

за прихильність народу (демосу), а також велике значення суду в тогочасному грецькому суспільстві (за законами грецького політика Солона свої інтереси в суді афіняни захищали особисто, тільки у справах неповнолітніх чи жінок дозволялося виступати представникам) – чинники, які сприяли розвитку красномовства. Велику шану мали риторичні Горгій, Сократ, Платон, Демосфен, Арістотель, Цицерон, Квінтіліан, які засновували власні риторичні школи, мали учнів, виступали з промовами, писали промови на замовлення й давали платні уроки усім охочим.

Арістотель винахідником риторики називає **Емпедокла** (бл. 490 – 430 р. до н. е.) – давньогрецького філософа, поета, лікаря і політичного діяча. Він був дуже ерудований, у своїй поемі «Про природу» назвав першоелементи Космосу, «корені усіх речей» – чотири «стихії»: вогонь, землю, повітря і воду. Однак його риторичні твори не збереглися, відомо тільки, що Емпедокл писав політичні та медичні трактати.

Риторика (ораторське мистецтво) і **евристика** (мистецтво сперечатися) набувають особливого розвитку завдяки давньогрецьким **софістам** – мудрецам, вчителям філософії, ораторського мистецтва та інших предметів. Діяльність софістів оцінюють по-різному. Спочатку значення слова «софіст» було майстер, художник чи мудрець. Це були філософи, перші платні педагоги, представники інтелігенції. Саме завдяки їхньому навчанню людей самостійно мислити, красиво говорити й спілкуватися, переконувати, утверджувалася демократія в давньогрецьких містах. Філософію софістів, найяскравішими представниками яких були **Протагор, Горгій, Антифонт, Продік, Гіппій**, поділяли не всі. Вислів Протагора «Людина є міра всіх речей» – основа їхнього світогляду, свідчення філософії суб'єктивізму.

Більше про цю філософську течію можна дізнатися з матеріалу *«Софістика (Софізм) – що це таке та навіщо софісти розводять софістику»*¹⁹



¹⁹ Софістика (Софізм) – що це таке та навіщо софісти розводять софістику. URL: <https://termin.in.ua/sofistyka-sofizm/> (Дата звернення 13.08.2022).

Однак у другій половині V – VI ст. до н. е. до софістів ставилися негативно, оскільки саме вони вважали головним для оратора не відстоювати істину, а перемогти в суперечці. Вони писали промови на замовлення. Часто це були політичні промови чи промови для суду. Софісти «вправно видавали чорне за біле», «спекулювали на хиткості, нетривкості явищ буття та непевності людської думки, підтасовуючи висновки або використовуючи їх неправильні форми тощо (наприклад, Ахілл, „швидконогий” герой Гомера, за відомим софізмом, ніколи не дожене... черепаху; або: „Те, що ти не загубив, ти маєш: ти не загубив роги, отже, ти їх маєш” і т. д.)»²⁰. Тих, що писали промови для клієнтів суду, називали **логографами**. В основному це були промови для захисту себе – апології.

Розглянемо внесок у розвиток риторики найвидатніших філософів, риторів та митців Давньої Греції.

Коракс (дав.-гр. Κόραξ, V ст. до н. е.) – давньогрецький оратор і політичний діяч, автор учення про риторичний твір. Саме Коракс запропонував поділ риторичного твору на вступ, пропозицію, виклад, докази (або «Боротьбу»), падіння, висновки.

Лісій (грец. Λυσίας, 459 до н. е. – 380 до н. е.) – давньогрецький логограф, автор до 400 промов, з яких 34 збереглися. Автор жанру судової промови з іманентними стильовими ознаками та способом аргументації. Він був майстром *ετοπεῖ* – уособлення, змалювання характерів «персонажів» промови й самого промовця; здатність поставити себе на місце іншого, щоб зрозуміти і яскравіше виразити його чи її почуття. «*Ετοπεῖα* – це здатність вловлювати ідеї, слова та стиль викладу, який підходить людині, для якої написане звернення. Більше того, етопея передбачає адаптацію мови до точних умов, за яких вона має бути виголошена»²¹.

Горгій (грец. Γοργίας, 483 до н. е. – 375 до н. е.) – давньогрецький філософ, софіст, який мав свою у школу. Викладав риторику, писав урочисті промови, які були виголошені на олімпійських і дельфійських (на честь Аполона в Дельфах) святах. Він працював

²⁰ Абрамович С. Д., Чикарькова М. Ю. Риторика. Київ: Центр навч. л-ри, 2004. С. 26

²¹ *A Synoptic History of Classical Rhetoric*, 2014.

у сфері похвального красномовства. Горгій наповнив риторичні промови новими стильовими прийомами, практикував використання антитез, метафор, порівнянь, речень з однаковими закінченнями. Його твори були поетичними завдяки ритміці й римі та «горгіанським (горгійським) фігурам».

У творчому доробку Горгія – *енкомії* «Похвала Олені» та «Виправдання Паламеда» (це частини сюжету про міфічні Троянські війни) та інші похвальні віршовані промови – один із видів ораторського мистецтва. Оратор використав логічний прийом опозиції, суть якої полягає у тому, що пізнати і виразити одну річ можна тільки за умови пізнання іншої, їй протилежної. Також на основі його похвальних промов констатовано, що вміння хвалити постає на основі трьох аспектів:

- вмінню знайти ті риси й цінності в об'єкті, за що його можна хвалити;
- вмінню наблизити предмет похвали до тих, кому хвалять;
- вмінню підібрати такі мовні формули, які нададуть похвалі приємного звучання, тобто знати, як похвалити.

Горгій високо оцінював роль слова: *«Слово – величний владика: на вид мале й непомітне, а творить чудесні справи»*. Утвердив принцип «риторика – майстер переконання», при цьому використовував і прийом «обману думки». На його переконання, справжній оратор має одну й ту саму річ вміти і похвалити, і засудити, при цьому не зважати, чи відповідає це істині.

Платон написав діалоговий твір «Горгій», у якому з відомим софістом в дискусію вступає Сократ. На думку Платона, оратор, який не володіє істиною про предмет промови, не знає розмежування правдивого і неправдивого, може принести не користь, а шкоду. «Риторика має бути істинною – правдивою і моральною, а така риторика може бути тільки на основі знань, пізнання природи речей і людей»²².

Платон критикував Горгія, оскільки вважав, що оратор має володіти істиною про предмет промови, розмежовувати правдиве

²² Мацько Л.І., Мацько О. М. Риторика. Навч. посіб. 2-ге вид., стер. К.: Вища шк., 2006. 311 с.

і неправдиве, бо інакше може принести не користь, а шкоду. Засуджував і використання таких прийомів, як приниження і кепкування з супротивника, перекичування фактів і постулювання «можливого як важливішого за істинне». Той сам Горгій іронічно називав риторику чарівництвом, заклинанням й прагнув використовувати прийоми народного магічного заклинання – метафори, антитези, римунання, повтори. Згодом ці стилістичні фігури назвали *горгієвими*.

Ісократ (грец. Ἰσοκράτης; 436 до н. е. – 338 до н. е.) – давньогрецький філософ, логограф, оратор, який входить у канон 10 античних ораторів. Учень Горгія. Однак, на відміну від софістів, він відстоював моральні основи риторики. Він не виголошував промови публічно, але навчав інших. У його доробку понад 60 промов, з яких 15 урочистих. До нашого часу дійшла 21 промова оратора. Найвідомішою серед них є «Промова на всееллінських зборах» («Панегірик»), яка була написана для виголошення на зборах перед Олімпійськими іграми. Він писав її 10 років. Тут прославляв Афіни і аргументував, чому вони мають і надалі очолювати союз еллінських держав проти Персії.

Новаторством Ісократа було започаткування системи складних ритмізованих періодів (фраз), що дозволяло досягти гармонійного звучання прозового тексту і наблизити його до поетичного. Логічний зв'язок між попереднім і наступним реченнями став принципом побудови промов Ісократа. Він також використовував і удосконалював «горгієві фігури», дбав про те, щоб мовлення оратора було легке, вишукане й водночас зрозуміле.

Ісократ зробив свій внесок і в розвиток риторичної теорії. У його школі красномовства вироблено канон, основні принципи композиції ораторської промови та виокремлено такі її частини:

1. Вступ, мета якого – привернути увагу й здобути прихильність аудиторії.
2. Виклад предмета виступу з усією переконливістю.
3. Спростування положень противника та аргументування власних.
4. Завершення як підсумок сказаного.

Завдяки Ісократу риторика була ключовою дисципліною в курсі навчання. Афоризми філософа й сьогодні є актуальними: *«Коли хочеш порадитися з ким-небудь про свою справу, передовсім зверни увагу на те, як він влаштовує свої справи», «Ученість — це солодкий плід гіркого кореня».*

Сократ (дав.-гр. Σωκράτης, 469 до н. е. – 399 до н. е) – давньо-грецький філософ і оратор, якого вважають засновником Західної філософії. До нашого часу не збереглася жодна праця мислителя, однак про його вчення, ідеї та діяльність дізнаємося з праці його учня Платона *«Апології Сократа»* та свідчень учня Ксенофонта.

Незважаючи на те, що Сократ народився у звичайній родині, отримав добру освіту, адже займався з визначними філософами, ораторами й педагогами того часу. Риторика його навчали Аспасія та Діотіма. Цікаво про дитинство філософа написав Володимир Лис у книзі *«Володимир Лис про Сократа, Данила Галицького, Фернандо Магеллана, Ісаака Ньютона, Шарлотту Емілі Енн Бронте»* із серії *«Життя видатних дітей»*²³.

Сократ спочатку був софістом, але не поділяв їхніх поглядів, засуджував суперечку. Головною у мистецтві красномовства вважав істину (яка є божественною), а не перемогу в суперечці. Саме тому надавав перевагу евристичній бесіді.

Свою діяльність розгортав у сфері риторики, філософії і політики. Він був першим грецьким філософом і зосередив свою увагу не на пізнанні навколишнього світу, а на пізнанні самої людини. Свої заняття проводив на вулицях Афін і не брав плати за навчання. Однак його несправедливо звинуватили в атеїзмі й у тому, що виховує в юних громадян неповагу до держави, традицій й усталених норм і правил суспільства. За законами Афін Сократ мав або відмовитися від своїх поглядів, або назавжди покинути місто. Сократ не зробив цього і за законами сам захищав себе у суді. Його визнали винним після виступу без підготовчої промови, коли філософ звернувся до суддів зі словами: *«Я той, кого Бог дав вам, аби ви стали*

²³ Володимир Лис про Сократа, Данила Галицького, Фернандо Магеллана, Ісаака Ньютона, Шарлотту Емілі Енн Бронте». Київ: Грані-Т, 2008. 136 с. Серія *«Життя видатних дітей»*.

кращими. Якщо ви мене стратите, то другого разу такого благодіяння годі й чекати». Платон змальовує обставини суду і подає версію захисної промови Сократа перед судом. У цій промові Сократ повторює офіційні звинувачення і на прикладах підводить слухачів до розуміння, що наймудріша людина та, яка не піддається ілюзії, ніби щось знає, тобто така, як Сократ. Звідси його вислів *«Я знаю тільки те, що нічого не знаю»*.

Сократ відмовився залишити місто, щоб уникнути кари. Як прихильник морально-етичних засад суспільства, за якими мають жити люди, у своєму монолозі стверджував, що навіть несправедливо засуджений не може відповідати злом на зло. Для нього справжня моральність – це знання того, що є благом, прекрасним і корисним, що допомагає людині досягти щастя. У результаті пізнання і самопізнання людина набуває чеснот – стриманості, мужності, справедливості. На цих чеснотах засновуються моральні норми і закони, які Сократ вважав вічними і незмінними. Саме Сократ вперше ввів поняття внутрішнього голосу, особистого сумління – «даймон». Він по-філософськи підходить і до питання життя і смерті. Останні слова засудженого до страти Сократа в суді передають так: *«вже пора йти звідси, мені – щоб померти, вам – щоб жити, а що з цього краще, нікому невідомо, крім Бога»*.

Сократ удосконалив діалектичний підхід всебічного розгляду предмета і активно практикував діалектику у своїй діяльності – метод питання та відповіді. Він перший, за словами Арістотеля, використав індукцію; застосував індуктивні аргументи у формуванні загальних понять.

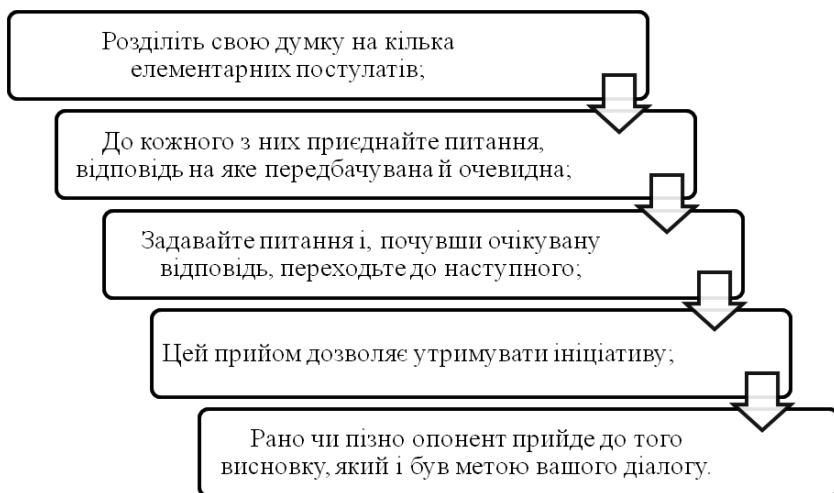
Внесок Сократа у розвиток риторики не менш важливий. Платон у діалогах «Горгій», «Федр», «Софіст» передає власні думки й позицію вчителя Сократа щодо визначення предмета і побудови промови, техніки й способу виступу, особистості оратора. **Сократичний метод полеміки**, суть якого полягає у діалозі протилежних думок і поглядів, у риториці багатьох сфер (судовій, релігійній, педагогічній, психологічній) актуальний до сьогодні.

Сократ розвинув своє мистецтво пізнання істини (правди) і назвав його «*масевтика*» – мистецтво допомоги народженню²⁴. Мета цього мистецтва – всебічне обговорення предмета, визначення понять (дефініція), знаходження істини у процесі запитань і відповідей на них. Під час такого діалогу виявляються приховані якості особистості. Зрештою суперник усвідомлює свої внутрішні протиріччя і нестачу компетентності, а відтак переживає «нове народження», переходить на наступну ступінь пізнання. Про це писав Платон у діалозі «Теетет».

Важливою була і форма ведення діалогу. Сократ активно використовував іронію та самоіронію, як засоби виявлення суперечностей у системі аргументації опонента, а значить – послаблення його логіки захисту. Якщо *діалектична полеміка* – це конструктивна суперечка, то *еристична* – деструктивна, конфліктна. Однак Сократ у ході такої бесіди прикидався таким, що нічого не знає, в той же час з добрими намірами та за допомогою запитань заводив учня у ситуацію, коли той сам собі починав заперечувати, а значить – приходив до істини. Афоризмами мислителя є фрази «*У суперечці народжується істина*», «*Заговори, щоб я тебе побачив*» (про мову людини як ознаку пізнання), «*Навчання – це розпалювання полум'я, а не наповнення ємності*», «*Єдине хороше – це знання, а єдине зло – невігластво*».

Сократичний метод був кардинально іншим від загальноприйнятого, адже в його основі була не передача знань від учителя до учнів, не шаноблива увага до вчителя, а рівноправний діалог, у ході якого народжувалася істина, яка належала обом. Сьогодні саме такі принципи лежать в основі сучасної академічної риторики, зокрема основного її жанру – лекції. А лектори активно керуються принципи полеміки філософа (угода (погодження) – коливання або сумнів (зведення до мінімуму розбіжностей) – обґрунтування або система доказів (як визначення вашої позиції)) та використовують етапи сократичного методу. Маршрутна карта цього процесу має такий вигляд:

²⁴ Дослідники вважають, що така назва виникла у зв'язку з тим, що мати Сократа була повитухою.



Отже, усна сократівська бесіда-діалог, діалектичні дискусії, пошуки істини з використанням методів запитань-відповідей, індукції, дефініцій – важливі компоненти різних жанрів академічної та педагогічної риторики.

Платон (грец. Πλάτων; 427 до н. е. – 347 або 348 до н. е.) – давньогрецький мислитель, учень Сократа, засновник філософської школи «Академія Платона». Платон здобув добру освіту, адже навчався в найкращих учителів Афін. Риторика його вчив Діонісій. Після того, як почув промову Сократа, став одним із найвідданіших його учнів. Після смерті вчителя подорожував, а повернувшись в Афіни, заснував власну філософську школу «Академію Платона». Тут на його думку мали виховувати істинних мудреців, призначених керувати державою. Тут навчали не лише риторики, а й нових на той час наук: діалектики, аналітики, методології, філософії, а також опануванню індуктивних та дедуктивних методів пізнання.

Платон використовував мудрість народів, яку пізнав у подорожі. Мандрував у Сицилію, намагався втілити свою теорію у практичній політиці.

Філософська система Платона побудована під впливом математиків на уявленні про три світи: *світ речей*, що постійно зміню-

ється; *світ ідей (ейдосів)*, який вічний і не змінюється; *світ математичних об'єктів*. Мислитель був переконаний, що дійсного знання не може бути, адже чуттєвий світ мінливий. Його теорія ідей (ейдосів) – це граничний стан речей, які можна пізнати лише за допомогою математичних об'єктів. Світ, який ми знаємо, на думку Платона, – це лише тіні світу ейдосів. Його вчення – основа ідеалізму.

До нас дійшло 36 праць Платона, серед яких твори про процес і смерть Сократа, діалоги із софістами, ідейні та ідейно-критичні діалоги, діалоги на певні теми з певними особами, листи. Про деякі з них йшлося вище. Завдяки Платону ми маємо відомості про інших ораторів його часу.

Щодо ораторського мистецтва погляди Платона віддзеркалювали ідеї Сократа. Він так само вважав, що оратор має ґрунтовно знати об'єкт мовлення, вміти роздумувати і лаконічно висловлювати власну думку. Заняття проводив у діалогічній формі, практикуючи сократівський метод пізнання істини. Варто зауважити, що в Академії переважали усні форми викладення, тоді як писемне мовлення вважалося вторинним і трактувалося як художнє відображення живого усного мовлення. Заохочувалася і літературна творчість, зокрема написання діалогів, драматичних творів.

Ставлення Платона до риторики відчитуємо в його афоризмах: *«Красномовство – мистецтво керувати умами»*, *«Риторика – найбільше добро для людей»*, *«Обов'язок оратора – говорити правду»*, *«Мова істини проста»*, *«Чи не відаєте, що міра слову – не мовець, а слухач?»*, *«Покажи мені свою небагатослівність, а багатослів'я покажеш іншим разом»* та ін. У діалогах *«Горгій»* та *«Федр»* – його погляди на ораторське мистецтво.

У діалозі *«Горгій»* Платон подає літературну бесіду, дискусію Сократа з Горгієм, у ході якої порушено питання сенсу і мети риторики. Риторика – мистецтво переконання, але якщо вона не служить істині й не є справедливою, то є беззмістовною. Платон вважає тиранами тих ораторів, які нехтують справедливістю. У діалозі *«Федр»* риторика так само потрактована як мистецтво, що має глибинну суть і прагне вищого блага – служити істині, а не просто бути мистецтвом красномовства. Риторику бачив у тісному зв'язку

з філософією. Адже, щоб переконувати аудиторію, насамперед потрібно самому правильно розуміти душу, людину, розрізняти добро і зло.

На думку філософа, щоб стати великим оратором і виголошувати хороші промови, потрібно багато працювати над собою, постійно вдосконалюватися. Оратор має сам вміти пізнати істину, а не керуватися чужими думками; вміти аналізувати, розподіляти все на частини, види і зводити конкретне до загального; прагнути пізнати душу та вплив, який на неї мають різні ідеї, і бути здатним звести все до єдиного твердження. Оратор не може бути марнослівним, а набуту майстерність красномовства повинен використовувати у добрих намірах.

Багато уваги Платон приділяв і питанням сприйняття промови, психології слухачів, технічної сторони красномовства і її емоційного впливу на аудиторію. Він вважав, що промова має бути емоційно переконливою, додавати віри, разом з тим містити логічні докази, але вважав їх не надто важливими. Оратор повинен знаходити такі мовні формулювання, які відповідають характеру людини. На його думку, усяка промова має бути, як жива істота – з тулубом, головою, кінцівками, де все разом працює єдине ціле.

Демосфен (грец. Δημοσθένης) (384 – 322 до н. е.) – давньогрецький політичний оратор, логограф. Найвидатніший представник грецької риторики, один із канону 10 ораторів Античності. Втративши спадок батька, прагнув повернути його у суді. Ораторське мистецтво мало стати інструментом для реалізації цього плану, однак стало покликанням Демосфена. Став відомим, виступаючи з політичними і судовими промовами. Йому довелося багато працювати над собою, зокрема над вимовою і дикцією, оскільки мав вади мовлення. Переміг і фізичні вади (посмикування плечей). Він ніколи не виступав без попередньої підготовки. Таким чином він довів, що будь-хто може стати оратором, якщо прикладе до цього зусилля і час.

Промови Демосфена побудовані так, щоб максимально впливати на психіку людей, на їхню волю та емоції. Його промови продумано дуже чітко й логічно, визначено опорні й кодові фрази, які разом з відмінно поставленим голосом, відпрацьованою мімікою

і жестами захоплюють слухачів і роблять прихильниками позицій, озвучених оратором. Найбільшою чеснотою оратора Демосфен вважав вимову. Він вміло поєднав ораторську майстерність із пристрастю борця за свободу й демократію, а його виступи користувалися великою популярністю і підтримкою серед афінян.

Свої промови, зокрема й на захист Греції проти Філіпа Македонського, Демосфен розпочинав моральними сентенціями, потім розвивав їх на конкретних прикладах, використовував метафори, антитези, риторичні питання.

Демосфену належить промова, у якій йдеться про недовірливість до ворога: «Багато речей вигадано, щоб боронити міста, – казав він атенянам, – як от вали, мури, рови тощо... Але природа обачних людей має в самій собі особливу зброю, найбільш корисну і спасенну для вільних народів в їх боротьбі з тиранією. Що ж це за зброя? Це – недовірливість (супроти ворога). На ній будуйте! Доки ви її носите в собі, не станеться вам нічого злого»²⁵

Її цитує Дм. Донцов, міркуючи про сталінізм та поневолення України: «Так казав Демостен, а Сталін хвалився, що повалити своїх противників удалося большевизмові тільки завдяки «довір'ю» до большевизму неросійських народів імперії, завдяки тому, що противники большевизму «малювали перед пригніченими народами перспективу дальшого їх пригнічення» («Комуніст» 15. IX. 1929), а большевики – малювали перспективу їх визволення, а дурні народи повірили їм, щоб потім покутувати... Коли б ми були мудрі, як Демостен, і цього довір'я до большевиків не мали, інакше б стояла справа нашого визволення нині» (ЛН Вісник, 1929, с. 1109 – 1110)

Про ставлення людей до небезпеки для Батьківщини свідчить ще один приклад з біографії оратора Демосфена. Одного разу він хотів промовити до атенян, щоб попередити про небезпеку, але вони його не слухали, тоді він вигукнув, щоб дали йому хвилинку уваги і розказав анекдот про ослика. У ньому йшлося про те, що

²⁵ Демостен. Українська мала енциклопедія: 16 кн.: у 8 т. / проф. Є. Онацький. Накладом Адміністрації УАПЦ в Аргентині. Буенос-Айрес, 1958. Т. 2: Д Є, кн. 3. С. 322 URL: http://encyclopedia.kiev.ua/vydaniya/files/use/first_book/part3.pdf.

молодик винайняв у господаря осла, щоб подорожувати. Господар же пішов з ними. І коли настав полудень господар сів у тіні осла, але молодик заперечив, бо вважав, що раз він найняв осла, то і тінь осла йому належить. На цьому місці Демофен хотів покинути трибуну, але люди зажадали продовження, щоб знати, як скінчилася ця справа. Оратор же сказав: «Вам більше цікаво слухати про осла, ніж про небезпеку, що загрожує батьківщині?!».

Цей приклад – свідчення того, як потрібно привертати увагу аудиторії, і в той же час про володіння мистецтвом красномовства.

Арістотель (дав.-гр. Ἀριστοτέλης; 384 до н. е. – 322 до н. е.) – давньогрецький філософ, логік, науковець-енциклопедист, який заклав основи різних наук (логіки, біології, фізики, етики, психології, соціології), а риторику зробив наукою. Навчався у школі Платона, який вважав його одним із найздібніших учнів. Після смерті вчителя мандрував (3 роки виховував Александра, сина македонського царя Філіппа II) і заснував свою філософську школу в Афінах. Учні цієї школи називали перипатетиками (від давн.-гр. *περίπατος*, що означало «ходити, прогулюватись»), адже усі заняття проводилися на відкритій галереї.

Арістотель писав діалоги, трактати, подав першу загальну класифікацію наук, опирався на метод пізнання, який поєднував діалектику й логіку. У пізнанні мислитель розрізняв різні ступені: практичне вміння, розмірковування, наука, мудрість, розум.

Роль Арістотеля у розвитку різних наукових галузей значна і незаперечна. Присвятив свої праці й риториці. До нас дійшли його трактати «Риторика, або Про мистецтво риторики» (3 книги) і «Поетика». У першому трактаті автор систематизував теорію риторики.

Перша книга «Риторики» Арістотеля містить погляди філософа щодо риторики як науки, міркування про її місце серед інших наук, види красномовства. Він розглядав риторику як «мистецтво, зіставлене з діалектикою», з яким пов'язаний кожен, адже усім доводиться висловлювати і доводити думку, захищати чи звинувачувати когось. Риторика допомагає встановити справедливість, довести складні ідеї до непідготовленої аудиторії, обдумати всі «за» і «проти», захистити себе – у цьому Арістотель вбачав її користь.

Арістотель вперше класифікував промови й на основі різної їх мети виділив такі роди: дорадчі (схиляють до думки чи навпаки – «користь і шкода»), епідейктичні (хвалять чи ганьблять когось – «прекрасне і бридке») та судові (виправдовують чи звинувачують когось – «справедливе і несправедливе»). Особливу роль відводив епідейктичному красномовству, базованому на моральності.

Друга книга присвячена способам переконання (етос – доцільність виступу; особистий характер промовця; патос – замисел автора виступу; позиція мовця; емоції аудиторії, настрої; логос – логічні аргументи й мовні засоби) і їхній ролі у промові, а третя книга – осмисленню стилю в риторичних жанрах, зокрема промові.

Арістотель визнавав, що оратор повинен викликати довіру в аудиторії, володіти стилем ораторського мистецтва і наповнювати власні промови не тільки логічними аргументами, а почуттями. Адже, як зазначає у трактаті, «слухач завжди співчуває оратору, який говорить із почуттям, навіть якщо він не говорить нічого ґрунтовного»²⁶.

Незважаючи на те, що Арістотель розвинув та узагальнив багато думок Платона про риторику, у питанні відношення риторики і знання та пізнання, мав протилежну позицію. Він не поділяв переконання свого вчителя, що мистецтво ірраціональне, а також не відокремлював його від практичного пізнання світу. Арістотель переконував, що насолода повинна виявлятися не тільки в задоволенні від слова, а в пізнавальному та інтелектуальному збагаченні слухачів («інтелектуальна насолода»).

Арістотелю належить розробка системи вимог до ораторської прози. Зокрема, те, що говорить оратор, має бути правильно сформульоване, цікаве й правдиве. Виклад має бути логічним, виразним, а мова – природною, зрозумілою, не переобтяженою складними чи зайвими словами. Ритор має шукати докази (логічні, моральні (довіра до оратора)) й способи переконання, емоційних впливів, а значить вміти складати переконливі умовисновки – *ентимеми* (*рито-*

²⁶ Aristotle. Rhetoric. Translated by Roberts, W. Rhys. URL: <https://web.archive.org/web/20150213071234/http://rhetoric.eserver.org/aristotle/index.html> (Дата звернення: 14.08.2022 р.)

ричні силогізми, дедуктивне міркування, що складається із трьох висловлювань, в якому пропущено один із засновків чи висновок)²⁷. У цьому процесі важливою, на його думку, є діалектика та істинність тверджень, а також робота розуму слухачів. Найкращою він вважав ту ентимему, яка супроводжується появою нового знання. До ентимем відносили і метафори, які містять в собі загадку і спонукають до активного пізнання, повідомляють максимум нових знань.

Арістотель відзначав важливість чинників, які потрібно враховувати ораторам для того, щоб мати успіх:

- предмет риторики,
- поза оратора,
- очікувані емоції слухачів,
- стиль промови.

Особливе значення у промові відіграє початок, який у поетичному творі називається прологом, а в музичному творі – прелюдією. Від початку залежить хід всієї промови, на думку Арістотеля. Змістове наповнення промови має обов'язково йти в єдності з «риторичними прикрасами», тобто вишуканим стилем. Проза має мати й певний ритм. Метричний ритм ораторської прози не сприяє переконанню, а відволікає слухачів, тоді як відсутність ритму – це і відсутність меж, а все, що не має меж – незрозуміле.

Оскільки Арістотель викладав риторику в школі Платона і для широкої громадськості, а згодом і у власній школі – Ліцеї, то теоретичні міркування супроводжував практичними вправами з говоріння, давав поради щодо побудови промови, пошуку способів

²⁷ Приклад повного силогізму виглядає так:

Всі люди смертні – більший засновок,

Сократ – людина – менший засновок,

Отже, Сократ – смертний – висновок.

Відповідно до того, яку частина опущено, виділяють три види ентимем:

1. Ентимема з випущеним більшим засновком – *Сократ* – людина. *Отже, Сократ* – смертний.
2. Ентимема з випущеним меншим засновком. – *Всі люди смертні. Отже, Сократ смертний.*
3. Ентимема з випущеним висновком. – *Всі люди смертні. Сократ* – людина.

аргументування і переконання, а також її виголошення. Завдяки його практиці риторика збагатилася новими прийомами і стилістичними фігурами:

- ампліфікація – стилістичний вид перелічення; нагромадження однорідних елементів мови (порівнянь, епітетів, синонімів, однорідних членів речення);
- доповнення означень антитезами;
- гіперболізація (перебільшення) з метою надати діям величчя і краси та ін.

Однак до гіперболи та іронії Арістотель ставився з обережністю й вважав, що їх можна використовувати лише за певних умов.

Ефективність риторики залежить і від емоційних впливів оратора на слухачів, від того, які емоції у них може викликати промова. Арістотель вчить, яким чином можна викликати в аудиторії почуття милосердя, страху, гніву, сорому чи інші.

Арістотель узагальнив риторичні досягнення попередників і систематизував теорію риторики, яка дійшла до нас завдяки трактатам мислителя. Концепція Арістотеля надала завершеності античній риторичі²⁸.

Елліністична риторика

Цінували ораторське мистецтво й у Давньому Римі. Риторика була поширена у сфері законодавства, політики, влади. Кращі промови грецьких ораторів вивчали у риторичних школах Риму. Тут побутувала традиція створення переконувальних промов у монологічній формі та суперечливих – на основі синтезу монологу й діалогу. Римська риторика позначена такими ознаками: ґрунтовний фактаж, інвективність (розвінчуваність), грубий гумор та неґація, які подобалися народу (плебсу), афористичність, метафоричність мови. Похоронні похвальні промови були зразками урочистої риторики.

Визначними майстрами красномовства були Цицерон, Діонісій, Квінтіліан.

²⁸ Риторика: навч. посібн. (упор. Т. К. Ісаєнко, А. В. Лисенко). Полтава: ПолтНТУ, 2019. 247 с. С. 21.

Марк Туллій Цицерон (лат. *Marcus Tullius Cicero*, 106 до н. е. – 43 до н. е.) – давньоримський оратор, філософ, політичний діяч, літератор, автор понад ста промов, з яких 57 збереглися. Завдяки майстерному володінню мистецтвом красномовства, якого навчився у Греції, Цицерон став найбільшим ритором римської епохи. Він проводив адвокатську практику, виступав проти корупції та захищав інтереси простих людей. Цицерон був намісником острова Сицилія і у своїх промовах виступав проти політики і діянь правителя Гая Верреса. Відомі п'ять промов Цицерона «Проти Верреса». Результатом їх успіху було те, що сицилійцям повернули гроші, а Гая відправили у вигнання. Силу викривальних промов Цицерона засвідчив й факт вбивства диктатора Цезаря. Оратор не зраджував патріотичної позиції щодо захисту римської республіки від воєнної диктатури і тиранії, у промовах викривав злodianня імператорів, змовників, зрадників, тих, хто крав державні кошти.

Ораторська проза Цицерона, особливо його промови «Брут», «Про знаменитих ораторів», «Оратор», «Про оратора» вважають шедеврами. Його ораторський стиль визначають як «простий, блискучий, пристрасний, патетичний»²⁹. Стилістичними прийомами і художніми засобами промов Цицерона є *ампліфікація* (перелік з метою емоційного тиску і нагромадження звинувачень), анафори, повтори, риторичні запитання (промова «Проти Луція Катилини»), паралелі, персоніфікації, оксюмори, метафори, антитези.

Визначним є трактат Цицерона «Про державу» у якому ключовою ідеєю є примирення всіх верств населення. А для риторичного наукового дискурсу особливе значення має трактат «De oratore» («Про оратора»), у якому Цицерон визначив 5 традиційних частин риторики. Обравши головними дійовими особами трактату визначних ораторів свого часу Л. Красса (свого учителя) і Марка Антонія, Цицерон уточнив роль і значення оратора та риторики. Тут він наголосив на тому, що тільки широка освіта й ерудованість, а не лише знання вузької сфери діяльності, забезпечують високий рівень володіння ораторським мистецтвом. Таку позицію Цицерон

²⁹ Сагач Г. Риторика. К.: Вид. дім «Ін Юре», 2000. С. 29.

ретранслював завдяки образу Красса. Від імені Антонія підкреслив важливість підготовки оратора, яка полягає у вивченні історії, тренуванні пам'яті, формуванні вмінь шукати й наводити аргументовані докази, які є основою виступу.

Сам же Цицерон вважав, що складовими успіхами оратора є освіта, природний дар і ораторські вправи. Риторична практика і постійне самонавчання та самовдосконалення з урахуванням досвіду ораторів-сучасників, на його думку, були основою в опануванні ораторського мистецтва. Проблеми стилю красномовства виклав у трактаті «Оратор». До речі, стилістичні засоби Цицерона застосовували й українські письменники 17 – 18 ст. І. Вишенський, Ф. Прокопович.

Цицерон підносив 4 чесноти – мудрість, справедливість, мужність й помірність, що відображено у його промовах. Українською перекладено різні промови оратора. Г. Сковорода переклав твір «Про старість». А промову «На захист поета Архія» можна прочитати у перекладі Й. Кобова за покликанням, зашифрованим у QR-кодi.



Цицерону належать відомі в цілому світі афоризми: «О, часи! О, звичай!», «Кожній людині властиво помилятися, але тільки дурневі властиво упиратися в своїй помилці», «Справжня дружба повинна бути відверта і вільна від лицемірства і підтакування», «Найбільше з достоїнств оратора – не тільки сказати те, що потрібно, але і не сказати того, що не потрібно», «Хвалькуваті промови – перша ознака слабкості, а ті, хто здатний на великі справи, тримають язик за зубами», «Є три види невігластва: не знати нічого, знати погано те, що знають усі, і знати не те, що слід було би знати», «Кожна людина – відбиття свого внутрішнього світу. Як людина мислить, такою вона і є (у житті)».

Діонісій Галікарнаський (бл. 60 р. до н. е. – 7 р. до н. е.) – грецький історик, римський оратор, вчитель риторики. Вивчав латинську мову та літературу, написав історію Риму («Римські старожитності»). Особливістю цієї праці є показ автором історії як філософії, що навчає на прикладах; показ з точки зору риторика. У риторичній традиції важливу роль відіграла його праця «Про по-

еднання слів» (йдеться про три види сполучення слів як основи ораторської промови – строге, квітчасте, загальне як основа трьох стилів – строгого, вишуканого і середнього).

Марк Фабій Квінтіліан (лат. *Marcus Fabius Quintilianus*; близько 35 – бл. 100) – римський оратор, педагог, вчитель красномовства (ритор). Йому належить найповніший підручник з ораторського мистецтва античності, який дійшов до нашого часу. Досконале володіння мовою оратор вважав обов’язковою вимогою щодо дорослих, які оточують дитину і виховують її. Красномовство вважав ознакою вихованості особистості. У 12-ти книгах «Риторичних настанов» викладено усі його педагогічно-риторичні погляди. Так, Квінтіліан вважав обов’язковим навчання оратора у риторичній школі.

Отже, давньогрецькі та давньоримські філософи й оратори сприяли розвитку теорії й практики риторики, заклали основи еристики (мистецтва полеміки) та діалектики (мистецтва доведення), зробили свій внесок у теорію створення та сприймання промови й інших жанрів мистецтва красномовства. Це стало добрим підґрунтям для риторики Середньовіччя і риторичної традиції сьогодні. Уже в той час Риторика стала нормативною дисципліною, яка вивчала джерела і види красномовства, завдання оратора, елементи промови й мовлення, до яких належать: інтенція (пошук, відбір, систематизація матеріалу), диспозиція (розташування фактів, матеріалу), елокуція (словесне втілення виступу, відбір слів, тропів, фігур), меморія (вчення про ораторську професійну пам’ять), акція (виголошення: робота над інтонацією, мімікою, жестами).

Риторика середньовіччя, епохи Відродження та пізніших часів

Ораторське мистецтво середньовіччя зазнає впливу церкви і розвивається спочатку в руслі гомілетики – християнської риторики, зосередженої на тлумаченні Біблії через проповідь чи повчальну бесіду, а згодом – патристики (твори Отців Церкви). Церковна проповідь, полеміка, дискусії – основні жанри риторики того часу. Під релігійним впливом перебувають і жанри світського красномовства – академічного, судового, побутового.

Навчання ораторського мистецтва відбувалося у межах семи так званих вільних мистецтв, але в межах догматизму і схоластики. І тільки наприкінці середньовіччя, з повернення предметів тривіуму (trivium) – граматика, піїтика, риторика і квадріуму (quadrivium) – арифметика, геометрія, філософія, музика відбулися позитивні зміни.

Визначними риториками середньовіччя є Августин Аврелій, Тертуліан, Ян Гус, Климент, Іван Златовустий та ін.

Августин Аврелій (або Блаженний Августин; 354 – 430) – християнський теолог, філософ, гомілет і представник ранньої патристики, автор багатьох праць, серед яких «Сповідь», «Про християнську доктрину», «Про істинну релігію» та ін. Щодо риторики, можна виокремити такі позиції Августина Аврелія:

- загальна риторика (у тому форматі, яка була в часи античності) не є обов'язковою, хоч є корисною; однак християнин повинен знати Святе Письмо й церковну літературу, а проповідник – вміти коментувати Святе Письмо в догматичному та моральному аспектах;
- зміст важливіший від вміння гарно говорити, тобто проповідник і ритор мають бути мудрими;
- говорити красиво бажано, але не обов'язково;
- гомілетів надихає Святий Дух.

У добу Відродження на хвилі утвердження гуманізму та перенесення центру уваги на людину, надання переваг світській науці, а не богослов'ю, зростає зацікавлення й риторикою. Вважалося, що належна освіта може бути тільки з навчанням риторики. Риторику також тлумачили як засіб розуміння філософії і провідник мудрості. Про риторику і її значення йдеться у працях італійських гуманістів Леонардо Бруні, Лоренцо Валла. Промови Ермолао Барбаро засвідчили, що риторика перетворюється в літературне явище і стає мистецтвом «красиво говорити». Але в той час у Європі розвивається і дипломатичне, академічне, судове, військове красномовство.

Політичне ораторське мистецтво удосконалюється в добу Просвітництва, а риторика поряд з логікою і філософією є важливою у контексті світоглядних концепцій Нового часу. Артур Шопен-

гауер (1788 – 1860) написав працю «Еристика, або мистецтво сперечатися», де розставив основні акценти щодо цього типу комунікації. Були й праці інших філософів та науковців, але з часом риторика поглинула теорія літератури, її називали мистецтвом вишуканої мови і перестали викладати у школах і вузах як окрему й обов'язкову дисципліну.

2. Розвиток риторики в Україні

Розглядаючи питання розвитку вітчизняного ораторського мистецтва та риторики як науки, варто виокремити кілька етапів: час Київської Русі, XIII – XVII ст., XVII – XVIII ст, XIX ст., XX ст. і сьогодення. Найперші основи академічної та шкільної риторики заклала культурно-просвітницька діяльність князів Володимира (960 / 963 – 1015) і Ярослава Мудрого (983 / 987 – 1054). Кращі зразки візантійської літератури, псалми, притчі, проповіді, послання, твори Отців Церкви та життя святих стали прикладами ораторського мистецтва, поширеними в Київській Русі. З появою перших церковних шкіл, «шкіл грамоти» і «шкіл книжного вчення» (з X ст.), ремісничих училищ розвивається педагогічна риторика.

Відомими ораторами Київської Русі були митрополит Іларіон, Климент Смолятич, Кирило Туровський. Елементи ораторського мистецтва є в «Повчанні Мономаха дітям», «Слові о полку Ігоревім» – визначних пам'ятках писемності того часу.

Митрополит Іларіон (XI ст.) – християнський проповідник, письменник, автор проповіді «Слово про закон і благодать». У своїх промовах використовував пишномовство, оригінальну структуру проповіді (вступ, звертання, пояснення), образи-символи, паралелізми, антитези, метафори, експресивний стиль, поетичний фольклор. Протиставлення Старого й Нового Завітів представив через антитези образів: Старий Завіт – місяць, Новий Завіт – сонце, Старий Завіт – тінь, Новий Завіт – світло, Старий Завіт – нічний холод, Новий Завіт – сонячне тепло, закон – благодать. Ознайомитися детально з цією пам'яткою ораторського мистецтва часів Київської Русі можна за покликанням, закодованим у QR-коді.



Кирило Туровський (XII ст.) – єпископ Турівський, проповідник, представник педагогічної риторики та урочистого красномовства, автор величально-похвальних епідейктичних промов, праці «Слово в новий тиждень після Пасхи», у якій йдеться і про роль ритора-проповідника.

Іван Вишенський (1550 – 1621) – літературний діяч, письменник-полеміст, володів класичною риторикою, гомілетикою, патеристикою. Він добре володів засадами античної риторики, використовував стилістичні фігури, характерні для класичної риторики (риторичні звертання, анафори, антитези). Його послання перетворювалися на полемічні памфлети завдяки сильним, емоційним і різким висловлюванням, діалогізації викладу. Український матеріал додавав особливого колориту риторичі Івана Вишенського, якого називають творцем давньої книжної української мови і предтечею української публіцистики.

Дослідники виокремлюють у риторичі Київської Русі два піджанри – дидактичний (повчальний) та панегіричний (урочистий), а промови, проповіді, повчання називають «словом». До нашого часу збереглися «Ізборники Святослава» зі статтями церковного, філософського, календарного характеру і повчаннями. Тут вміщені «Слово про читання книг», «Слово одного батька до свого сина», «Поради для заможних», «Яка має бути людина та ін.».

У XI – XVI ст. педагоги та церковнослужителі практикують жанри проповіді, повчання, казання, бесіди. Виразним був християнсько-релігійний характер ораторського мистецтва. У «школах книжного вчення» викладали риторичу, діалектику, граматику, арифметику, вивчали ораторське мистецтво Стародавньої Греції, тлумачили Біблію.

У другій половині XVI ст. – XVII ст. засновано козацьку школу на Січі, де вчать майбутніх козацьких ватажків виступати з промовою, закликати військо до бою, звертатися до християн. Риторика була однією із семи наук, яку викладають у заснованій князем Острозьким слов'янсько-греко-латинській школі в м. Острозі. Ця школа здобула в народі назву академія, а її випускники успішно складали й виголошували промови, були обізнані з риторичним канонам. Саме з Острозькою і Києво-Могилянською академією пов'язують зародження українського академічного красномовства.

У XVII – XVIII ст. у Києво-Могилянській академії теж вивчали 7 вільних наук, серед яких і риторика. Риторику вивчали 1 рік. Цей курс було побудовано на основі вивчення риторики античної, патристики, схоластики та ін. зразків. 127 підручників з риторики, які дійшли до нас з того часу, були складені й прочитані саме в академії в 1635 – 1817 роках. Справа у тому, що кожен викладач риторики мав мати власний, авторський підручник з риторики, за яким навчав студентів.

На прикладах вітальних промов, панегіриків, ораторських промов з нагоди урочистих громадських і церковних подій студенти теоретично й практично опановували закони красномовства. Студентів знайомили з працями ораторів давньогрецького і давньоримського періоду; вчили створювати промови загального призначення, судові чи вітальні, вчили писати листи різного типу (вітальні, прохальні, дякувальні, прощальні та ін.). Ті, хто бажав, вивчав й церковне красномовство. Вчили словесному мистецтву, вмінь полемізувати й учнів братських шкіл. Ритори дбали й про формування національної свідомості, морально-етичної християнської позиції вихованців.

Риторична спадщина найвизначніших українських викладачів риторики та ораторів свого часу заклала традицію викладання академічної риторики в ЗВО в наступні століття. Досвід Інокентія Гізеля, Лазара Барановича, Іоанікія Галятівського, Феофана Прокоповича та ін. викладачів – цікавий предмет дослідження як мовностильове явище і риторичний феномен. Варто зауважити, що істинність, зміст промови часто не були основними, тоді як мова, мистецтво красномовства були в пріоритеті. Завдання оратора в той час – переконати слухача, а не донести до нього істину.

Інокентій Гізел (? – 1683) – педагог, риторика якого позначена вміння аргументувати свої думки, апелюючи до Святого письма, наукового аналізу явищ, праці старогрецьких риторів та європейських філософів. Його називали українським Арістотелем.

Лазар Баранович (1620 – 1693) – учитель риторики й поезики, красномовний професор.

Іоанікій Галятівський (? – 1688) – викладач риторики, автор книг проповідей «Ключ розуміння» (1659). Теоретичним додатком

до цієї книги була теорія красномовства («Наука, альбо Спосіб зложення казання»). Він пропонував спочатку обрати тему промови, а потім скласти розповідь із трьох частин – початку (ексординум), оповіді (нарація), кінця (конклюдія). Його стиль мовлення був логічним, багатим і пишним.

Стефан Яворський (1658 – 1722) викладач поетики, риторики, філософії. Написав працю «Риторична рука», у якій міркував про 5 її розділів, порівнюючи їх з 5-ма пальцями «риторичної» руки. Цікавим був той факт, що у свої проповіді з метою риторичного аргументування й прикладу для доведення своїх положень Стефан Яворський вводив байки.

Як стверджує В. Шевчук, курси риторик в Києво-Могилянській академії у XVII – першій пол. XVIII ст. були різними в кожного автора й не повторювали один одного, однак підпорядковувались принципам релігійності, а відтак ідеям Відродження і Просвітництва – уваги до людини, національної культури.

Феофан Прокопович (1681 – 1736) – український філософ, викладач риторики та інших предметів, професор Києво-Могилянської академії, письменник. Був надзвичайно ерудованим, підносив моральні чесноти, у лекціях дотримувався античного риторичного канону. У його доробку авторський курс «Про поетичне мистецтво», в межах якого розглядав і питання красномовства. У його праці знаходимо й настанови щодо академічних риторичних жанрів та педагогічного красномовства: *«...гадаю, варто опустити все темне й малодоступне та звести воедино у порівняно невеликому обсязі все легше, простіше, але більш необхідне. Затим, зібравши його, ніби, в тугий вузол, викласти наскільки можна коротко, дбаючи при цьому швидше про зручність та користь для учнів, аніж про те, щоб роздути свою славу безліччю написаних аркушів. На все це вказує Гораций, досить розумно радячи: Бути коротким, як вчиш, намагайся, щоб учень сумлінний Міг твоєю думку збагнути і довше її нам'ятати. Все надлишкове і зайве наш розум тримати не хоче»*³⁰

³⁰ Прокопович Теофан. Філософські праці. Вибране; упорядкування та переклад В. Литвинова та ін. К.: Дніпро, 2012. С. 40.

Риторика Ф. Прокоповича «De arte rhetorica» («Про риторичне мистецтво») – ще один лекційний курс професора, який починає з того, що називає риторику *«царицею душ», «княгинею мистецтв», «яку всі вибирають з уваги на достоїнство, численні бажають з огляду на користь, а лише деякі осягають, внаслідок нерівних сил таланту, так і із-за обсягу самого предмета»*³¹. Ця праця складається з десяти книг:

Кн. 1. Подає загальні вступні настанови, історію й джерела риторики.

Кн. 2. Про підбір доказів і про ампліфікацію.

Кн. 3. Про розташування матеріалу.

Кн. 4. Про мовно-стилістичне оформлення промов.

Кн. 5. Про трактування почуттів.

Кн. 6. Про метод писання історії і про листи.

Кн. 7. Про судовий і дорадчий роди промов.

Кн. 8. Про епідейктичний, або прикрашувальний, рід промови.

Кн. 9. Про священне красномовство (гомілетику).

Кн. 10. Про пам'ять і виголошування.

Риторика за Ф. Прокоповичем – це вміння добре говорити; мета оратора – переконувати мовою; завдання оратора – скласти переконуючі промови.

Окрім того, що Феофан Прокопович дбав про розвиток ораторського мистецтва у студентів, володіння ними засобами образного мовлення, звертав увагу й на морально-християнське виховання.

Ф. Прокопович розвинув ідею трьох родів промов і вчення про три стилі, спираючись на естетику класицизму і принципи логічної трихотомії. Мається на увазі такі три компоненти:

1) зміст промови – тема, предмет, мета, результат;

2) експресивність – почуття, емоції, психічний стан промовця;

3) мова – мовне вираження, засоби, форми.

Залежно від того, яким є тематично-предметний зміст промови, яка міра експресії та які мовні засоби використовує оратор, можна визначити *високий, середній та низький стилі*.

³¹ Прокопович Феофан. Філософські твори: в 3 т.; [пер. з латинської]. К.: Наукова думка, 1979. Т. 1. Про риторичне мистецтво..., Різні сентенції. С. 102 – 103.

Високий стиль використовують у промовах про видатні й по-важні справи, божественні й людські вчинки, закони, перемоги. Тут переважає велика сила почуттів, емоцій, пристрастей і відповідні мовні засоби – вишукані метафори, ампліфікації, ритмічність мови.

Середній стиль використовують у розмовах на теми й предмети звичайні, про людське життя. Тут помірні емоції та пафос, мова приємна й достойна. Низький стиль – простий, фамільярний, ним говорять про справи малі й мізерні, щоденні, побутові. Тут немає урочистості мови, але є жарти, дотепи, просторічні слова.

Ф. Прокопович міркував, що промова може поєднувати елементи двох чи навіть трьох стилів. Але має мати ритм, який створюється вдалим поєднанням періодів та їх структурних частин (протосису, що викликає у слухачів стан очікування, та аподосису, що логічно, емоційно й інтонаційно завершує речення). Наголошував і на використанні слів з переносним значенням (чарівні слова), тропів чи «фігур мови».

Феофан Прокопович розробив риторику епістолярію (основні ознаки стилю – чіткість, лаконічність, стислість, спокійний, а не ораторський стиль, короткий вступ, чіткий виклад і висновки) і наголосив на важливості використання риторики в написанні історії задля увічнення історії Батьківщини.

Григорій Сковорода (1722 – 1794) – філософ, педагог, письменник, оратор, випускник Києво-Могилянської академії. Лекції з поетики в колегіумі, приватні уроки Григорія Сковороди позначені переконливістю, образною мовою, діалогічним характером. Очевидно, що саме через використання діалогу як процесу пошуку істини, Сковороду називають українським Сократом. Його промови поширювалися в усній формі та рукописах. Це зразки високої риторичної майстерності. У них – глибокі міркування про життя, щастя, добро, любов, повагу, чесність, науку; довершена логіка побудови висловлювань, доречно використані риторичні фігури, складні конструкції, метафоричність мови, біблійні образи й мотиви.

Будучи мандрівним філософом, Сковорода вів бесіди з подорожніми, вчив єдності слова і діла, пропагував ідею «сродної праці», оспівув життя і свободу як найбільші дар й скарб людини.

Афоризми Григорія Сковороди відображають життєвий досвід і мудрість поколінь: *«Святість життя полягає в робленні добра людям», «Коли не можу нічим любій Вітчизні прислужитися, в усякому разі з усієї сили намагатимуся нікому ні в чому не шкодити», «Немає нічого небезпечнішого, ніж підступний ворог, але немає нічого отрутнішого від удаваного друга», «Царство Боже всередині нас. Щастя – в серці, серце – в любові, любов же в законі вічного», «Хто думає про науку, той любить її, а хто її любить, той ніколи не перестав вчитися, хоча б зовні він і здавався бездіяльним».*

За життя не було видано жодного твору Сковороди, однак вони були відомі його сучасникам і збереглися для нащадків. А це філософські трактати, поетична збірка «Сад божественних пісень», збірка «Байки харківські», листи.

Важливий внесок у розвиток української риторики як науки і мистецтва, а також академічної риторики зробили й інші українські культурні діячі, митці, мовознавці, ритори та педагоги – Олександр Духнович, Володимир Антонович, Олександр Потебня, Михайло Драгоманов, Борис Грінченко, Софія Русова, Іван Огієнко, Василь Сухомлинський. Лекції Івана Огієнка, виступи Василя Сухомлинського – класика української академічної й педагогічної риторики.

Однак, варто зауважити, що XIX ст. позначене утисками національного життя українців у складі Російської та Австро-Угорської імперій. Українська риторика розвивалася у часи розвитку української мови і культури, але занепадала у часи, коли російська імперія чинила лінгвоцид української мови (циркуляр Валуєва, Емський указ Олександра II та інші заборони викладати, писати і друкувати українською. Більше про це можна прочитати за покликанням, закодованим у QR-коді). Але навіть у такому середовищі Тарас Шевченко написав свої поетичні шедеври – вірші, поеми – взірці ораторського мистецтва. У його творчому доробку є риторичні, політичні, пророчі твори, як вважає Григорій Грабович. Як приклад, наводить «Послання..», «Кавказ», псалми.



Деяке пожвавлення у розвиток риторики, зокрема політичної, внесли революційні події початку ХХ ст. Промови, виступи й статті, авторами яких є М. Міхновський, С. Єфремов, Д. Донцов, М. Грушевський, І. Франко, можна розглядати як зразки українського ораторського мистецтва того часу.

У ХХ ст. радянська влада так само знищувала українську культуру, мову, науку. У тоталітарній державі не було умов й для функціонування української риторики. І тільки з відновленням незалежності України, як констатує О. Кучерук, *«посилився суспільний, освітній і науковий інтерес до ораторської майстерності загалом та педагогічної зокрема. На часі постала потреба в розробленні положень педагогічної риторики на засадах неориторики й теорії розвивального навчання, насамперед в аспекті інтелектуально-мовленнєвого й духовного розвитку особисті на основі нового осмислення діалогу як загальнодидактичного принципу й методу навчально-комунікативної діяльності»*³².

3. Академічна риторика на сучасному етапі

Сучасна академічна риторика розвивається у площині загальної риторики, але має й свої особливості, пов'язані з освітнім середовищем і тими змінами, які відбуваються. Академічна риторика стала наукою про комунікативний процес з аудиторією, висловлювання думки й комунікативний вплив на слухача. Риторика називають наукою успіху. Її вивчення повертається у заклади вищої освіти. Фахівець кожної сфери має володіти мистецтвом красномовства, вміти творити текст і виголошувати промову.

Практична академічна риторика має місце у закладах вищої освіти України. Варто зазначити, що для українського академічного красномовства «характерні емоційність, громадянська спрямованість, глибокий науковий аналіз, прогресивна громадська по-

³² Кучерук О. Історія красномовства крізь призму педагогічної риторики: європейський досвід. *Педагогічна риторика: історія, теорія, практика: монографія* / [О. А. Кучерук, Н. Б. Голуб, О. М. Горошкіна, С. О. Караман та ін.]; за ред. О. А. Кучерук. Київ: КНТ, 2016. С. 67.

зиція, мистецтво живого витонченого слова, яке було яскравим, образним, логічним, водночас простим, ясным і природним. Лектори пробуджували прагнення до знання, активного його застосування, уміли зачепити за живе слухачів, прикувати їхню увагу до предмета лекції, не дати їм можливості нудьгувати й стомлюватися. Появу на кафедрі улюблених професорів часто зустрічали оплесками. За спогадами сучасників, лекції професури давали не тільки велику розумову, а й високу художню насолоду»³³.

Найперше прикладом ораторського мистецтва має бути сам лектор, викладач. В українській академічній риториці є свої традиції. Зразком для наслідування, наприклад, може бути академічна риторика Івана Франка, який сповідував принцип «вчитись не для школи, а для життя». У своїй педагогічній практиці виробив основні засади навчання й комунікації з учнями:

1) *«необхідно собі здобути довіру того, кого хочу вести, кого хочу вчити. Показати, чого людина досягне, що скористає, коли мене послухає, коли піде за 144 моїм приводом»;*

2) *«Вчи, але не муч... Це має бути девіз кожного, хто має інших вчити»;*

3) *«Вчи та поясни»;*

4) *«Коли замало, покажи і докажи»;*

5) *«Якщо дитині нудно йде наука серед чотирьох стін, то треба вивести її на світ»;*

6) *Ходіть собі удвох, як добрі приятелі, як собі рівні, говоріть з собою»;*

7) *«Проти всього оточення, як будете, будьте чемні та ввічливі».*

8) *«Старайтесь нікому не наприкритися і не бути нікому тягарем»;*

9) *«Старших, – однаково, чи ваших хлібодавців, чи людей зовсім чужих і до вас непричетних, – шануйте і з ласкою та любов'ю ставтеся до малих та тих, кого звичайно інші зневажають»;*

³³ Ткаченко Л. П. Традиції українського академічного красномовства. Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди «Теорія і методика навчання: проблеми та пошуки». – Харків: ХНПУ, 2018. Вип. 14. С. 143.

10) «На те все нехай дивиться об'єкт вашого навчання, вашого експерименту – ваш учень. Бо це все теж наука»;

11) «Чуда докажете з дитиною, коли серйозно до неї візьметеся, коли сумлінно попрацюєте над нею»³⁴.

На жаль, сьогодні не всі педагоги володіють майстерністю красномовства, мистецтвом презентацій. Однак є знавці риторики, викладачі цієї дисципліни, які творять теоретичний і практичний дискурс академічного напрямку. Це С. Абрамович, В. Василенко, В. Греманг, Н. Голуб, О. Кучерук, Л. Мацько, О. Мацько, Г. Сагач, О. Санівський, Н. Сивачук, І. Снігур, М. Чикарьова та інші автори й розробники курсів з риторики, підручників та посібників для студентів. Пропонуємо ознайомитися з деякими працями за покликаннями, закодованими у QR-кодах.



Варто зауважити, що у контексті популярних концепцій сучасної комунікації Дейла Карнегі та інших психологів, педагогів, мовознавців, навчання риторики набуває прагматичного підходу, стає доступним для кожного. Академічна риторика стає популярною, а її жанри виходять за межі академічних установ.

Академічне красномовство на сучасному етапі набуває нових ознак, інтегрується з іншими дисциплінами, перебуває у тісному зв'язку з інформаційними технологіями й цифровими інструментами. Практична реалізація жанрів академічної риторики пов'язана не тільки з мистецтвом вербального виголошення, а й з мистецтвом презентації промови, лекції та ін.

³⁴ Сучасна педагогічна риторика: теорія, практика, міжпредметні зв'язки: 36. наук. праць за матер. наук. семінару / За ред. Т. А. Космеди. Львів: ПАІС, 2007. С. 30.

Питання для обговорення та дискусії

1. Як розвивалася риторика у Стародавній Греції та Римі?
2. Хто з ораторів Стародавньої Греції, на вашу думку, зробив найбільше для розвитку риторики як науки? Обґрунтуйте свою позицію.
3. Які ознаки мала риторика Середньовіччя та наступних епох?
4. Окресліть розвиток риторики в Україні й назвіть чинники, що сприяли цьому процесу.
5. У яких сферах сучасного життя навички ораторського мистецтва є необхідними і важливими?

Завдання для самостійної роботи

1. Опрацюйте «Слово...» Іларіона чи інший зразок ораторського мистецтва Київської Русі. Дайте йому характеристику з точки зору риторики.
2. Складіть хронологічні лінійки розвитку риторики у світі та в Україні. Порівняйте їх та зазначте відмінності.
3. Подайте історію розвитку риторики в Україні в інфографіці.

Цікавий медіаконтент

1. Перегляньте скрайбінг «Античні ритори» Наталії Антипової за покликанням, задованим у QR-коді.
Як би ви доповнили цю роботу?



РИТОРИКА ТА ЇЇ ЗАКОНИ

План

1. Класичне мистецтво переконання (логос, етос, пафос, топос).
2. Основоположні розділи класичної риторики.
3. Закони академічної риторики: ступеневої послідовності, концептуальний, моделювання аудиторії, стратегічний, тактичний, мовленнєвий, комунікативний, системно-аналітичний.

1. Класичне мистецтво переконання (логос, етос, пафос, топос)

Класична риторика – це мистецтво переконувати. Кожного разу, коли ми говоримо чи пишемо, ми вступаємо в дискусію чи суперечку. Ми намагаємось прямо чи опосередковано переконати наших слухачів чи читачів і вплинути на них. Працюємо над тим, щоб вони змінили свою думку, щось зробили або почали мислити по-новому. Щоб бути ефективними в такій комунікації, важливо вміти використовувати принципи риторики у різних риторичних ситуаціях.

***Риторична ситуація** – ситуація чи обставина, за якої оратор має переконати аудиторію щось зробити, змінити її думку, вплинути на неї тощо. Три основні компоненти риторичної ситуації:*

- 1) *риторична мета, якої автор намагається досягти, або аргумент, який автор намагається висунути, тобто повідомлення;*
- 2) *доповідач/комунікатор;*
- 3) *цільова аудиторія.*

Ці три елементи риторичної ситуації перебувають у постійному та динамічному взаємозв'язку і є запорукою процесу комунікативної взаємодії і формують так званий «риторичний трикутник»³⁵.

³⁵ Kashyap Athena & Dyquist Erika. Writing, Reading & College Success: A First-Year Composition Course for All Learnersю Kashyap Athena & Dyquist Erika.

Зміна характеристик будь-якого з елементів, зображених на малюнку вище, також змінить інші елементи. Наприклад, зі зміною в переконаннях і цінностях аудиторії повідомлення також зміниться, щоб відповідати цим новим переконанням. Іншими компонентами риторичної ситуації є засіб або форма спілкування, час, відведений для повідомлення (скільки

часу має оратор? відповідний час, щоб переконати?), політичні, соціальні чи культурні наслідки, місце тощо. Будь-яке переконливе мовлення зумовлене необхідністю, тобто потребою передати повідомлення. Щоб переконати своїх слухачів, оратор повинен володіти мистецтвом переконання і використовувати три види доказів або риторичних звернень, має бути обізнаний з основними категоріями класичної риторики.

Категорії (поняття) класичної риторики – логос, етос, пафос і топос. Через них реалізується мистецтво переконання.

***Логос** (з гр. λόγος – «слово», «мовлення», «мова», а також «поняття», «думка», «розум») – «одне з основних понять (категорій) класичної риторики (разом з етосом, пафосом і топосом), що передбачає вибір доцільних словесних засобів, які ритор використовує для вираження задуму промови й аргументації висловленого у зрозумілій і переконливій для аудиторії формі»³⁶.*

The Rhetorical Triangle



City College of San Francisco. LibreTexts. 2020. URL: [https://human.libretexts.org/Courses/City_College_of_San_Francisco/Writing_Reading_and_College_Success%3A_A_First-Year_Composition_Course_for_All_Learners_\(Kashyap_and_Dyquisto\)/00%3A_Front_Matter/07%3A_Preface](https://human.libretexts.org/Courses/City_College_of_San_Francisco/Writing_Reading_and_College_Success%3A_A_First-Year_Composition_Course_for_All_Learners_(Kashyap_and_Dyquisto)/00%3A_Front_Matter/07%3A_Preface)

³⁶ Макович Х. Я., Вербицька Л. О., Капітан Н. О. Словник термінів і понять з риторики. Львів, 2016. С. 73–74.

Логосом називають зміст промови. Це думка, яка йде від розуму й апелює до нього. Послідовне наведення аргументів, побудованих за законами логіки, – це шлях переконання, який забезпечує логос. Завдяки логосу відбувається розуміння висловленого, раціональне переконання аудиторії, поєднання думок риторів і слухачів.

До компонентів логоса належать план промови, повнота змісту і словесні прийоми. Наприклад, до теми «Логопеди – потрібна професія сьогодні»: 1) План: специфіка роботи логопеда; проблеми з розвитком мовлення дітей та шляхи їх вирішення в сучасному суспільстві; роль логопеда в розвитку мовлення дітей; 2) аргументи, факти, випадки, фото. Логічність – одна із основних ознак успішної промови. Аргументація, розуміння й оцінювання промови аудиторією залежать від логосу і регламентується правилами логосу. Логічна послідовність міркувань, несуперечливість суджень і правдива аргументація – умови логосу, який є словесним втіленням пафосу на умовах етосу за підтримки топосу.

Логос – це логічне звернення. Пафос – емоційне, етос – етичне, або звернення засноване на характері та довірі до автора. Топос стосується того, чи є повідомлення «свого періоду часу». У своїй праці «Риторика» Арістотель пише, що у кожній частині переконливого дискурсу повинні використовуватися разом три риторичні звернення. Аргументація, заснована лише на зверненні до логіки чи емоцій, не буде ефективною.

Арістотель, розглядаючи розділи риторики (Інвенція, Диспозиція, Елокуція, Меморія, Акція), «бачив Логос, тобто риторику як науку, що має два основні засоби переконувати: 1) силогізм (висновок від загального до часткового) і 2) ентимему (скорочений силогізм, у якому процедура міркування і висновку не повністю показана, а маємо ніби вже готовий висновок) – троп. Ентимема – це троп, а троп з погляду логіки – це скорочений силогізм. Перший спосіб реалізується у розділі «Диспозиція», де зосереджено всі правила розташування матеріалу і логічних процедур з ним, всі види силогізмів, типи аргументацій. Другий спосіб (коротке, ніби стиснуте міркування) розвинувся у розділі «Елокуція» в підрозділ елоквенції як система засобів фігурального мовлення (фігури слова і фігури думки). У сучасній риторичній логічності є однією з осно-

вних ознак промови і тексту. Вона реалізується через можливість вибору у мовному викладі послідовності міркувань, несуперечності тез і положень промови, у доцільності співвідношень, якщо реальність диктує суперечливі положення. У розділі «Елокуція» описуються мовні засоби, якими досягається логічність комунікації (система службових слів, які виражають логічні відношення; порядок слів і синтаксичних структур; лексеми з семантикою відношень; граматичні парадигми відмінкових, особових, видо-часових форм)»³⁷.

***Етос** (від гр. *εθος* – «характер», «звичай», «норов») – «одна з основних категорій класичної риторики, зразкова суспільна й особиста морально-етична поведінка оратора, що потрібна для того, аби мати змогу впливати на слухачів і переконувати їх»³⁸; моральний принцип риторики.*

За античних часів етос розглядали як характеристику особистості оратора.

Арістотель трактував етос як спосіб зображення характеру людини через стиль її мовлення. Виокремлюючи три види риторик і промов – судову, дорадчу, похвальну (епідейктичну), вважав, що кожен тип промови має свій етос. Справедливість або несправедливість – в основі етосу судових промов, користь або шкода – у дорадчих, хвала чи осуд – у похвальних. Всі інші моральні поняття – супутні. Своєрідним є етос у церковній риторичі, християнських проповідях. Він будується на чеснотах християнства, заповідей Божих.

Оратор, вибираючи певні вирази, мовленнєву поведінку, виявляє своє моральне обличчя. Моральність промовця, виявлена в його словах, може бути позитивно чи негативно сприйнята аудиторією, відповідно промова буде викликати довіру чи навпаки буде перешкодою для досягнення мети оратора. На сучасному етапі етос вважають моральним принципом риторики. «Етос наявний

³⁷ Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика. Київ: Вища школа, 2006. С. 10–11.

³⁸ Макович Х. Я., Вербицька Л. О., Капітан Н. О. Словник термінів і понять з риторики. Львів, 2016. С. 43.

в будь-якій публічній промові як її об'єктивна властивість, адже зміст промови теж може відповідати чи не відповідати критерію моральності. Він виявляється у виборі теми та цільового призначення промови, виборі засобів аргументації, атмосфері спілкування промовця зі слухачами. Через етос відбувається вплив внутрішнього світу промовця на внутрішній світ його слухачів»³⁹.

Етос – це основа формування риторичного ідеалу. Так, Феофан Прокопович розумів етос риторики як види чеснот – мудрості, справедливості, хоробрості, поміркованості. Кожній чесноті відповідають певні риси оратора, правила поведінки і дій, які вдосконалюють мораль та етику особистості. Це своєрідний моральний кодекс оратора. Тільки той промовець, на думку Арістотеля, має впізнаватися слухачами, який є достойним, гідним промовляти до них, доносити істину і справедливість. Уявлення про етос оратора слухачі складають на основі аналізу промови, його поведінки, вчинків. Завжди захоплювалися ораторами з високими помислами, щирою душею, тими, хто слідував морально-етичним законам і нормам. Але насправді значення мають й інші аспекти.

Етос можна розглядати як довіру, яку мають оратори, коли вони виступають перед аудиторією. Атена Каш'яп та Еріка Диквіст наводять цікавий приклад у цьому контексті: «Якби в перший день уроку ваш професор увійшов, наче зігнувшись, і виглядав так, ніби він провів цілу ніч і колупав у носі, як би ви сприйняли цього викладача? Яким би був ваш погляд на клас, який він відвідує? Наскільки ви впевнені, що ця людина знає, про що вона говорить? Етос охоплює велику кількість різних речей, які можуть включати те, що людина одягає, говорить, слова, які вона використовує, її тон голосу, її облікові дані, її досвід, її стосунки з аудиторією, вербальну та невербальну поведінку, судимості тощо. Часом може бути настільки ж важливо знати, хто представляє матеріал, як і те, що вони говорять про тему»⁴⁰. Також як хибний приклад ето-

³⁹ Макович Х. Я., Вербицька Л. О., Капітан Н. О. Словник термінів і понять з риторики. Львів, 2016. С. 43.

⁴⁰ Kashyap Athena & Dyquist Erika. Writing, Reading & College Success: A First-Year Composition Course for All Learnersю Kashyap Athena & Dyquisto Erika.

су, вони наводять рекламу товару, у якій використовують відомих акторів чи спортсменів не для інформування слухачів, а для привернення уваги.

***Пафос** (з гр. *πάθος* – «відчуття», «емоція», «пристрасть», «насага») – «одна з основних категорій класичної риторики, яка відповідає за емоційне наповнення промови»⁴¹.*

Дефініцію «пафосу» як риторичному поняттю дав ще Арістотель. Він вважав, що пафос – це вираження манери і стилю викладу матеріалу; засоби чи аргументи, що апелюють до емоцій аудиторії. Засобами створення пафосу є інтонація, міміка, жести, гумор, заклики, вигуки. Беземоційна промова нецікава слухачам, вона не здатна їх переконати, і на цьому наголошували ритори усіх часів.

Пафос є фактом життя. Важливо розмежовувати пафос самого мовця, його особистих почуттів, які він передає у промові, і той пафос, який він створює за допомогою мовних засобів з метою вплинути на слухачів.

Пафос найкраще можна описати як використання емоційного звернення, щоб схилити думку іншого в риторичній суперечці. Сама по собі емоція не потребує визначення, але слід зазначити, що ефективна «патетична» апеляція (використання пафосу) часто використовується таким чином, що може викликати гнів або смуток в умах і серцях аудиторії. Пафос як емоції часто використовують у сучасних рекламних роликах, щоб розчулити, викликати емоції (радості, страху та ін.) у слухачів чи глядачів.

Логос як критерій істинності, **етос** як критерій щирості, **пафос** як критерій відповідності мовної поведінки – три важливі наукові критерії, притаманні й іншим наукам.

***Топос** (з гр. *τόπος* – «місце») – риторичне поняття; «загальне місце у промові, аргумент, мотив чи тема, які повторюються в*

City College of San Francisco. LibreTexts. 2020. URL: [https://human.libretexts.org/Courses/City_College_of_San_Francisco/Writing_Reading_and_College_Success%3A_A_First-Year_Composition_Course_for_All_Learners_\(Kashyap_and_Dyquisto\)/00%3A_Front_Matter/07%3A_Preface](https://human.libretexts.org/Courses/City_College_of_San_Francisco/Writing_Reading_and_College_Success%3A_A_First-Year_Composition_Course_for_All_Learners_(Kashyap_and_Dyquisto)/00%3A_Front_Matter/07%3A_Preface)

⁴¹ Макович Х. Я., Вербицька Л. О., Капітан Н. О. Словник термінів і понять з риторики. Львів, 2016. С. 95.

тій самій чи в різних промовах»⁴². Топосами також називають стандартні мовні ситуації, у яких потрібне знання конкретних мовних кліше, наприклад, ситуації знайомства, спілкування в магазині, на зборах тощо.

В античних риториках розробляли топоси як схеми чи зразки певних місць у риторичних творах різного змісту і призначених для певних ситуацій. Заголовки до них називали **логограмами**, а людей, що розробляли такі логограми, називалися логографами. Цій меті значною мірою служили й зразки промов з певних тем і для певних ситуацій. Це, наприклад, топос події – певна схема опису події, для використання цього топосу оратор мав дати відповіді на такі питання: що це за подія? де вона відбулася? коли? як? чому? Так йому вдавалося вичерпно змалювати суть події, нічого не пропустивши. З огляду на це, топос можна тлумачити і як уміння поставити правильний ряд запитань (від загальних до конкретних), створити своєрідну схему для змістовного й логічного розкриття якогось питання.

Арістотель описував смислові моделі топосу в контексті мистецтва аргументації. Він вважав, що кожен топос можна використовувати не лише для винаходу змісту промови чи під час побудови викладу, але й для доведення.

Друге значення топосу пов'язане з мовними кліше, які дозволяють говорити більш-менш вільно, орієнтуватися в ситуації. Діє правило аналогічної стратегії побудови текстів.

Щоб бути оригінальним, оратору варто уникати звичного вираження топосів, але також слід пам'ятати, що в промові існує певна пропорційність між топосами і оригінальністю.

Л. Мацько і О. Мацько переконані, що «Людина, яка не орієнтується в топосі, ставить зайві, недоречні або некоректні запитання»⁴³. Також дослідники зауважують, що «у риторичі використовуються вирази детальний топос (широкий набір правил і формул мовної поведінки), техніка топосу (вміння швидко пристосуватися до мов-

⁴² Макович Х. Я., Вербицька Л. О., Капітан Н. О. Словник термінів і понять з риторики. Львів, 2016. С. 129.

⁴³ Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика. Київ: Вища школа, 2006. С. 14.

ного спілкування, увійти в рамки топосів, вдало поставити запитання, точно відповісти)»⁴⁴.

Деякі ритори наголошують і на важливості такої категорії, як Кайрос (з гр. Καῖρός – «час») – риторичне поняття, яким означено «правильний час», «ідеальний момент» для спілкування. Кайрос в основному стосується контексту моменту: що є актуальним для аудиторії в будь-який конкретний час? Деякі ритори описують не топос, а кайрос як четверте риторичне звернення, оскільки ритори часто звертаються до терміновості певного часу чи моменту, щоб залучити аудиторію. Час, як іноді кажуть, вирішує все. Риторика – це пошук найкращих «доступних засобів» переконання «в будь-який даний момент» або «в будь-якому конкретному випадку».

2. Основоположні розділи класичної риторики

Детально основоположні розділи класичної риторики описали Л. Мацько та О. Мацько⁴⁵.

Інвенція (лат. inventio – винахід, вигадка) – перший розділ класичної риторики. В центрі його дії – етап задуму, генерація ідей та гіпотези промови. Ключовим завданням промовця на цьому етапі є систематизація власних знань в обраній галузі, які стануть предметом виступу. Однак визначити остаточний предмет і те, в якому обсязі він буде представлений у промові, можна лише після зіставлення власних знань зі знаннями інших. Основне в інвенції – вдало, доречно вибраний предмет розмови і намір його представити та розкрити так, щоб досягти здійснення задуму.

Диспозиція (лат. dispositio, від dispono – розташовую, розміщую) – другий розділ риторики, який присвячений формулюванню понять про предмет виступу й визначенню правил оперування ними. Саме на етапі побудови виступу диспозиція пропонує логічні операції, якими знімається суперечливість визначень, та набір положень задля забезпечення послідовності усіх його частин аж до закономірного висновку.

⁴⁴ Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика. Київ: Вища школа, 2006. С. 13.

⁴⁵ Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика. Київ: Вища школа, 2006. С. 14–15.

Елокуція (лат. *eloguor* – висловлюююсь, викладаю) – третій розділ класичної риторики, в основі якого – закони мовного вираження предмета спілкування. Він приводить мовця до мети і є найефективнішим. Основний зміст елокуції з класичної риторики перейшов у сучасну стилістику (вчення про стилі і вчення про тропи та фігури). Елокуція забезпечує мовне фігуральне вираження інвенції і диспозиції; додає промові додаткових змістових, оцінних, емоційних, вольових ефектів. Зміст промови на першому і другому етапі підготовки підпорядковується логіці, тоді як на етапі елокуцію – паралогіці, що виявляється у використанні слів і виразів у переносному (фігуральному) значенні. Тропи й мовні засоби, які здатні трансформувати значення синтаксичних структур та елементів думки (фігури) є чинниками виникнення нових смислів, які функціонально здатні викликати нові сильні ефекти в аудиторії. Елокуція – етап, який пов'язаний із розвитком вчення про стилі.

Елоквенція – підрозділ елокуції – найбільшого розділу риторики, в якому досліджуються фігури слова (тропи) і фігури думки (риторичні фігури). Часто цю частину назвають серцевиною красномовства чи красномовністю. З давніх-давен, у класичній та сучасній риториці тропи й фігури виконували прикрашальну функцію. Завдяки їм, образній мові промова набувала вишуканості. Іноді тропи навіть прикривали примітивний зміст виступів, про що свідчать іронічні напади на риторику як пусту красиву забавку словом у XIX – XX ст. Сучасні мовознавці й дослідники тексту з інших галузей розглядають тропи і фігури як творчі елементи мови, що відбивають специфіку творчого мислення, художнього бачення предмета мовлення, а не пусті прикраси: «Тропи не є зовнішньою прикрасою, певного роду апліке, що накладається на думку зовні, — вони складають суть творчого мислення, і сфера їх ширша, ніж мистецтво. Вони належать творчості взагалі». Це добре ілюструють тропи і фігури у певних стилях, їх жанрах і конкретних типах текстів та сферах звучання живої мови, де немає й натяку на прикрашання. Наприклад, метафори й епітети в науковому та офіційно-діловому стилях: воронована криця, вушко голки, вушко ресори, носик чайника, ніжка стола, заява пішла тощо. Варто констатувати, що тропи й фігури – це результат складних се-

мантико-синтаксичних процесів між словами і словосполученнями. Це органічні складники мови, які виявляються в тексті тільки у формі непрямої дії істинних ознак предметів.

Меморія (лат. *memoria* – пам'ять, згадка) – четвертий розділ риторики, який допомагає оратору запам'ятати зміст промови як в плані фактичної інформації, так і образності, цікавих деталей та мовних формулювань. Змістом цього розділу є мнемотехніка – система «секретів», прийомів запам'ятовування матеріалу, швидкого відтворення, розвитку оперативної пам'яті, вміння користуватися набором енциклопедичних знань з обраної галузі і суміжних, якими володіє промовець. У результаті відбувається збагачення і впорядкування даних, інформації.

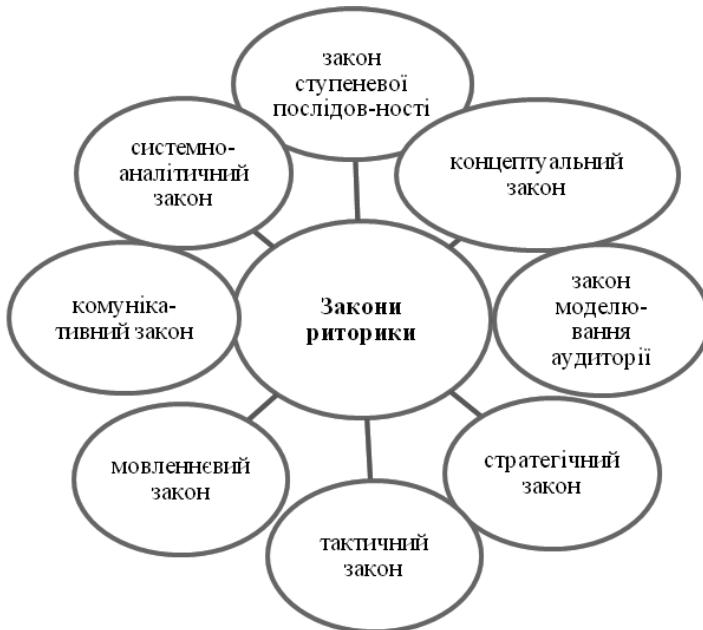
Акція (лат. *actio* – дія, дозвіл) – п'ятий розділ класичної риторики, який має на меті зовнішньо і внутрішньо підготувати оратора до виступу й провести його. Це найважливіший і найвідповідальніший етап риторичної діяльності оратора. Він нього залежить реалізація поставленої мети й успіх проведеної підготовчої роботи. Важливим на цьому етапі є вміння оратора здійснювати самоконтроль, «на ходу» коригувати свої дії, не чекаючи остаточного провалу промови, мобілізувати свої сили, активізувати увагу слухачів, достойно завершити акцію. Оратор має зовнішньо добре виглядати, справляти приємне враження не тільки змістом промови, а й дикцією, силою звучання голосу, тоном, вмінням тримати паузу, мімікою, жестами, кінесикою.

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

3. Закони академічної риторики: ступеневої послідовності, концептуальний, моделювання аудиторії, стратегічний, тактичний, мовленнєвий, комунікативний, системно-аналітичний

Академічна риторика використовує **закони риторики** – основні закономірності риторичної діяльності, які визначають її ефективність і охоплюють усі фази – докомунікативну (задум оратора), комунікативну (виголошення промови) і посткомунікативну (вплив на слухачів). Залежно від аудиторії, а в нашому випадку мова йде про здобувачів освіти, наукову спільноту, автор створює задум, генерує ідею та проектує процес її реалізації.

Концепція мисленнєво-мовленнєвої діяльності оратора, у тому числі й автора академічних промов чи інших жанрів цього напрямку, побудована на дотримуванні риторичних законів – **ступеневої послідовності, концептуальний, моделювання аудиторії, стратегічний, тактичний, мовленнєвий, ефективної комунікації та системно-аналітичний закони.**



Закон ступеневої послідовності називають першим і найзагальнішим (Л. Мацько, О. Мацько), оскільки саме він забезпечує системність, цілісність мисленнєво-мовленнєвої діяльності, спрямованої на підготовку і виголошення промови. Його взято за основу визначення предмета і структури у класичній риториці. Це класична риторична традиція, згідно з якою *«формування й розвиток мисленнєво-мовленнєвої діяльності оратора здійснюється послідовно-ступенево»*⁴⁶:

- винайдення задуму, ідеї, мети (інвенція),
- добір і розташування відповідного матеріалу (диспозиція),
- втілення змісту у мовні форми вираження (елокуція),
- запам'ятовування (меморіо),
- виступ, публічне виголошення промови (акція),
- самоаналіз власних успіхів та невдач (релаксація)⁴⁷.

Межі цих етапів можуть зміщуватися, а самі етапи переходять з одного в наступний. У цьому ступеневість риторичної діяльності, порушення якої призведе до розгубленості й помилок.

Концептуальний закон вважають базовим законом риторики, адже створення концепції – стрижень риторичної діяльності. Цей закон передбачає пошук істини, який здійснює оратор, вдаючись до всебічного аналізу предмета з використання мисленнєвих операцій, інтелекту. У цьому випадку важлива генерація ключової ідеї промови, створення її задуму із продуманою структурою його реалізації – концепції, на якій буде триматися весь текст, якій буде підпорядкована мета промови і очікувані результати. Отже, концепція – це система знань про предмет, подана у стислій формі. Це першооснова мисленнєво-мовленнєвої діяльності, її міні модель, яка буде розгорнута в кінцевий результат.

Г. Сагач дає рекомендації щодо алгоритму створення концепції:

- 1) Своє бачення суб'єктом предмета (теми).
- 2) Аналіз предмета (теми), тобто вибір проблем для вивчення.
- 3) «Привласнення» суб'єктом чужого досвіду по вивченню обраної проблеми (прилучення до цінностей людського досвіду).

⁴⁶ Сагач Г. Риторика. К.: Вид. дім «Ін Юре», 2000. С. 79.

⁴⁷ Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика. Навч. посіб. 2-ге вид., стер. К.: Вища шк., 2006. С. 90.

4) Пропускання чужого досвіду крізь призму свого бачення і навпаки (чуже + своє) і формування позиції⁴⁸.

***Концептуальний закон риторики** – «один з законів риторики, суть якого полягає в тому, що всім етапам роботи над промовою має передувати створення концепції. Цей закон визначає перевагу в ораторській діяльності думки над дією й допомагає осмислити мету та ідею майбутнього риторичного твору. Концептуальний закон риторики є базовим для інвенції»⁴⁹.*

У підготовці академічних жанрів – промови, лекції, наявність концепції є обов'язковою, адже саме завдяки їй навчальний матеріал цілісний, систематично й логічно викладений, структурований, змістовний. Тільки з дотриманням концептуального закону риторики можна досягти мети, бажаного результату академічної риторики – впливати на здобувачів освіти, розкривати істину й спонукати самостійно пізнавати її глибше й ґрунтовніше. Концепція унеможливорює хаотичність, випадковість, передбачає чіткість і виваженість риторичної діяльності. Як бачимо, створення концепції передбачає не тільки якісний вибір теми, її осмислення й обґрунтування, а й засвоєння чужого досвіду, його критичне осмислення й оцінювання. Систематизація знань – складний процес, який вимагає не тільки вміння аналізувати, узагальнювати, а й вибирати головне, впорядковувати й осмислювати поняття, всебічно бачити предмет, його ознаки, знаходити позитивні й негативні ряди, тобто здійснювати діалектичне осмислення. Важливо володіти способами аналізу й пізнання – від форми до змісту (від зовнішніх зв'язків до внутрішніх), бачити не лише компоненти, а систему в її взаємозв'язках цих компонентів. Використання способів формальної та діалектичної логіки⁵⁰ на цьому етапі є доречними і цілком виправданими. Процес аналізу й систематизації наявного матеріалу з предмета вивчення є своєрідною платформою

⁴⁸ Сагач Г. Риторика. К.: Вид. дім «Ін Юре», 2000. С. 81.

⁴⁹ Макович Х. Я., Вербицька Л. О., Капітан Н. О. Словник термінів і понять з риторики. Львів, 2016. С. 66.

⁵⁰ Пропонуємо прочитати більше про формальну й діалектичну логіку, аналіз і синтез у підручнику Сагач Г. Риторика. К.: Вид. дім «Ін Юре», 2000. С. 84 – 94.

для побудови власного досвіду, формування власної позиції і точки зору на предмет. У цьому – авторська оригінальність академічної діяльності.

Концепція має бути у кожному академічному, науковому продукті – лекції, промові, виступу, статті, дискусії тощо. При цьому варто пам'ятати, що кожен жанр має свої обсяги, то й відповідно концепція має охоплювати одне чи кілька питань, бути простішою чи складнішою, мати менше чи більше компонентів та взаємозв'язків між ними.

Не менш важливою є наявність змістової й методичної концепції у педагогічній діяльності, а знання концептуального закону риторики є запорукою компетентності й професіоналізму людини в будь-якій сфері діяльності, у тому числі й комунікативному дискурсі. Дотримання концептуального закону є запорукою організованого мислення і продуктивної діяльності. Мислити концептуально означає мислити зібрано, послідовно в одному напрямі.

Концептуальний закон є основним для першого етапу ідеомовленнєвого циклу і першого розділу риторики – інтенції.

Закон моделювання аудиторії передбачає системне вивчення аудиторії, створення її «портрета» на основі аналізу індивідуально-особистісних, соціально-демографічних та соціально-психологічних ознак слухачів. Дві останні з цих ознак досліджують перед зустріччю зі слухачами. Соціально-демографічні ознаки містять анкетні дані аудиторії – стать, вік, національність, громадянство, професію, освіту, належність до соціального стану, склад родини, вид діяльності та ін. Ці знання важливі для оратора, адже відштовхуючись від них він вибудовує власну промову, використовує відповідні мовленнєві формули, приклади тощо. Суспільно-психологічні ознаки свідчать про ставлення до промовця, здатність сприймати інформацію, наявність чи відсутність потреб (особистісних, професійних, громадських, громадянських тощо) і мотивів, зацікавленість чи незацікавленість доповіддю. Мотиви активності сприймання промови слухачами можуть бути різними – дисциплінарними, емоційно-естетичними, пізнавально-інтелектуальними, морально-етичними.

Індивідуально-особистісні ознаки аудиторії можна визначити, як правило, під час промови. Тобто з'ясувати характер, властивості слухачів, їх темперамент, особливості нервової системи, мислення, специфіку емоційної сфери, вольові якості.

Моделюючи аудиторію й плануючи промову для неї, промовець має врахувати рівень інтелектуального, професійного розвитку та освіченості слухачів. Знання про свої і чужі «зони небезпеки» дозволяють вибудовувати свою поведінку делікатно і попереджати можливі проблеми (так звані «острівки шуму» чи відволікання слухачів, втрата уваги та зацікавлення тощо). Кожен оратор у таких випадках має знати, як діяти, мати в своєму арсеналі цікаві історії, гумористичні оповіді чи інші інструменти, які здатні змінити тональність розмови, активізувати увагу слухачів, зацікавити аудиторію.

Важливо також виключати чи адаптувати складний матеріал. Йдеться про врахування рівня розуміння предмета мовлення слухачами, який зумовлений підготовленістю аудиторії – загальною культурою кожного, розвитком інтелекту, професійною підготовкою та ін. У соціальній психології виокремлюють рівні розуміння від найпростішого до найглибиннішого:

- 1) Перше знайомство з предметом спілкування у дуже загальних рисах (про що?).
- 2) Проникнення у зміст предмета, одержуючи інформацію про нього з різних джерел (літератури, кіно тощо).
- 3) Вироблення власної позиції на основі осмислення змісту предмета, думок з літератури про нього, роздумів.
- 4) Застосування одержаних знань про предмет у своїй практиці (навіщо це треба?)⁵¹.

***Закон моделювання аудиторії** – це процес системного вивчення оратором соціально-демографічних, суспільно-політичних та індивідуально-особистісних ознак аудиторії слухачів з метою подальшої ефективної комунікації.*

⁵¹ Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика. Навч. посіб. 2-ге вид., стер. К.: Вища шк., 2006. С. 96.

Дотримання цього закону дозволить оратору не тільки налагодити ефективну комунікацію з аудиторією, а й впливати на неї, керувати нею, вибудовувати конструктивні стосунки на основі емоційно-естетичного та інтелектуально-пізнавального сприйняття. Оратор може допомогти аудиторії оволодіти розумінням проблеми й створити необхідні для цього умови.

У контексті академічної риторики й реалізації основного її жанру – лекції, важливим моментом у встановленні контакту з аудиторією є оцінка ораторської (лекційної) ситуації – позитивна чи негативна модель – з позицій оратора й аудиторії. І оратор, і аудиторія у цьому процесі спираються на власний досвід та індивідуальні особливості. Позитивна модель сприяє ефективній комунікації, піднесенню оратора, впевненості у своїх силах, тоді як негативна – пригнічує, спонукає до мобілізації захисних психологічних чинників. Внутрішня напруженість, хвилювання, страх знижують творчість та продуктивність, гальмують їх. Досвідчений оратор тримає в полі зору всю аудиторію і навіть при незбіганні оцінок з його боку та з боку аудиторії вміє вирівнювати психологічний клімат.

Не менш важливим є ставлення аудиторії до промовця, лектора. Реакцію слухачів Г. Сагач пропонує класифікувати за такими типами:

- 1) байдужа, інфантильна, коли слухач не включається в предмет обговорення;
- 2) «угодовська» реакція, коли слухач часто змінює свою позицію, обираючи чужу, не маючи власної через необізнаність, некомпетентність у предметі розмови чи дискусії;
- 3) конфліктна реакція – це спалах негативних емоцій і небажання розуміти іншого, вислухати його точку зору; може бути відкритий і прихований конфлікт, а джерелами конфліктної реакції – зовнішні (поведінка, манери, характер іншої людини) чи внутрішні (проблема в самій людині) чинники;
- 4) конструктивна реакція характеризується створенням у слухачів установки на розуміння промовця чи лектора, появи атмосфери інтелектуального та емоційного співпереживання, співтворчості.

Закон моделювання аудиторії називають ґрунтом для реалізації концептуального закону та створення стратегічного закону.

Стратегічний закон передбачає формування програми дій для впливу на конкретну аудиторію. Ця стратегія, тобто програма дій вибудовується на створеній концепції та з урахування ознак аудиторії. Відповідно до стратегічного закону оратор визначає ціль майбутнього виступу для конкретної аудиторії, виокремлює питання, які буде розглядати і досліджувати. Програма дій – це сформульована у вигляді тези головна думка промови. «Наявність тези дозволяє уникнути беззмістовного викладу концепції»⁵², – вважає Г. Сагач. Саме вона зумовлює тактику, специфіку обраної тематики виголошення промови, за яку відповідає тактичний закон.

Стратегічний закон – це системна побудова програми (стратегії) впливу на конкретну аудиторію. Стратегія дій складається із цільової установки – завдань (планового результату впливу на аудиторію – що пояснити, аргументувати, в чому переконати і чого я домагаюсь від аудиторії?), кола запитань, орієнтованих на конкретну аудиторію та тез (головної думки, системи лаконічних відповідей на поставлені запитання).

Ознаками стратегії як варіанта реалізації концепції є динамічність, гнучкість, варіативність. Стратегій для однієї концепції може бути кілька. Те, яку з них обирає оратор, залежить від мети виступу і потреб аудиторії слухачів. Наприклад, викладаючи предмет «Логопедія», лектор може розробити стратегію за роками навчання (на 1 рік, два чи більше) або орієнтуючись на рівень обізнаності аудиторії (початківці чи логопеди-практики).

Дотримання стратегічного закону забезпечує логіку виступу і розуміння слухачами його мети. Конкретизацією стратегії є тактика.

Тактичний закон передбачає формування якнайпереконливішої системи аргументів з метою доведення тези (сформульованої за стратегічним законом) та ефективного інтелектуального й емоційного впливу на аудиторію.

⁵² Сагач Г. Риторика. К.: Вид. дім «Ін Юре», 2000. 568 с. С. 101.

Тактика виступу будується з орієнтацією на концепцію, стратегію, особливості аудиторії і забезпечує його послідовність і композиційну правильність. Оратор повинен обирати таку тактику, яка б забезпечувала двосторонність процесу публічного мовлення, активну співпрацю оратора і слухачів, сприяла формуванню в них інтелектуальної, естетичної та емоційної насолоди.

***Тактичний закон риторики** – система дій з підготовки ефективної реалізації стратегій. Складові етапи-компоненти закону – 1) аргументація, 2) активізація мислення та почуттєво-емоційної сфери аудиторії, 3) виведення аудиторії на рівень обговорення та прийняття рішень.*

Аргументація вибудовується на основі логічного обґрунтування тези шляхом переконання, наведення доказів. Ефективність аргументації залежить від компетентності оратора, наявності у нього філософсько-логічної бази, знань аудиторії, сформованості вміння логічно мислити, керувати власними емоціями і почуттями. Має значення і який тип аргументів використовує оратор (а їх класифікують на сильні, слабкі та неістинні), і якими критеріями їх відбору керується (орієнтуючись на певну аудиторію; раціональність, тобто зв'язок з тезою; зваженість (позитивний і негативний ряд), образність).

Активізація мислення відбувається за умови зацікавлення аудиторії, спонукання до роздумів і залучення до обговорення. У процесі академічних промов чи виступів, лекцій зацікавити аудиторію можна використанням аудіо- та відеоматеріалів, інших медіазасобів та продуктів, що забезпечують якісну візуалізацію змісту промови. Доречно використовувати проблемні питання, афоризми на початку виступу. Яскраві приклади з життя, активне спілкування, використання логічних та психологічних моментів (реклама, прийом «шокової терапії», прийом «опудало опонента») – арсенал риторичних засобів активізації мислення слухачів.

Після зацікавлення й активізації мислення оратор створює у слухачів потребу обговорити проблему й обмінятися думками, чого можна досягти логічними і психологічними методами.

Логічними є такі способи розгортання тези:

- спіральний спосіб, який полягає у багаторазовому повторенні тієї самої думки, але щоразу при цьому збагаченої новою інформацією (доцільно застосувати для непідготовленої, конфліктної аудиторії);
- ступеневий спосіб, суть якого полягає у міркуванні від загального до конкретного і навпаки (розгортання тези від загального до конкретного доцільно застосовувати в підготовленій аудиторії, а розгортання тези у зворотному порядку – у менш підготовленій);
- асоціативний спосіб – це розгортання тези у вигляді поєднання у свідомості різних образів (доцільно застосовувати в аудиторії, де домінують люди з образним мисленням, наприклад у роботі з дітьми).

До логічних Л. Мацько і О. Мацько відносять і пунктирний спосіб розгортання тези, який «полягає в розчленуванні думки на частинки і потім об'єднанні їх для того, щоб показати її тяглість і якість у часопросторі. Такий спосіб потребує підготовленої аудиторії, яка могла б свідомо відтворювати пропуски в пунктирі, об'єднувати частини в єдине ціле». Найчастіше використовується в науковій, студентській аудиторіях, особливо «при викладанні, аналізі чи обговоренні історичних фахових дисциплін, в яких нагромадився матеріал за віки й тисячоліття, а можливостей послідовно його весь подати немає (історія української літературної мови, історія української літератури, історія української культури, історія педагогіки та ін.). Тому «пунктирно» подаються основні джерела і позиції, історичні події, що вплинули на долю нації, етапні явища, вершинні постаті, знакові тенденції, за якими можна сформувати об'єктивний погляд на загальний розвиток науки»⁵³.

Психологічні методи активізації:

- «запитання – відповідь», що допомагає зосередити увагу аудиторії на важливому і перевірити рівень засвоєння інформації;

⁵³ Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика. Навч. посіб. 2-ге вид., стер. К.: Вища шк., 2006. С. 101.

- психологічна пауза, що передбачає виділення часу для осмислення аудиторією певного виокремленого положення чи поставленого запитання;
- «опудало опонента» – змодельована типова думка з обговорюваного питання, яку потрібно ретельно проаналізувати і запропонувати свою позицію;
- аналогія – прийом використання подібності між об'єктами у деякому відношенні.

На рівень обговорення та прийняття рішень аудиторію виводять за допомогою логіко-психологічних методів (аналіз раніше виявлених думок, точок зору та синтез), підсилені використанням аудіовізуальних засобів (схем, малюнків, графіків, відеоматеріалів, медіапродуктів тощо). Важливим на цьому етапі є пошук компромісу (угоди на спільній основі), консенсусу (згода, досягнута в результаті дискусії) та використання прийому співучасті, який підсилює інтелектуальну та емоційну взаємодію учасників комунікації.

Тактичний закон забезпечує шляхи віднайдення оратором засобів впливу на аудиторію, що в свою чергу забезпечує реалізацію цільової установки і розгортання тези.

Як ми переконаємося, концептуальний, закон моделювання аудиторії, стратегічний і тактичний закони спрямовані на розвиток інтелектуального центру (мисленнєвих здібностей людини), таких якостей, як самостійність, самокритичність, глибина, ерудиція, гнучкість, відкритість мислення. Другою стороною риторичної, мисленнєво-мовленнєвої діяльності є мовлення – найбільш універсальний засіб вираження думки.

***Мовленнєвий закон** полягає у здатності людини виражати думку в дієвій словесній формі, володіючи якостями мовлення – зрозумілість, правильність, виразність, точність, образність, стислість, доцільність.*

Зауважимо, що правильність – володіння нормами літературної мови (орфоепічними, орфографічними, граматичними, лексичними). Виразність – засоби художньої образності (порівняння, епітети, метафори), фонетичні засоби (інтонація, тембр голосу, темп мовлення, дикція), приказки, прислів'я, цитати, афоризми, крилаті

слова та вирази, синтаксичні фігури (звертання, риторичне запитання, градація, повтор, період). Зрозумілість мовлення супроводжується точністю мовлення. Точність мовлення розвивається в роботі зі словниками, навчальною, науковою літературою, шляхом аналізу власного та чужого мовлення. Стислість формує вміння говорити суттєво. Дієвість словесної форми визначається її доцільністю.

Мовленнєвий закон формує в оратора вміння володіти мовленням. Його дотримання оратором передбачає змістовне, логічне та чуттєве мовлення, вміння використовувати експресивну лексику, невербальні засоби комунікації, тобто володіння культурою мовлення. «Культура мовлення зростає по висхідній лінії від орфографічно-пунктуаційної грамотності (правильності) до стилістичної виразності, стильової доцільності, далі до комунікативної оптимальності і художньої майстерності»⁵⁴. Це мистецтво володіння живим словом.

Мовленнєвий закон є завершальним на стадії організації мисленнєво-мовленнєвої діяльності (підготовчий етап) оратора й також пов'язаний з управлінням мисленнєво-мовленнєвим процесом.

Закон ефективної комунікації передбачає діяльність оратора, спрямовану на налагодження контакту з аудиторією. З цією метою відбувається корегування підготовчого етапу під час спілкування, управління власною поведінкою (подолання хвилювання, контролювання емоцій, використання оптимальних вербальних і невербальних засобів) та поведінкою аудиторії (зчитування інформації через емоції аудиторії, міміку, жести, реакції).

За умови неприродної поведінки промовця чи слухачів має місце «ораторський шок». Так означають психологічне явище, яке проявляється у знервованості, напруженості, скутості поведінки чи мовлення мовця або слухачів. Причинами його виникнення можуть бути невідповідність мовця, не володіння прийомами контакту, нетактовність аудиторії, зовнішні чинники (шум, ходіння інших людей тощо).

⁵⁴ Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика. Навч. посіб. 2-ге вид., стер. К.: Вища шк., 2006. С. 102.

Закон ефективної комунікації передбачає систему дій суб'єкта з метою налагодження контакту («спілкування без перешкод»), тобто інтелектуального й емоційно-вольового взаєморозуміння та взаємодії промовця й аудиторії на всіх етапах риторичної комунікації як необхідну умову ефективної реалізації продукту мисленнєво-мовленнєвої переконуючої діяльності.

Цей закон допомагає встановити контакт зі слухачами й досягти мети промови. Є базовим для «акції». Встановлення контакту відбувається на всіх етапах спілкування оратора та аудиторії і передбачає певну систему дій. Він може налагодитися без особливих зусиль, якщо інтереси промовця та аудиторії однакові. В іншому разі слід створити передумови для риторичного контакту на докомунікативному етапі за допомогою чуттєво-візуальних («перше враження»), мисленнєвих (аналітичний рівень), вербальних (за допомогою слів і спілкування) засобів. На етапі вступу доречні:

- засоби включення аудиторії в ситуацію спілкування (усмішка, привітання, перша фраза);
- засоби аналізу ситуації спілкування (чуттєво-візуальні, різні стимули: вираз обличчя, очі, репліки, запитання, міміка, жести тощо);
- засоби включення аудиторії в проблему (проблемне запитання, яскравий приклад, доречна цитата, чітко сформульоване завдання спілкування тощо).

Під час основної частини виступу контакт здійснюється за допомогою формальних засобів засвоєння (активні форми: ігри, практикуми), які вводять суб'єкт у діяльнісний режим, що, своєю чергою, забезпечує найміцніше засвоєння матеріалу; змістовних засобів засвоєння (прийоми активізації мисленнєвої та почуттєво-емоційної діяльності аудиторії). На етапі висновків ефективними є вербальні та мисленнєві засоби закріплення контакту промовця й аудиторії.

Відсутність риторичного контакту, конфліктність не сприяють ефективності й успішності спілкування, переконання, а сам комунікативний процес стає неефективним.

Системно-аналітичний закон передбачає аналіз якості та ефективності продукту мисленнєво-мовленнєвої риторичної діяльності. Він формує в оратора вміння аналізувати якість та ефективність риторичної діяльності на всіх етапах, а також якість її продукту (ступінь реалізації цільової установки, співвідношення мети й одержаного результату).

Аналізується якість та ефективність обраної концепції, стратегії і тактики, мовлення та відчуттів оратора, комунікації зі слухачами, поведінки аудиторії. Такий процес дає змогу скоригувати як власну, так і чужу риторичну діяльність, вдосконалити її та досягти максимального ефекту в майбутньому.

Цей закон охоплює результат реалізації усіх попередніх риторичних законів і будується на двох етапах критичної діяльності:

- самоаналізові, коли промовець аналізує свої дії та свій риторичний продукт, вдаючись до рефлексії (дослідження відчуттів) та корегування продукту мисленнєво-мовленнєвої риторичної діяльності;
- аналізу риторичної діяльності та продуктів інших.

Системно-аналітичний закон є дієвим інструментом самоудосконалення і розвитку у промовця таких навичок і якостей як самокритичність, мовне чуття, фактичність, відкритість мислення, здатність до самоудосконалення.

Підсумовуючи, зауважуємо, що усі риторичні закони пов'язані з розділами класичної риторики і спрямовані на якісну та ефективну реалізацію мисленнєво-мовленнєвої риторичної діяльності. Академічна риторика підпорядковується законам ступеневої послідовності, концептуальному, закону моделювання аудиторії, стратегічному, тактичному, мовленнєвому, комунікативному, системно-аналітичному.

Питання для обговорення та дискусії

1. Які компоненти належать до класичного мистецтва переконання?
2. Поясніть, як ви розумієте основні категорії риторики – логос, етос, пафос, топос.
3. Що є предметом кожного розділу риторики?
4. Яку функцію виконують риторичні закони?
5. Обґрунтуйте доцільність використання риторичних законів у академічній риториці.

Завдання для самостійної роботи

Оберіть один із законів риторики та розкрийте його суть, продемонструйте, як працює цей закон на практиці (або на власному прикладі, або використовуючи риторичну діяльність інших).

Цікавий медіаконтент

Перегляньте урок відомої знавчині риторики Каміли А. Лангстон, у якому вона описує основні закони дорадчої риторики і розповідає про кілька прийомів для звернення до етосу, логосу та пафосу у промові, за покликанням

URL:https://www.ted.com/talks/camille_langston_how_to_use_rhetoric_to_get_what_you_want/transcript?language=uk



РОЗДІЛ 2.

РИТОРИЧНА КУЛЬТУРА ОСОБИСТОСТІ / ПЕДАГОГА І МИСТЕЦТВО ПЕРЕКОНАННЯ

КУЛЬТУРА МИСЛЕННЯ ТА МОВЛЕННЯ ОРАТОРА

План

- 1. Мистецтво переконання і критики: тези, аргументи, логічні докази. Прийоми і способи аргументації.**
- 2. Логіка побудови виступу.**
- 3. Мовленнєва культура оратора та її ознаки.**

1. Мистецтво переконання і критики: тези, аргументи, логічні докази. Прийоми і способи аргументації

Чи знаєте ви, що вміння переконувати відіграє ключову роль в особистих відносинах і найкраще сприяє комунікативній взаємодії та співробітництву? Його не дарма називають мистецтвом, адже це досконале вміння, майстерність, яку цінують у риториці та й в будь-якій іншій життєвій чи професійній сфері. Це процес і результат (продукт) мови і спілкування, який є складним, послідовним й емоційно насиченим, оригінальним.

Ви запитаете: «А який сенс переконувати?». Навчитися переконувати варто хоча б для того, щоб мати можливість довести власну правоту, правдиву позицію чи думку, вміти реалізувати себе і свої можливості, зрештою – досягти бажаного. Наприклад, більшості людей доводиться вмовляти роботодавця взяти їх на роботу, перш ніж вони зможуть навіть почати працювати та заробляти гроші. Мистецтво переконання проходить через багато людських зусиль. Продавці переконують людей купувати предмети чи послуги. Політики переконують людей підтримувати і голосувати за них. Шах-

раї переконують людей піддатися їх впливу й витратити гроші, яких у них немає. Ви можете переконати свого вчителя дозволити вам пройти тест з макіяжу, переконати свою дівчину чи хлопця вийти за вас заміж чи одружитися з вами або переконати когось допомогти у вашій волонтерській програмі. Насправді, досить важко знайти людей, які взагалі щось роблять без будь-якої форми переконання. Ось чому уміння переконувати таке важливе. Зрештою, будь-хто може практикувати мистецтво переконання.

Отже, опанування мистецтва переконання відкриває можливість досягти бажаного, впливати на інших і водночас бути обізнаним щодо тих методів і прийомів, які можуть застосувати, щоб спробувати змінити ваші переконання та поведінку.

Переконання і критика (як оцінне судження про осіб, предмети, явища з метою вказівки на недоліки, помилки) – важливі компоненти риторичної культури особистості. Педагоги, лектори мають досконало володіти навичками переконання й способами впливу на слухачів, щоб досягти бажаного результату освітнього процесу і водночас дотримуватися морально-етичних та інших норм академічної комунікації у процесі переконання і критики.

***Переконання** – це «спосіб впливу на слухачів з використанням системи логічних та емоційних (психологічних) аргументів для того, щоб довести слухачам свою думку, сформувавши в них нові погляди»⁵⁵.*

Ще у Стародавній Греції риторику розглядали як науку про переконання. Зокрема Арістотель вважав, що саме риторика вчить способів переконання, ефективних в кожній окремій ситуації. Оратор обґрунтував 4 причини необхідності переконання:

- 1) правда і справедливість – ідеальні; але якщо вони програють, то це вина їхнього захисника;
- 2) персуазивність (переконання) – найкращий інструмент освіти;

⁵⁵ Макович Х. Я., Вербицька Л. О., Капітан Н. О. Словник термінів і понять з риторики. Львів, 2016. С. 96.

3) майстер риторики повинен знати, як сперечатися з обома сторонами, щоб краще зрозуміти проблему та всі можливості її вирішення;

4) це найкращий спосіб самозахисту⁵⁶.

Класична модель переконання, як ми знаємо, ґрунтується на трьох категоріях і залежить від них: етос – авторитетність того, хто переконує; патос – апелювання до емоцій слухачів; логос – використання логічного доведення. І сьогодні ці категорії є в основі інструментів та прийомів мистецтва переконання.

Переконання є важливим елементом будь-якого публічного виступу, у тому числі й академічних промов, лекцій. У той же час переконання – це акт, у процесі якого мовець змушує слухача змінити свої погляди, позицію й прийняти запропоновану точку зору або обґрунтувати власну і теж спробувати переконати опонента.

Педагог, лектор, оратор має не тільки вміти переконувати ефективно, а й досконало знати та практично володіти різними техніками переконання, бути обізнаним з чинниками, які слід враховувати у цьому процесі. Закони риторики обумовлюють весь процес мистецтва переконання. Зокрема стратегічний і тактичний закони передбачають побудову тез, використання прийомів аргументації та наведення логічних доказів.

Тези формують на заключному етапі роботи з формування стратегії, вони синтезують ключові елементи концепції промови й усі компоненти мовлення (концепцію, цільову установку аудиторії, стратегію, тактику та ін.).

***Теза** – це головна думка, стисле й лаконічне вираження роздумів суб'єкта щодо обраної теми, запитань; коротко сформульовані основні положення доповіді, промови, лекції, статті. Тези розгортаються промовцем чи лектором у ході спілкування з аудиторією.*

Істинність тези доводять аргументи та логічні докази, які наводить оратор під час промови чи у процесі дискусії, суперечки.

⁵⁶ Белей Л. (2020) Мистецтво переконувати. Український кризовий медіа-центр. URL: <https://uacrisis.org/uk/pro-nas>

***Аргумент** (від лат. *argumentum* – «доказ», «тема», «основа») – це висловлювання, яке доводить істинність тези, обґрунтовує її (у монолозі оратора чи під час суперечки) або ж заперечує тезу опонента в суперечці; те саме, що доказ. Аргументи поділяють на логічні та емоційні. У ролі аргументів виступають логічні закони, доведення, судження, аксіоми, факти.*

Логічні аргументи звернені до розуму слухачів чи опонента, це факти, цифри, логічні умовиводи. Аргументи, засновані на фактах, які підтверджують тезу, називають **істинними**.

Аргументи можуть бути «сильними», «слабкими» чи «неістотними». Г. Сагач переконує, що коли «слабкі» аргументи вживаються як доповнення «сильних» (а не як самостійні), то ступінь їх слабкості знижується і навпаки. Дослідниця наводить кілька типів доказів:

- «доказ від факту», який побудовано на основі аналізу причиново-наслідкових зв'язків, суті факту;
- «доказ від сумніву», зумовлений особистими сумнівами;
- «доказ від авторитету», побудований на двосторонній вірі в авторитет третьої сторони;
- «доказ від впевненості», яку відчуває переконуючий;
- «доказ від загрози», заснований на загрозі аудиторії;
- «доказ від обіцянки», заснований на обіцянках мовця;
- «доказ від засудження», заснований на засудженні мовця і аудиторії третьою стороною.

Емоційні (психологічні) аргументи звернені до емоцій та почуттів аудиторії чи опонента (у суперечці). У словнику риторичних термінів Х. Макович, Л. Вербицька, Н. Капітан розглядають такі аргументи:

- аргумент до авторитету (до скромності) – емоційний аргумент, суть якого полягає у доведенні власної тези чи заперечення позиції опонента, опираючись на авторитет видатних людей чи власний (Наприклад, «Так стверджує провідний дослідник галузі...»);
- аргумент до вигоди – аргумент доведення тези, суть якого полягає у вказуванні на користь і вигоду, яку отримають опо-

нент чи слухачі, якщо підтримають позицію оратора, промовця; цей аргумент вважають сильним, оскільки він безпосередньо стосується інтересів людей;

- аргумент до гаманця – емоційний аргумент доведення тези, який базується на позиції, що гроші та матеріальні цінності є мірою істинності;
- аргумент до давнини – емоційний аргумент, суть якого полягає у доведенні тези, апелюючи до традицій і досвіду предків («Ви не можете обрізати волосся, адже у вашій родині всі жінки носили довгі коси...»);
- аргумент до жалю – емоційний аргумент, яким оратор намагається викликати співчуття до себе або до того, про що говорить («Цим рішенням ми прирікаємо сотні сиріт на жебрацьке існування»);
- аргумент до кількості – емоційний аргумент, яким оратор апелює до кількості своїх прихильників чи прихильників його тези;
- аргумент до Лазаря – емоційний аргумент, яким оратор стверджує, що має рацію той, хто бідніший (перед такою особою виникає менше спокус, вона менш корислива тощо). Протилежний аргументові до гаманця («Це бідна, але чесна людина»);
- аргумент до незнання – емоційний аргумент, який опирається на твердження, що позиція правильна чи має переваги, бо нова на сьогодні;
- аргумент до нудоти – емоційний аргумент, коли доведення тези базують на багаторазовому повторенні;
- аргумент до особи – емоційний аргумент, коли у процесі доведення власної тези чи спростуванні тези опонента апелюють до його особи, щоб створити негативний образ через озвучення його особистих рис, деталей біографії;
- аргумент до пихи – емоційний аргумент, коли вдаються до похвали, лестощів;
- аргумент до публіки – емоційний аргумент, суть якого полягає у тому, що для доведення тези апелюють до громадської думки, почуттів та емоцій аудиторії;

- аргумент до сили – емоційний аргумент, коли чинять психологічний тиск на суперника у процесі доведення тези («Ви можете не погоджуватися з рішеннями керівництва, але пам'ятайте, що на вашу посаду знайдеться багато претендентів»);
- аргумент до страху – емоційний аргумент, подібний до аргументу сили, заснований на залякуванні суперника.

Прийоми і способи аргументації

Аргументація (від лат. *argumentum* – «доказ», «тема», «основа») – процес доведення власної точки зору й переконання опонента в її прийнятності; добір аргументів на захист власної тези або на спростування тези опонента під час суперечки⁵⁷.

У класичній риторичі аргументацію розглядають в основній частині розділу риторики «Диспозиція». У процесі аргументації оратор керується певними критеріями відбору аргументів (зв'язок з тезою, істинність і правдивість доказу, орієнтація на обрану аудиторію, виваженість доказів і використання доказів «за» і «проти», образна форма аргументації, приклади); вибудовує логічну та аналогічну аргументації. Успіх промови забезпечують такі умови:

- глибокі знання з теми, проблем і широка компетентність промовця;
- знання теорії аргументації (логічних законів, філософії та морально-етичних правил пізнання істини);
- ораторська підготовка та практичний досвід керування власними міркуваннями, почуттями і волевиявленнями з метою спрямування їх на результат;
- аудиторія має «привласнювати» докази аргументатора, робити їх своїми⁵⁸.

Прийоми і способи аргументації залежать від типу використаних аргументів. Система логічних доказів, тобто авторитетні посилення, статистика, приклади і висновки на основі аналізу фак-

⁵⁷ Макович Х. Я., Вербицька Л. О., Капітан Н. О. Словник термінів і понять з риторики. Львів, 2016. С. 13

⁵⁸ Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика. Київ: Вища школа, 2006. С. 99.

тів, доведення їх істинності, апелює до мислення слухачів. Оратор у цьому випадку спонукає їх до активного сприйняття й осмислення почутого, він «веде» їх до висновків шляхом індуктивного (хід думки від часткового до загального) чи дедуктивного методу (від загального до часткового). Працюючи з академічною аудиторією, викладач-оратор використовує обидва методи, орієнтуючись на тип і зміст матеріалу, очікувані результати від навчальної діяльності. Так, індуктивний шлях ефективний при узагальненні великого за обсягом статичного матеріалу, дедуктивний – в інших випадках. Щоб докази були достатньо переконливими для аудиторії, варто дотримуватися законів логіки (тотожності, протиріччя, виключення третього, достатньої підстави) та попереджати логічні помилки (підміна тези, неврахування багатозначності слова, синтез неспівмірних понять, повторення доказу, неправильна побудова речення).

Емоційна аргументація залежить від вміння оратора обрати правильну стратегію і тактику промови з урахування зацікавлень аудиторії, рівня їхньої обізнаності з темою чи проблемами, віку й інших чинників. Досвідчені оратори, щоб відмежувати себе від аудиторії, послуговуються займенником «ми», а не «я».

І логічні аргументи, й емоційні працюють за умови досконалого володіння промовцем засобами художнього слова, вмінням логічно побудувати свій виступ й виголосити його для конкретної аудиторії. Рівень мовленнєвої культури оратора часто є визначальним в ефективності та успішності промови. Не менш важливими є й інші чинники, які впливають на результат аргументації та переконання, якщо мова йде не тільки про академічну сферу, а й про суспільну: членство у групі (важлива не власна думка, а думка групи); низька самооцінка (таких людей легше переконати, бо цінують чужу думку більше, ніж власну); гальмування агресії (люди, які не схильні до прояву агресії, зазвичай не оскаржують те, що говорить інша людина); депресивні схильності (часто такі люди погоджуються з вашою тезою, щоб уникнути конфлікту); соціальна неадекватність.

Процес переконання залежить від вміння слухати і збирати інформацію про опонентів чи аудиторію, щоб, відштовхуючись від цього, вибудовувати логіку переконання і використовувати конкретні прийоми і способи аргументації. Погоджуючись з окреми-

ми думками опонента, ви зможете краще закріпити власну тезу, щоб і з вами погодилися. А делікатність у розмові має вирішальне значення.

Існує багато різних методів переконання, але найефективнішими є ті, які не є кричущими чи очевидними. Натомість вони побудовані на порівняннях, розповіданні історій і розпізнаванні іншої людини та її місця. Щоб змінити чийось думку, вам потрібно приділити час, щоб розвинути свої аргументи та пояснити своє обґрунтування, тонко й послідовно. Якщо це просте повідомлення, то це можна зробити швидко, але якщо мова йде про складне повідомлення, мовцеві чи оратору потрібно бути терплячими з аудиторією та підтримувати її зацікавленість.

І в особистій суперечці, й в академічній промові / лекції, коли ви завершуєте свій аргумент, можете представити свій висновок як очевидно правильний. Однак людей легше переконати, якщо вони вірять, що дійшли власного висновку. Вони хочуть вірити, що це їхня ідея змінити свої погляди, переконання чи дії. Хороша новина полягає в тому, що якщо ви представили свої аргументи так, щоб ваша аудиторія мала сенс, вони, ймовірно, припустять, що зміна мислення була їх власним рішенням. Таким чином, вони, швидше за все, будуть продовжувати дотримуватися цієї думки і, що важливіше, діяти відповідно до неї⁵⁹.

У мистецтві переконання, а значить і аргументації, ключовою є й етична складова. Перш ніж спробувати переконати когось погодитися з вами, подумайте про те, як це вплине на них, якщо вам це вдасться. Ця особа виграє чи втратить? Неправомірний вплив – це юридичний термін, який означає, що ви переконаєте когось діяти всупереч своїй волі або не зважаючи на наслідки. Це стає проблемою, коли хтось певним чином недієздатний і не може приймати власні рішення.

Неприпустимою є й фальсифікація доказів. Незалежно від того, перебуваєте ви в суді чи виступаєте з лекцією, публікуєте науко-

⁵⁹ Mason Komay. The Art Of Persuasion: What It Is And How To Practice It. *BetterHelp*.

<https://www.betterhelp.com/advice/persuasion/the-art-of-persuasion-what-it-is-and-how-to-practice-it/> March 29, 2022.

ву статтю чи допис у соціальних мережах, неправильно подавати фальсифіковані заяви, документи чи зображення, щоб підтвердити свою правоту. Якщо ви хочете бути відповідальними у своїй практиці переконання, вам потрібно переконатися, що докази або підтверджувальна інформація, яку ви надасте, є, наскільки вам відомо, точними та законними.

Часто навички переконання стають інструментом у руках аферистів та шахраїв, пропагандистської влади. Наслідки від цього можуть бути жахливі й непоправні. Як приклад, можемо навести пропаганду і прийоми переконання, використані владою росії щодо своїх громадян з метою виправдання терору й геноциду, який вони чинять в Україні, розпочавши війну.

Отже, мистецтво переконання може давати позитивний чи негативний результат. Усе залежить від того, з якою метою і яким чином ви його використовуєте. Опанування техніками й прийомами переконання необхідне як в особистій сфері, так і в академічній. Спілкуючись із співбесідником чи працюючи з аудиторією студентів, щоб бути переконливими, варто скористатися порадами відомих ораторів та лекторів-практиків:

- намагайтеся сподобатися з першої хвилини;
- викликайте довіру,
- будьте ввічливими,
- використовуйте факти і логічні аргументи (можна скористатися прийомом “трьох так”: ставте запитання, з якими співбесідник погодиться хоча б тричі і він обдумає своє рішення щодо того, щоб погодитися з вашою тезою)⁶⁰,
- не критикуйте, а будьте вдячними,
- будьте чесними і говоріть правду,
- робіть пропозиції, які актуальні в цей момент,
- заручіться зобов’язанням,
- проявіть цікавість,
- слухайте опонента чи аудиторію і приймайте їх точку зору,

⁶⁰ Демидюк В. Мистецтво переконання: 10 порад, книги та лекції, які зроблять вас переконливими. *Всвітні*. URL: <https://vsviti.com.ua/interesting/society/132629>. (17.11.2021)

- дайте людям ілюзію контролю (що можна зробити завдяки запитанням і відповідям, які вони передбачають),
- віддзеркалюйте співбесідника.

Інструменти та прийоми переконання (персвазивності)⁶¹:

- *рух від проблеми до вирішення*, від менш важливих/простіших аспектів до важливіших /складніших;
- *повторення інформації* як ключовий прийом переконування (із застосування перефразовування та показу аргументів з різних боків);
- *пояснення* з наведенням причин і використанням фактів, даних та іншої аналітичної інформації; мовних конструкцій «тому що», «оскільки», «бо»;
- *послідовність* у викладі інформації, наведення різних доказів, які впливають один з одного і не суперечать один одному (що свідчить про раціональність, логічність, доцільність, стабільність);
- *соціальна підтримка*, яка полягає в упованні на думку авторитетів і соціуму, його схвалення;
- *порівняння та аналогії* з тим, що аудиторія вважає істинним, правдивим;
- *резонування з емоціями*, тобто емпатія і глибоке розуміння ситуацій слухачів чи співрозмовників;
- *прогнозування*, які полягають у накресленні майбутнього як наслідку дій, про які йдеться;
- *виокремлення та асоціації* аудиторії з певною групою (фінансовою, емоційною, духовною, фізичною);
- *спростування закидів* як інструмент обеззброєння опонентів;
- *риторичні питання*, які привертають увагу;
- *перебільшення* задля переконливості;
- *природність мови* створює ефект близькості;
- *оповідь історії*, тобто використання сюжетів, побудованих на розповіді про чужий досвід, які занурюють аудиторію в проблему.

⁶¹ Белей Л. Мистецтво переконувати. Український кризовий медіа-центр. URL: <https://uacrisis.org/uk/mystetstvo-perekonuvaty>. (6.11.2020).

Мистецтво переконувати значною мірою залежить від обізнаності оратора чи мовця з вище названими прийомами, засобами та інструментами, вміння оперувати ними у комунікації з аудиторією чи опонентами.

Про мистецтво переконання і 9 способів вплинути на людей читайте у статті професора психології Джека Шафера за покликанням, закодованим у QR-коді⁶². Дізнайтеся, яку роль відіграє вміння переконувати в особистих відносинах і як використати 9 простих прийомів, щоб досягти бажаних цілей в комунікації.



2. Логіка побудови виступу

Публічний виступ, промова мають свої етапи підготовки та методику побудови. Публічне монологічне мовлення є предметом вивчення риторики.

***Промова** – це усний публічний виступ, у якому оратор висвітлює певну інформацію з метою впливу на розум, почуття й волю слухачів. Промова потребує підготовки, яка залежить від досвіду оратора, обставин, за яких відбуватиметься виступ, а також типу.*

З античних часів класифікували промови за сферою соціальної діяльності, тобто за місцем виголошення: *судові, дорадчі, епідейктичні (похвальні)*. Залежно від мети промови бувають *агітаційні, інформаційні, надихаючі, переконливі, розважальні, ритуальні, спонукальні*. За способом виголошення розрізняють промови *понадто підготовлені* (наприклад, лекція) та *імпровізовані*. Перші, як правило, виголошують з конспектом, другі – виголошені експромтом. За жанром у межах кожної сфери розрізняють різні типи промов.

⁶² Шафер Джек. Мистецтво переконання. Дев'ять способів вплинути на людей. *Life*. URL: <https://life.nv.ua/ukr/blogs/mistectvo-perekonannya-9-sposobiv-vplivnuti-na-lyudey-50026769.html> (28.11.2019)

В академічному красномовстві виділяють промови:

- а) власне наукові (лекція, наукова доповідь, повідомлення, огляд, реферат і т. ін.);
- б) науково-методичні (навчальна лекція);
- в) науково-популярні (науково-популярна лекція, кінолекція, лекція-екскурсія та ін.).

В соціально-політичному красномовстві поширені промови:

- а) військові;
- б) дипломатичні;
- в) парламентські;
- г) мітингові та агітаційні.

У судовому (юридичному) красномовстві розрізняють промови:

- а) прокурорські;
- б) адвокатські.

У церковному красномовстві поширені промови:

- а) проповідь;
- б) офіційна промова;
- в) молитва.

Побудова виступу з промовою має свою логіку і підпорядковується певним алгоритмам дій.

Основні фази та етапи підготовки до виступу:

I. Докомунікативна фаза, у якій є 8 етапів:

1. **Вибір теми.** На цьому етапі варто пам'ятати, що тема завжди конкретна і стосується одного питання, а в межах однієї теми можна розглядати кілька підтем, проблем. Визначення теми залежить від того, яку мету ставить оратор, які емоції хоче викликати у слухачів. Однієї теми з багатогранного об'єкта достатньо, щоб їх розважити, однак, щоб переконати, слід звернутися до іншої теми чи тем. Успіх мають ті оратори, які добре знають тему, яку висвітлюють, буквально «живуть» нею. Власні знання й уподобання оратора, накладені на інтереси аудиторії, є запорукою глибокого аналізу обраної теми, а відтак результативності виступу. Має значення новизна теми, її конфліктний характер, суголосність з основними, груповими та злободенними інтересами аудиторії.

2. **Визначення основної мети виступу:** розважати аудиторію, повідомити інформацію, надихнути, переконати чи спонукати слухачів до дії. Мета визначає обсяг і зміст, аргументацію промови, виступу.
3. **Моделювання аудиторії з урахуванням кількох чинників:** соціально-демографічного (вік, стать, освіченість слухачів, національність тощо), соціально-психологічного (потреби аудиторії, мотиви її поведінки тощо), індивідуально-особистісного.
4. **Збирання матеріалу.** Підготовку до виступу розпочинаємо із власних знань, а потім з аналізу чужого досвіду й матеріалів. Власні думки варто підкріплювати цитатами, результатами досліджень інших.
5. **Складання плану виступу.** План може бути простий, складний та цитатний. У простому зазначені лише основні питання, у його пунктах – перелік основних мікротем тексту. Складним є такий план, в якому поряд з основними є додаткові питання, а пункти мають підпункти. **Обов'язковими структурними компонентами виступу є вступ, основна частина, висновки.**
6. **Укладання основи виступу.** На цьому етапі оратор уточнює основні аспекти теми, формулює власну концепцію, основні положення, систематизує накопичені матеріали. Систематизація відбувається поетапно. Фіксують при цьому кілька фаз систематизації матеріалу:
 - фаза орієнтації коли оцінюється значущість фактів у залежності від мети і теми, а також визначається обсяг матеріалу і укладається робочий план;
 - фаза вибору, коли виокремлюється головне-другорядне, важливе-неважливе, старе-нове й відповідно коригується план;
 - фаза занурення, коли остаточно визначається обсяг матеріалу, аспекти теми, позиція автора, додається матеріал, якого не вистачає, а структура виступу набуває завершеного вигляду;
 - фаза безпосереднього укладання тексту виступу.Оратори-початківці, окрім плану, тез чи конспектів, можуть

укладати й партитуру виступу, використовуючи рядкові, нарядкові та підрядкові знаки, щоб правильно наголошувати, логічно й емоційно виокремлювати фрази, підвищувати тон голосу і т. д.

7. Тренування, яке потрібне для того, щоб виступ був упевненим, час розрахований правильно.

8. Психологічна підготовка до виступу потрібна, щоб зменшити хвилювання оратора, страх перед аудиторією, натомість сприяти концентрації уваги.

Готуючи виступ, можна скористатися пам'яткою:

ЯК СКЛАДАТИ ПЛАН ВИСТУПУ

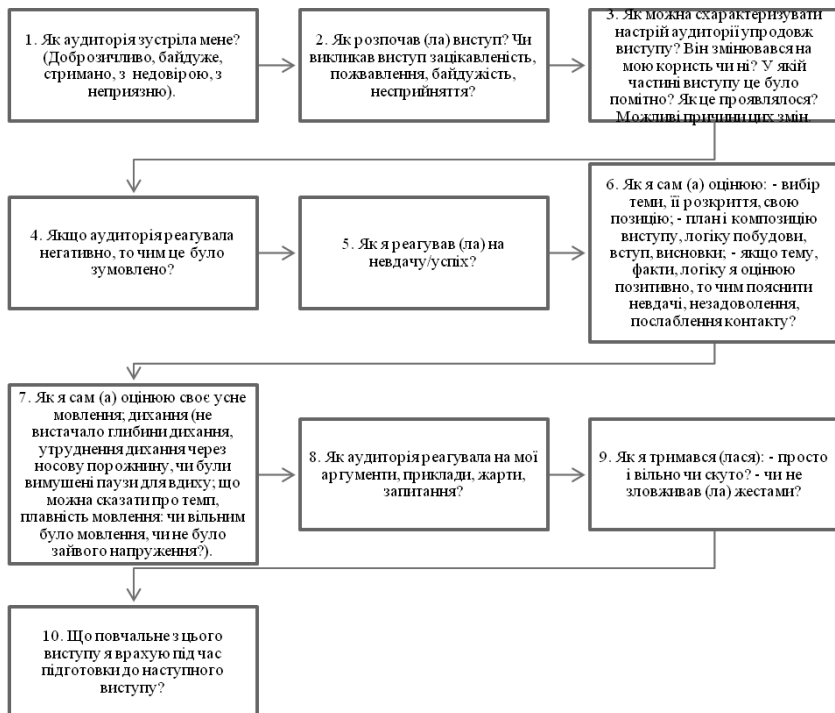
- З'ясуй, чому предмет твого обговорення важливий для слухачів, і визнач свою кінцеву мету.
- Вибери тему; якщо тему задано, проаналізуй її.
- Збери повчальний, практичний матеріал.
- Визнач головні пункти.
- Систематизуй матеріал; залиш тільки найліпше.
- Склади цікавий вступ.
- Підготуй захопливу кінцівку.
- Переглянь свій виступ; відшліфуй його.

II. Комунікативна фаза – це безпосередньо виступ і відповіді на питання. Досвідчені оратори дають наступні поради, які варто врахувати на цьому етапі. Для активізації уваги аудиторії потрібно зацікавити слухачів новизною теми і виступу, цікавими й зрозумілими фактами; не варто зловживати запитальними формами, інтонаційно виокремлювати ключові моменти у виступі, робити паузи і підкреслювати основну думку. Щоб завоювати прихильність і довіру аудиторії варто говорити чітко, переконливо, виважено, використовуючи описи, порівняння, зіставлення, протиставлен-

ня. Добре структурований і логічно викладений матеріал завжди запам'ятовується і сприймається краще.

III. Посткомунікативна фаза – самоаналіз виступу і, можливо, його корекція залежно від реакції слухачів. Наведемо алгоритм самоаналізу виступу.

Алгоритм самоаналізу виступу



Самоаналіз виступу сприяє удосконаленню ораторського мистецтва.

3. Мовленнєва культура оратора та її ознаки

Успішність промови, виступу залежить від культури мовлення оратора – однієї із складових риторичної культури і загалом культури людини.

Культура мовлення** – дотримання мовних норм в усному та писемному мовленні, а також майстерне вживання мовних засобів залежно від мети й обставин спілкування. Основні ознаки комунікативно якісного мовлення – **правильність, логічність, доцільність, точність, виразність, ясність, етичність, естетичність.

Правильність мовлення є основою культури мовлення і полягає у володінні нормами літературної мови (орфоепічними, орфографічними, граматичними, лексичними). Формуванню цієї ознаки комунікативно якісного мовлення сприяють вправи, збагачення словникового запасу, відмінне знання норм.

Виразність мовлення полягає у здатності оратора впливати на емоції та почуття аудиторії, використовуючи засоби виразності: засоби художньої образності (порівняння, епітети, метафори), фонетичні засоби (інтонація, тембр голосу, темп мовлення, дикція), цитати, афоризми, прислів'я, приказки, різні синтаксичні фігури. Виразність мовлення формується у процесі виконання вправ з техніки мовлення, вироблення дикції, роботі з партитурою.

Варто також мати на увазі, що одноманітне мовлення втомлює слухачів, різноманітне – активізує увагу, але надто барвисте мовлення змушує захоплюватися не змістом промови, а тільки формою.

Ясність мовлення забезпечує адекватне розуміння сказаного аудиторією. Цю ознаку комунікативно якісного мовлення забезпечують такі чинники: дотримання мовцем норм літературної мови, не перенасичення мовлення термінами, іноземними словами та індивідуальним слововживанням.

Точність мовлення виявляється у використанні слів у повній відповідності до їхнього значення. Ця якість розвивається у процесі роботи зі словниками, навчальною і науковою літературою, аналізу власного і чужого мовлення.

Стислість мовлення виявляється у відборі мовних засобів для передачі головної думки, тези. Вміння говорити суттєво є важливим в ораторському мистецтві.

Доцільність – це особлива організація мовних засобів, яка зумовлює відповідність мовлення цілям та умовам спілкування. Ви-

ступаючи з однією і тією ж темою в різних аудиторіях, оратор може визначити, чи є доцільною його промова для кожної аудиторії.

Естетичність мовлення постає на основі усіх попередніх ознак і їх гармонійному втіленні у виступі. Мовлення оратора має викликати естетичне задоволення в аудиторії, тобто здійснювати естетичний вплив на слухачів.

Як стверджують риторикознавці, «для того щоб досягти виразності й багатства індивідуальної мови, треба про це дбати, а саме:

- розробити програму розвитку своєї мовної особистості (мовне навчання і спілкування, мовне виховання і мовна поведінка);
- постійно збагачувати свій інтелект, вдосконалювати мислення, не лінуватися думати; немає думки – немає мови;
- вважати одноманітність мовлення неестетичною рисою, а бідність словника – ознакою поганого тону, тобто неетичним ставленням до співрозмовників, байдужістю;
- постійно збагачуватися новими мовними засобами зі сфери свого професійного мовлення і близьких фахів;
- мова – це засіб досягнення професійної досконалості і майстерності;
- виробити увагу до чужого гарного мовлення, намагатися аналізувати, чим воно гарне: багатством словника, інтонацій, особливостями тембру, різноманітністю синтаксичних структур, вмінням будувати фрази і текст, індивідуальною образністю, порівняннями, епітетами, метафорами тощо;
- читати українську класичну і сучасну літературу та публіцистику, пресу, щоб мати «на слуху» рівень розвитку сучасної української літературної мови, розуміти динаміку лексичних норм, відчувати мовний смак епохи;
- постійно бути уважним до своєї мови і мови найближчих осіб, колег, не розслаблятися, дбати про автоматизм гарного мовлення;
- розширювати сферу спілкування, але уникати бездумної балакучості;
- бути уважним до життя, до розмаїття його форм, барв, явищ, процесів як у природі, так і в суспільстві, бо все це спонукає

людину до мовотворчості;

- сприймати мову як свою людську сутність, як картину власного світу, як порадника й помічника в суспільному житті;
- своє мовне вдосконалення розуміти як благородний мовний вчинок і поширювати це розуміння серед колег, близьких людей, особливо серед молоді»⁶³.

Найпоширенішими мовними помилками ораторів є неправильне наголошування слів, неправильна чи нечітка вимова окремих звуків, невміння розрізняти морфеми у словах (наприклад, має бути вибирав, а не обирав) чи вживати дієслово-зв'язку «бути», тавтологія, використання слів одного значення (плеоназмів: дійсність, реальне життя) чи слів паразитів.

Свідченням високої культури мовлення є використання оратором тропів – епітетів, метафор, порівнянь, гіпербол, літот, синтаксичних паралелізмів та інших стилістичних фігур. Естетичний компонент промови залежить від рівня художньо-літературної освіченості оратора. Г. Клочек переконаний, що «Літературно освічена особистість намагається надати своєму публічному мовленню певної естетичної презентабельності, яка стосується усіх його складових – мови, композиції, системи аргументації, образності, ритмомелодики».⁶⁴

Важливу роль відіграє вміння оратора дотримуватися норм мовного етикету. «Сукупність усіх можливих етикетних формул утворює систему мовного етикету кожної нації»⁶⁵. С. Богдан детально аналізує їх у праці «Мовний етикет українців: традиції і сучасність». Окремо розглядає мовний етикет української науки, який визначається формою наукового спілкування, його різновидом, жанром.

Отже, запорукою якісного оволодіння мистецтвом переконання є володіння прийомами і способами аргументації, вміння логічно побудувати виступ, демонструвати високу культуру мовлення.

⁶³ Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика. Київ: Вища школа, 2006. С. 107.

⁶⁴ Клочек Г. Риторика слова і слайду. *Всесвітня література*. 2016. № 1. С. 5 – 7

⁶⁵ Богдан С. Мовний етикет українців: традиції і сучасність. К.: Рідна мова, 1998. С. 11.

Варто зауважити, що у риториці має значення не лише вербальна культура оратора, а й невербальні засоби комунікації, про які йтиметься у наступній темі курсу.

Питання для обговорення та дискусії

1. У чому полягає мистецтво переконання?
2. Які види аргументів ви знаєте? Розкрийте їхню суть.
3. Назвіть дієві, на вашу думку, прийоми і способи аргументації. Обґрунтуйте свої твердження.
4. Охарактеризуйте основні фази та етапи підготовки публічного виступу.
5. Які ознаки комунікативно якісного мовлення є найважливішими в ораторському мистецтві?

Завдання для самостійної роботи

1. Розробіть різні типи плану виступу на тему «Важливість мистецтва переконання у повсякденному житті».
2. На основі аналізу алгоритму самоаналізу промови розробіть критерії оцінювання публічного виступу.
3. Створіть інтелект-карту «Мовленнєва культура оратора».

Цікавий медіаконтент

1. Рекомендуємо переглянути фільми про ораторське мистецтво:
 - «The Mirror Has Two Faces» («Дзеркало має два обличчя») – американська романтична комедійна драма (1996 р.) Продюсерка та режисер Барбра Стрейзанд, яка грає головну роль у фільмі. Тут є чудовий зразок публічної промови.
 - «*Dead Poets Society*» («Товариство мертвих поетів»), знятий режисером Пітером Віром у 1989 році. Фільм про історію вчителя англійської мови та літератури, який надихає своїх учнів змінювати своє життя через пробудження в них інтересу до поезії та літератури. Промови вчителя захоплюють і переконують.

- «*Larry Crowne*» («Ларі Краун») – американська романтична комедія, знята режисером Томом Генксом у 2011 році. Головний герой комедії після звільнення з роботи вирішує отримати те, чого йому найбільше не вистає – вміння гарно говорити. У місцевому коледжі він записується на курс «Мистецтво неофіційного виступу» і його життя кардинально змінюється.

2. За покликанням, закодованим у QR-коді, перегляньте відео телеведучої, психолога, тренера з ораторського мистецтва Наталії Черемшинської, де вона говорить про важливість курсу «Майстерність публічних виступів»⁶⁶.



3. Андрій Степура⁶⁷ зібрав інформацію про книги, у яких йдеться про ораторське мистецтво українською мовою. З цією добіркою можна ознайомитися за покликанням, закодованим у QR-коді.



⁶⁶ Черемшинська Н. Ораторське мистецтво «Майстерність публічних виступів». URL: https://www.youtube.com/watch?v=dqS_BbnLZ7I (26.01.2017).

⁶⁷ Степура А. Книги про ораторське мистецтво українською мовою. *Майстерня Лева*. URL: <https://masterlev.com.ua/knygy-pro-oratorske-mystetstvo-ukrayinskoyu-movoyu/> (24.03.2021).

НЕВЕРБАЛЬНА КУЛЬТУРА ОРАТОРА

План

1. Невербальна комунікація: особливості й функції.
2. Класифікація та характеристика невербальних засобів комунікації.
3. Зовнішній вигляд оратора та культура поведінки.

1. Невербальна комунікація: особливості й функції

Промова оратора – чи не найважливіший етап риторичної діяльності. Її виголошення пов'язане з вербальними й невербальними засобами комунікації. Важливо не тільки те, **ЩО** говорить оратор, а й те, **ЯК** він говорить. Вплив на слухачів здійснюється через чинники вербального блоку, які безпосередньо пов'язані з текстом промови (аргументація, критика, структурування тексту, логіка побудови, словесне вираження тощо), та невербального, які супроводжують мовне вираження тексту, й завжди присутні у спілкуванні (**пози, жести, міміка, мова простору, одягу, кольорів, манера спілкуватися тощо**).

І. Ковалинська переконана, що «Невербальні засоби комунікації, як правило, не можуть самостійно передавати точного значення (за винятком деяких жестів). Зазвичай вони виявляються так чи інакше скоординованими між собою та словесним текстом. Сукупність цих засобів можна порівняти із симфонічним оркестром, а слово — із солістом на його фоні. Неузгодженість окремих невербальних засобів значно ускладнює міжособистісне спілкування. На відміну від мови, невербальні засоби спілкування усвідомлюються і тим, хто говорить, і тим, хто слухає, не повною мірою. Ніхто не може повністю контролювати свої невербальні комунікативні дії, що часто призводить до непорозуміння, особливо коли комуніканти належать до різних культур»⁶⁸.

⁶⁸ Ковалинська І. В. Невербальна комунікація. К.: Вид-во «Освіта України», 2014. 289 с.

Невербальна комунікація – це спілкування та обмін інформацією за допомогою не слів чи мови, а за допомогою міміки, жестів, тобто різних сигнальних та знакових систем.

Невербальна поведінка й культура оратора не менш важлива, ніж мовлення. Якщо по вербальному каналу передається інформація, то невербальний канал комунікації формує відношення аудиторії до оратора. Невербальна комунікація і засоби спілкування виконують певні функції, серед яких три основні:

а) регулювати протікання процесу спілкування, створювати психологічний контакт між партнерами;

б) збагачувати значення, що передаються словами, направляти розуміння словесного тексту;

в) висловлювати емоції й відображати розуміння ситуації⁶⁹.

Вчені з'ясували, що 60–80 % інформації про оратора аудиторія отримує саме через невербальні засоби комунікації, які також слугують інструментом динаміки промови, утримування уваги слухачів, зацікавлення, емоційного сприйняття. Так само й оратор оцінює невербальну поведінку слухачів і може зробити висновок про те, як вони сприймають його промову, як реагують на ту чи іншу частину виступу, оприявлену інформацію тощо.

Невербальна комунікація, поведінка і взаємодія людей є предметом окремої науки – невербальної семіотики, яку структурують 10 напрямків-дисциплін (Г. Є Крейдлін):

1. Паралінгвістика (наука про звукові коди невербальної комунікації).
2. Кінесика (наука про жести і жестові рухи, про жестові процеси і жестові системи).
3. Окулесика (науку про мову очей і візуальну поведінку людей під час спілкування).
4. Аускультация (наука про слухове сприйняття звуків і аудіальну поведінку людей в процесі комунікації).

⁶⁹ Ковалинська І. В. Невербальна комунікація. К.: Вид-во «Освіта України», 2014. С. 16.

5. Гаптика, або такесика (наука про мову торкань і тактильної комунікації).
6. Гастика (наука про знакові в комунікативних функціях їжу та напої, про прийом їжі, про культурні та комунікативні функції напоїв і частувань).
7. Ольфакція (наука про мову запахів, значення, передані за допомогою запахів, і роль запахів у комунікації).
8. Проксеміка (наука про простір комунікації, його структуру та функції).
9. Хронеміка (наука про час комунікації, про його структурні, семіотичні і культурні функції).
10. Системологія (наука про системи об'єктів, якими люди оточують свій світ, про функції та значення, які ці об'єкти виражають у процесі комунікації).

Найбільш розробленими на сьогодні залишаються перші два напрямки – паралінгвістика і кінесика.

Кожна національна культура має свою невербальну систему комунікації, свої національні коди. Найчастіше загальні коди подібні, але є і відмінні компоненти. Іноді ми неправильно розуміємо жести чи міміку іноземців, адже існує проблема міжкультурної їх відповідності, проблема універсалізму, яка тісно пов'язана з інтерпретацією невербального тексту однієї культури носіями іншої; а також з проблемою перекладності⁷⁰.

2. Класифікація та характеристика невербальних засобів комунікації

Ми користуємося засобами невербальної комунікації весь час. Це обмін поглядами, вираз обличчя, який свідчить про здивування, захоплення, радість чи гнів; посмішка, погляд зі схваленням чи навпаки.

***Невербальні засоби під час виступу** – це несловесні способи викладу матеріалу, що супроводжують мовне вираження тексту.*

⁷⁰ Більше про це читайте в кн. Ковалінська І. В. Невербальна комунікація. К.: Вид-во «Освіта України», 2014. С. 19 – 26.

Вони є своєрідними комунікативними кодами й охоплюють:

- паралінгвістику (звуковий код – тембр, гучність голосу тощо),*
- кінесику (жести і рухи),*
- фізіономіку (міміку, зовнішність),*
- проксемику (код простору),*
- окулесику (візуальний код – мова очей і візуальна поведінка людей під час спілкування) тощо.*

Паралінгвістичні засоби – це засоби вокалізації промови – інтонація, гучність, тембр, тон, ритм, висота звуку, мовні паузи та їх локалізація в тексті. Діапазон і тональність голосу, тобто його якість (просодика) має неабияке значення під час виступу і виголошення промови, лекції чи реалізації інших жанрів риторики. Це своєрідна парамова – додаткові до мовного звукові коди, які включені в процес мовної комунікації і передають змістову інформацію.

Є ще **засоби екстралінгвістичні**, які не пов'язані з промовою – сміх, плач, кашель, скрегіт зубів тощо. Ці два типи засобів використовують з метою викликати у слухачів певні емоції, відчуття, переживання, «переключити» увагу.

До паралінгвістичної системи належать:

а) окремі немовні звуки, які виходять з ротової і носової порожнин людини;

б) звукові комплекси, які виникають і беруть активну участь у різного типу фізіологічних реакціях і які в акті комунікації допускають конвенціональну семіотизацію або набувають змісту (тобто набувають особливого контекстного значення, порівн.: нежить, кашель, плювки, гикавка, ридання, свист і т.п.);

в) голос і його постійні якості, голосові особливості мови, що звучить, або гра голосом (фонації);

г) парамовні просодичні елементи, що беруть участь у процесі комунікації і сприяють організації та передачі змістової інформації (тобто те, що можна було б назвати парамовною просодикою). До них відносяться, наприклад, емоційно акцентне виділення складів і більш великих фрагментів мовного потоку, темп мовної реалізації фраз при скандуванні, тональний рівень гучної, тихої і шепітної

мови, тривалість стилю, наприклад, при тривалій промові, тривалість розділів між фонетичними синтагмами і т. п. Важливу роль у просодичній реалізації змісту відіграють також жести і міміка, що супроводжують емоційні інтонації, насамперед при вираженні суб'єктивно-модальних (оцінних, експресивних та ін.) значень. Наприклад, при висловленні здивування зазвичай реалізується інтонаційно-кінетичний комплекс (ІКК) з невисоким рівнем підвищення тону (*Куди він подівся? Просто не уявляю*), плечі того, хто говорить, звичайно підняті, руки розводяться в боки, голова теж злегка відводиться в бік. Таким чином формуються своєрідні інтонаційно-кінетичні комплекси⁷¹;

д) значуще мовчання і паузи.

Включення в мову пауз та інших психофізичних проявів людини (кашлю, сміху, вдиху тощо) відносять до **просодики**.

***Просодика** – це загальна назва ритмо-інтонаційних сторін мови – висоти, гучності голосового тону, тембру голосу, сили наголосу.*

Просодичні й екстралінгвістичні засоби регулюють потік мови, дозволяють економити мовні засоби спілкування, висловлюють емоційні стани «без слів». Голосова гра, падіння і підвищення тону, раптові паузи, зміна сили і тембру голосу постійно супроводжують мову. Тон голосу – інструмент узгодження відносин між учасниками комунікації, тому контролюється і регламентується етикетом.

За допомогою голосу оратор передає свої емоції, підсилюючи зміст сказаного, впливаючи на слухачів. Голосові особливості оратора впливають на сприйняття його виступу аудиторією, засвоєння й осмислення переданої інформації.

Чи знаєте ви, що високим голосом можна передати радість, довіру, піднесення, тоді як сум, втому, розчарування – приглушеним глосом з пониженням інтонації до кінця фрази?

Наші почуття передає і швидкість мови. Виступаючи перед аудиторією, оратор обирає відповідний темп, щоб слухачі сприй-

⁷¹ Ковалинська І. В. Невербальна комунікація. К.: Вид-во «Освіта України», 2014. С. 45.

мали сказане без надмірних зусиль. Він вибудовує інтонаційний лад мови, регулює силу й тон голосу, швидкість мовлення, щоб передати емоції й досягти максимального результату промови – бажаного впливу на слухачів.

Отже, засобами ефективності виступу, зокрема сприйняття аудиторією оратора та його впливу на слухачів, виступають швидкість і гучність мови, артикуляція, висота голосу й режим мови (ритмічність чи уривчастість).

Оратори активно використовують не тільки просодіку, а й **кінетичні засоби** – погляд, рухи, пози.

***Кінесика** (від гр. κίνησις – «рух») – сукупність візуальних характеристик людини (таких як жести, міміка, хода, постава, поза, розташування щодо інших людей тощо), а також наука, яка вивчає особливості невербального (несловесного) спілкування, що відбувається за участю цих характеристик. В ораторській практиці адекватна кінесика є однією з ознак риторичної культури промовця⁷².*

Кінесика – це наука про мову тіла і його частини. В академічній риторичній діяльності найчастіше використовуються власне **жести, вирази обличчя (міміка), пози, рухи тіла**.

Жести. Жести руками під час промови свідчать про стан здоров'я, енергійність, силу промовця і є ілюстрацією до тез виступу оратора. Їхня функція – доповнювати все сказане, ілюструвати вербальні образи, підкреслювати певні моменти, звертати увагу на окремі аспекти.

***Жести** – виразні рухи головою, рукою або кистю, які здійснюються з комунікативною метою. Вони можуть супроводжувати роздум або інший душевний стан. Є жести вказівні, спрямовані в бік предметів або людей з метою звернути на них увагу; і підкреслювальні (підсилювальні) жести. Вирішальне значення має при цьому положення кисті руки. Жести можуть бути демонстративними, дотичними, комунікативними.*

⁷² Макович Х. Я., Вербицька Л. О., Капітан Н. О. Словник термінів і понять з риторики. Львів, 2016. С. 61.

Під час промови вважаються правильними симетричні й синхронні рухи руками, коли промовець дотримується правила: права рука не заходить на ліву половину тіла, і навпаки – ліва рука на праву. Оратор не повинен під час виступу торкатися руками обличчя. Маркером впевненої жестикуляції є рухи руками в межах простору від підборіддя до пояса, якщо рухи вище, то вони свідчать про агресивність, якщо нижче – прояв слабкості, якщо лікті не притиснуті до боків – страх і невпевненість. Щоб викликати довіру і виглядати переконливо, промовець має також врахувати, що долоні відкривати у напрямку слухачів можна тільки періодично, в іншому випадку такий жест може бути потрактовано як слабкість. Жестикуляція під час риторичної діяльності має бути природною. При вказуючих жестах потрібно дивитися у сторону руки, а при патетичних – на публіку. Жест зупиняється на тому слові, на яке падає логічний наголос.

І. Ковалинська пише про *відкриті* і *закриті* жести: «Відкритими жестами вважаються ті, при яких руки розводяться в сторони або показуються долоні. Ці жести говорять про те, що людина хоче і готова йти на контакт. Помічено, що розстебнуті піджаки частіше призводять опонентів до угоди, ніж застебнуті. Жести закриті – це ті, з допомогою яких ми всіляко загороджуємося, відгороджуємося від співрозмовника, перекриваємо сторонніми предметами або руками своє тіло. Вони говорять про те, що ми не цілком готові довіряти оточуючим. Спроба приховати щось від партнера або відчуття розчарування виражаються зчепленими в замок пальцями»⁷³.

Виступаючи з академічними лекціями чи науковими промовами за межами країни чи для представників інших національностей, варто врахувати міжкультурні відмінності у жестах і їх трактуванні. Так, у деяких країнах піднятий вгору великий палець означає, що все добре, а, наприклад, у мусульманських країнах цей жест є непристойним. Відрізняються жести під час вітання і прощання, тобто невербальна мова різних національностей різна, хоч має і деякі спільні жести та їх тотожне трактування.

⁷³ Ковалинська І. В. Невербальна комунікація. К.: Вид-во «Освіта України», 2014. С. 97.

Жести виконують ряд функцій:

а) регулювання та керування вербальною поведінкою як мовця, так і слухача;

б) відображення в комунікативному акті актуальних мовних дій (невербальні акти прохання, наприклад жест – покликати пальцем, жест-питання, жест-загрози чи жест-пропозиція і т. ін.);

в) передачі адресату деякої частини змістової інформації (комунікативна);

г) репрезентації внутрішнього психологічного стану мовця чи його ставлення до партнера;

д) вказівки чи уточнення місця розташування людини або об'єкта (дейктична);

е) жестового зображення фізичних дій людини, контурів і параметрів об'єкта та ін. (імітація манери чужої поведінки за столом, пояснення величини або розміру якогось предмета);

є) доповнення смислом мовних повідомлень емблемами та жестами-ілюстраторами (риторична).

Жести класифікують за різними ознаками на такі: жести приязні (повітряний поцілунок), дотику до обличчя, нетерпіння (постукування пальцями), захисні (закривання себе руками), флірту (поправлення волосся).

Розрізняють кінетичні дії трьох груп: прекінесика (аналіз фізіології і морфологічної будови жестових рухів), мікрокінесика (вивчає мінімальні одиниці жестової мови – кіни і кінеми), макрокінесика (соціокінесика, функціонування жестів у соціальному контексті). Кінетичні форми можуть бути вільні (рухи без участі інших об'єктів) або зв'язані (рухи або пози, здійснювані за допомогою якихось предметів або тіл).

Міміка. В ораторській діяльності важлива міміка, вираз обличчя. Завдяки міміці людина виявляє шість основних емоційних станів (гніву, радості, страху, страждання, подиву і презирства). Культурно зумовленою є посмішка, яку в більшості народів вважають ознакою доброзичливості, відкритості мовця, вираженням задоволення. Привітна посмішка дозволяє краще налаштувати аудиторію на сприйняття оратора і промови.

Промовець, виступаючи перед аудиторією, завжди має «тримати обличчя», він не може дозволити собі мати поганий настрій, депресивні думки і повинен відкинути на той момент усі побутові проблеми. Його міміка має «працювати» на переконання аудиторії. А міміка аудиторії – бути йому сигналом, чи правильно сприймають його промову. Наведемо приклади значень деяких мімічних реакцій:

- брови підняті – вираз подиву чи здивування;
- брови опущені – бажання продемонструвати свою перевагу;
- крива посмішка – людина намагається взяти себе в руки і не показати свою стурбованість;
- бігають очі (мимовільне рух очей) – людина відчуває тривогу, сором, страх або підступ у словах;
- погляд не спрямований на мовця, а переводиться з одного предмета на інший – інтерес людини до теми знизився;
- особа витягнута, голова піднята вгору – ознака зарозумілої поведінки або зневаги.

Під час виступу, бесіди чи дискусії важливі погляди один на одного. Останній аспект – предмет **окулесики** – науки про мову **очей** у процесі комунікації. Погляд людини несе в собі багато інформації. В європейській культурі прийнято дивитися співрозмовнику прямо в очі, кивати, якщо погоджуємося зі сказаним, чи піднімати брови, якщо здивовані.

Знаковість мови очей залежить від тривалості, інтенсивності, статичності / динамічності поглядів. В окулесиці виокремлюють: *односторонній погляд, погляд в обличчя, прямий погляд в очі, спільний погляд, контакт очей (візуальний контакт), уникнення погляду, пропуск погляду*. Напрямок і тип погляду (спосіб візуального впливу) стають основними характеристиками окулесики. Наприклад, прямий погляд в очі зазвичай розуміють як виклик, трактують як гіпнотичний або агресивний, який негативно впливає на учасника комунікації. З огляду на це, правилами етикету передбачено, що прямий погляд має бути коротким, а не тривалим.

Мова очей виконує когнітивну (передати інформацію), емотивну, контролюючу (перевірка, як сприйнято інформацію) та регуляторну функції.

Під час академічних промов оратор дивиться на аудиторію і підтримує з ними візуальний контакт постійно, адже мова на 25% сприймається зоровим шляхом, як стверджують психологи. Це, як правило, діловий погляд, рідше – соціальний. Не прийнято використовувати під час промови інтимний тип погляду. Загалом візуальний контакт свідчить про налаштованість на спілкування, сприйняття, взаємодію. Позитивні емоції супроводжуються більшою кількістю обмінів поглядами, тоді як негативні – меншою. Очі й погляд передають всю гаму людських емоцій та почуттів.

Щоб візуальний контакт з аудиторією під час публічного виступу чи академічної промови був налагоджений та ефективний, практики дають поради:

- постійно дивитися на слухачів, стежити за їхньою реакцією і вловлювати позитивні та негативні відгуки, аналізуючи невербальну поведінку;
- налагодити постійний візуальний контакт, це мобілізує постійну увагу аудиторії;
- дивитися на всіх слухачів однаково і рівномірно, не можна прив'язуватися поглядом до однієї людини чи певної частини аудиторії;
- бажано виробити так званий дозований погляд, тобто дивитися в очі людям, що сидять на першому ряду (кожному по черзі) і періодично кидати розсіяний погляд на другий і наступні ряди (ні на кого конкретно, але щоб кожен подумав, що промовець дивиться саме на нього);
- дивитися слід людям в очі. Погляд, спрямований поверх голови або нижче підборіддя, не принесе ніякої користі. Погляд, спрямований у стелю, вправо або вліво від слухачів, розцінюється як неповага до аудиторії;
- якщо доводиться користуватися екраном або дошкою і треба до них звернутися, то слід якомога менше затримувати на них погляд. Правило поведінки в цій ситуації: «Доторкніться, поверніться, говоріть» (М. Аткінсон);
- необхідно враховувати культурні, національні, релігійні та інші особливості аудиторії. Наприклад, у китайців і японців відкритий погляд оратора в очі слухачів може викликати не-

гативні почуття, так як в східних культурах це не прийнято. У кавказьких народів прямий твердий погляд в очі чоловікові сприймається як виклик на поєдинок.

Невербальні засоби є поведінкові (тремтіння), ненавмисні або самоадаптери (поправляти волосся, чухати носа), власне комунікативні знаки. Американський дослідник Р. Бердвістл уклав спеціальний словник найпоширеніших кінем різних культур. У ньому розтлумачено їхнє значення. Наприклад, що означають кивки головою, нахил голови вперед чи назад, підняті брови, зморщений ніс, стиснуті губи, надуті щоки і т. д. В українській невербальній культурі підняті брови, наприклад, означають здивування, виражають емоції мовця чи слухача, які супроводжують питання. Р. Бердвістл впровадив спеціальну систему знаків (кінеграфічних символів) на позначення закритих чи відкритих очей, підморгування та інших кінем.

Жести, поза, міміка тісно пов'язані із голосом, інтонаціями, змістом мовлення і часто в парі виконують певну функцію в комунікації. Виділяють три основні семіотичні класи кінем:

- ті, які мають самостійне лексичне значення і не потребують вербального контенту – *емблематичні, емблеми* (за назвою Еіфрона, 1941);
- ті, які покликані виділити певний мовний чи інший фрагмент комунікації (*ілюстративні жести, ілюстратори*); вони ніколи не використовуються окремо від вербального контексту і не можуть самостійно передавати значення (наприклад, легке розширення очей в кінці звичайного запитання; жестові наголоси – супровід промови доречними рухами руками, кивками голови тощо);
- кінеми, що керують ходом комунікативного процесу (встановлюють, підтримують чи завершують комунікацію – *регулятори*, які можуть виступати як з промовою, так і без неї).

Емблеми – це жести і рухи, які самі по собі мають певне і чітке значення. «Палець», знак «о'кей» – великий палець, піднятий вгору, кивок і похитування головою. У США цей жест означає, що все добре, але в деяких країнах його вважають вульгарним і можуть потрактувати як пропозицію зайнятися сексом. В Україні цей жест

широко використовується і є запозиченим. А є жести власні, ті, які виникли у власній культурі комунікації.

Окрему групу формують етикетні жести – невербальні знакові одиниці комунікативної поведінки людей, що свідчать про її відповідність нормам суспільної поведінки і певній ситуації. Наприклад, учні української школи, як правило, відповідають стоячи, тоді як в європейських школах прийнято відповідати не встаючи із-за парти.

Поза. Одна з найменш підконтрольних свідомості форма невербальної поведінки людини. Поза людини свідчить про її емоційний стан: напружена вона чи розкута, налаштована на відкритість розмови і сприйняття чи навпаки.

***Поза** – це положення людського тіла і рухи, які виконує людина в процесі комунікації. Пози часто зумовлені різними чинниками, у тому числі й етикетними нормами, й свідчать про емоційне налаштування людини, її статус, мету спілкування чи бажання викликати певну реакцію в слухачів тощо.*

Під час академічної риторичної діяльності, окрім пози оратора (відкритої, з розгорнутими плечима, коли людина стоїть за трибуною, наприклад), використовують пози роздуму, критичної оцінки (рука під підборіддям, вказівний палець витягнутий до скроні).

Уміння обирати правильну позу – елемент успішного виступу перед аудиторією. Поза має зміст і значення, створює впевненості або розгубленості, впливає як на власний стан оратора, так і на сприйняття його слухачами. Адекватною вважається поза оратора, яка відповідає таким параметрам:

- вертикальне положення, центр ваги зміщений трохи вперед;
- ноги трохи розставлені, а носки ніг розсунуті; одна нога виставлена трохи вперед;
- в більш виразних місцях мови наголос робиться на носок;
- коліна гнучкі і податливі;
- рівномірний розподіл ваги тіла;
- розкутість (але не розхлябаність);
- плечі розправлені, груди вперед, живіт підтягнутий (але не настільки, щоб це заважало вільно дихати).

Варто зауважити, що різні види виступів передбачають певні види поз. Але поза завжди має бути зручною і переконливою.

Не так в академічній риторичі, як в риторичі соціально-побутовій, мають значення **тактильно-кінестетичні засоби**, які передбачають фізичний вплив, контактування – потиск руки, ляскання по плечу, обійми тощо. Враховують і засоби **ольфакторні** – приємні і неприємні запахи навколишнього середовища; природний і штучний запахи людини.

3. Зовнішній вигляд оратора та культура поведінки

У риторичній діяльності мають значення одяг, аксесуари, манери – соціально зумовлені ритуалізовані форми поведінки, пристосовані до певних ситуацій. Для публічного виступу обирають діловий одяг (це переважно костюми сірого або синього кольору). Такий одяг не пригнічує оратора і слухачів, не привертає надмірну увагу, не відволікає і дає можливість зосередитися на змісті промови. Стриманість має бути присутня й у виборі прикрас. У будь-якому випадку одяг повинен бути охайний, акуратний і чистий. Є перелік рекомендацій щодо одягу промовців:

- краще не користуватися новими речами, які жодного разу не одягалися;
- не допускати дисбалансу між тим, що оратор говорить (видом виступу), і тим, як виглядає;
- в офіційних випадках чоловікам краще використовувати не дуже темний костюм, білу або кольору слонової кістки сорочку і елегантний виразний галстук;
- галстук не повинен мати яскравого малюнка, щоб не відволікати увагу від особи. Довжина його повинна бути такою, щоб кінець ледь прикривав пряжку на поясі;
- якщо піджак має два гудзики, потрібно застебнути лише верхній, якщо три – тільки середній;
- взуття для чоловіка повинне бути в повному порядку, шкарпетки – високі;
- одяг жінки повинен мати довгий рукав, довжина спідниці – середня, вона не повинна бути занадто вузькою;

- жінки (як і чоловіки) повинні уникати яскравих масивних прикрас;
- окуляри, якщо вони необхідні, повинні мати простий дизайн і оправу під колір волосся.

Манера одягатися залежить і від національної культури. Для публічних лекцій, наприклад, у нашій країні можуть використовувати одяг з етнічними елементами (вишивкою на комірці та рукавах). З давніх-давен вишиванки вважали оберегом. Сьогодні це ще й модний тренд. Для конкретної промови можна обрати певний тип орнаменту, кольорову гаму вишиванки. Для урочистих промов часто використовують вишиванки «білим по білому», а для траурних – чорні. У вишиванках сьогодні проходять захисти наукових робіт, а українські науковці виступають із доповідями і промовами на міжнародних заходах.

Відповідною є й невербальна культура поведінки оратора. Так, під час публічного виступу оратор слідкує за своєю аудиторією, налагоджує візуальний контакт і реагує на невербальні сигнали (розслаблені слухачі, значить прийняли точку зору мовця; переконані, налагоджують візуальний контакт і уважно слухають тощо).

Спілкування завжди просторово організовано, так і в академічному середовищі. **Проксеміка** відображає дистанцію (відстань до співрозмовника, кут повороту до нього, персональний простір); допоміжні засоби спілкування, до яких належать особливості статуту (статеві, вікові) і засоби їх перетворення (одяг, косметика, окуляри, прикраси, татуювання, вуса, борода, сигарета і т. п.).

Виступаючи перед аудиторією, слід дотримуватися певної дистанції і пам'ятати про чотири зони спілкування, виокремлені американським дослідником Е. Холмом:

- інтимна відстань – від 0 до 45 см – на такій відстані спілкуються найближчі люди;
- персональна – від 45 до 120 см – спілкування зі знайомими людьми;
- соціальна – від 120 до 400 см – переважно при спілкуванні з чужими людьми і при офіційному спілкуванні;
- публічна – від 400 до 750 см – саме на цій відстані відбуваються виступи перед аудиторією.

Важливим є перше враження аудиторії від оратора. Так, під час лекції зміни в оцінці лектора складають лише 4–6%, при цьому за чинником «довіри» – не більше 1%. Найкраще і надовго запам'ятовується перше враження про оратора. Його не так легко потім відкорегувати чи змінити.

Основою формування в аудиторії про оратора є зоровий образ, який моделюється завдяки інформації, що надходить з різних каналів:

- **55%** інформації визначається тим, що люди *бачать* при першій зустрічі (насамперед мовою жестів і поз);
- **38%** інформації визначається тим, що люди *чують* (парамовленнєвими характеристиками);
- **7%** інформації визначається тим, що люди *говорять* (власне текстами співрозмовників).

В межах риторики визначено поведінку оратора в аудиторії, яка стосується мови жестів, поз, міміки та інших характеристик. Наведемо основні поради щодо цього.

Мова жестів і поз. Позитивно, як свідчення про намір спілкуватися сприймаються аудиторією (здебільшого підсвідомо) продемонстровані оратором жести відкритості (жести розкритими руками у напрямку до слухачів; горизонтальна жестикуляція, а не вертикальна та ін.). Оратору варто виступати стоячи й уникати закритих жестів, які можуть бути потрактовані не тільки як небажання спілкування, а й як вияв агресії (стиснуті кулаки, схрещені руки, схрещені ноги тощо). Ознакою нервування, невпевненості у собі, хвилювання є жести-поплавки, яких теж потрібно уникати (ручка, папка в руках, маніпуляції ними; часте прокручування окулярів, волосся, предметів гардеробу чи аксесуарів тощо). Аудиторія позитивно сприймає впевненого у собі оратора.

- 1) **Мова міміки.** Важливим є *зоровий контакт* оратора з аудиторією впродовж усього виступу. Погляд має бути спрямований на всіх слухачів так, щоб не виділяти когось персонально. Якщо виступ відбувається у великій аудиторії, то її розбивають на сектори й у процесі виступу переводять погляд повільно по черзі з одного сектора на інший. Оратору не слід дивитися повз слухачів (у простір), на підлогу, ноги, стелю, у вікно, розгля-

дати сторонні предмети. Слід пам'ятати, що довгий пильний серйозний погляд в очі може викликати в слухача відчуття тиску, неспокою. Впродовж тривалого часу краще дивитись в обличчя, а не прямо в очі. Як вираз зацікавленості погляд в очі сприймається тоді, коли він є короткочасним.

- 2) **Парамовленнєві характеристики.** Протягом всієї промови треба, узгоджуючи зі змістом тексту промови, змінювати інтонацію, а не говорити монотонно. В аудиторії оратору слід говорити голосніше, ніж він говорить звичайно. Оптимальним темпом вважається промовляння не більше 120 слів за хвилину. Важливим ораторським прийомом є пауза. Зазвичай пауза здається довшою тому, хто говорить, ніж тому, хто слухає. Вона може бути не довшою, ніж 4 секунди, тоді аудиторія не матиме думки, що у виступі щось не так. Оратор повинен робити невеликі паузи до та після важливих думок, щоб слухачі могли їх осмислити. Крім того, перед важливою думкою потрібно також трохи понизити голос. Не слід заповнювати паузу різноманітними вигуками («м-м-м», «е-е-е», «ну» тощо). Починати та завершувати публічний виступ оратору варто з погляду на слухачів та паузи.
- 3) Виголошувати промову потрібно з публічної відстані, особливо у великих аудиторіях. Під час виступу оратору варто наближуватись до слухачів, виступати із-за трибуни. Риторикознавці вважають, що більш вдалим є ситуація, коли оратор стоїть поруч з трибуною, а не за нею. Рухатись по аудиторії слід повільно і не дуже захоплюватись цим прийомом, щоб у слухачів не склалось враження, що оратор бігає, як тигр у клітці.
- 4) Якщо використовуєте рукопис чи читаєте його, текст має бути написаний на одній сторінці аркуша, а аркуші покладані по порядку. При читанні потрібно переставляти їх в бік, щоб не створювати зайвого шуму і не відволікати увагу слухачів.

У кожної людини є власна привабливість, чарівність (або шарм, як кажуть французи). Її теж потрібно використовувати. Недосвідчений оратор інколи боїться аудиторії. Йому здається, що всі його сприймають критично, «наскрізь бачать». Але насправді кожен може змусити аудиторію слухати свій виступ. Запорукою успіху

є щирість та ставлення до людей з повагою. Навпаки, всяке хитрування, намагання «себе подати», якимось підкреслено «причепуритися» можуть сприйматися як вияв комплексу неповноцінності. Оратор повинен почувати себе володарем ситуації⁷⁴.

Цікаво розглянути **приклад** значень жестів, які досить часто зустрічаються в комунікативній практиці:

- **намір вести відверту розмову** – витягнуті вперед руки долонями вгору;
- **готовність уважно вислухати партнера** по спілкуванню – руки, складені біля рота, легкий нахил корпусу тіла в сторону співбесідника;
- **сумнів або брехня** – дотик до носа або потирання його вказівним пальцем, потирання ока, потирання вказівним пальцем за вухом або перед вухом;
- **критична оцінка** – підборіддя спирається на долоню, вказівний палець витягується уздовж щоки, інші пальці – нижче рота;
- **нудьга** – голова на долоні, несвідоме малювання на папері, порожній погляд, клацання ковпачком авторучки;
- **захист** – руки, схрещені на грудях. Цей жест означає, що співрозмовник хотів би піти від обговорення питання або він не впевнений в тому, що говорить. Правда, іноді він може означати просто спокій і впевненість;
- **бажання домінувати** – «вказуючий перст», насуплені брови;
- **жести вітання** – повинні бути спрямовані вгору.

Варто звергнути увагу на **п'ять правил жестикуляції під час виступу** перед аудиторією. Вони стосуються положення рук:

1. Не ховати руки за спину.
2. Не складати руки попереду трохи нижче пояса («поза футболіста»).
3. Не схрещувати руки на грудях («поза Наполеона»).
4. Не класти руки в кишені.
5. Не займати руки сторонніми предметами.

⁷⁴ Абрамович С. Д., Чикарькова М. Ю. Риторика. Київ: Центр навч. л-ри, 2004. 472 с. С. 198.

Хода є важливим невербальним засобом для вираження різних емоцій і виділення тих чи інших елементів мови. Можна виділити наступні смисли і значення ходи і правила, якими повинен керуватися той, хто виступає перед аудиторією:

- коли промовець заходить в аудиторію, треба рухатися впевнено, не дріботіти і не робити метушливих рухів. Йти звичайною ходою, що свідчить про впевненість;
- коли оратор хоче щось підкреслити, бажано трохи схилити тіло назустріч аудиторії, тобто скористатися жестом наближення тіла до присутніх. Якщо є можливість наблизитися до аудиторії, то слід зробити це тоді, коли оратор хоче повідомити щось важливе, донести і переконати присутніх в своїй правоті;
- помірна ходьба допомагає слухачам розслабитися;
- занадто багато ходьби може вивести аудиторію з себе;
- чим більш офіційною є ситуація, тим менш вираженою повинна бути ходьба;
- чим більша аудиторія, тим більша кількість кроків допустима.

Швидкість мови:

- жвава манера говорити, швидкий темп свідчать про імпульсивність співрозмовника, його впевненість в собі;
- спокійна, повільна манера вказує на незворушність, розсудливість, ґрунтовність;
- помітні коливання швидкості мови виявляють недолік врівноваженості, невпевненість, легку збудливість.

Гучність мови:

- сильний голос, як правило, свідчить про справжню силу спонукань (життєву силу) або хизування;
- тихий, кволий голос вказує на стриманість, скромність, такт або нестачу життєвої сили, слабкість людини;
- різкі зміни гучності свідчать про емоційність і хвилювання.

Артикуляція мови:

- ясна і чітка вимова вказує на внутрішню дисципліну;
- розпливчата вимова, як правило, властива поступливості, невпевненості, м'якості, млявості волі.

Висота мови:

- фальцет (дослівно – «головний голос») притаманний людині, у якого мислення і мова більше виходять з інтелекту;
- високий пронизливий голос – ознака страху і хвилювання;
- низький означає спокій, розслабленість і гідність.

Отже, на етапі виголошення промови надзвичайно важливу роль відіграють саме невербальні прийоми впливу оратора на аудиторію. Підготовлений і виголошений текст промови (вербальний блок) реалізує в мовленні те, що хоче сказати людина, а невербальний блок – ті мотиви, що знаходяться у несвідомому. Знаки невербального спілкування різноманітні, адже це *мова жестів, поз, міміки; парамовленнєві характеристики; мова простору; мова одягу та мова кольорів* тощо.

Питання для обговорення та дискусії

1. У чому полягає невербальна комунікація? Яка її роль в академічній риториці?
2. На підставі яких критеріїв здійснюється класифікація невербальних засобів?
3. Які жести, пози та міміка є доречними під час академічної промови?
4. Яку роль в успішності промови та ефективності переконання слухачів відіграє просодика?
5. Назвіть правила проксемики, якими має керуватися промовець.

Завдання для самостійної роботи

1. Створіть інтелект-карту «Невербальні засоби спілкування».
2. Використовуючи інфографіку, підготуйте постери про жести, позу, міміку, доречні під час публічного виступу. Постери можуть бути у вигляді пам'ятки, правил чи рекомендацій.
3. Підготуйте короткий відеосюжет з демонстрацією жестів, пози й міміки в конкретній риторичній ситуації та розкрийте їх значення.

Цікавий медіаконтент

1. Прочитайте статтю Олега Болсунова про жести як універсальний інструмент оратора⁷⁵ за покликанням, закодованим у QR-коді. Зверніть увагу на поради викладачів школи ораторського мистецтва щодо того, які жести є вдалим, а які не бажано здійснювати під час виступів. Спробуйте виконати вправи для розвитку жестів рук індивідуально, в парі чи групі.
2. На каналі медіашколи «Новий кадр» перегляньте урок «Жести оратора». Тренерка з публічних виступів та ораторської майстерності Наталія Толкунова дає поради, які жести допомагають у публічному виступі і як їх використовувати. Покликання на медіаконтент закодоване у QR-коді.
3. Виконуйте дихальні вправи та артикуляційні зарядки для покращення дикції та вимови разом з Наталією Толкуною⁷⁶ за різними ефективними методиками. Покликання на медіаконтент закодоване у QR-коді.



⁷⁵ Болсунов О. Жести оратора. Жестикуляція оратора. Навчання жестам. URL: <https://oratorske.com.ua/zhesty-oratora-zhestykuliatsiia-oratora-navchannia-zhestam/> (3.07.2022).

⁷⁶ Толкунова Н. Гарна вимова. Медіашкола «Новий кадр» URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLxeiSyIBANyE1DhHnj5MJrX8twNh77hrq>

ВЗАЄМОДІЯ ОРАТОРА І СЛУХАЧІВ

План

1. Принципи взаємодії оратора та слухачів.
2. Психологічний стан оратора та налаштованість аудиторії.
3. Прийоми активізації та утримування уваги аудиторії.
4. Культура сприймання публічного виступу та уміння ставити запитання і давати відповіді.

1. Принципи взаємодії оратора та слухачів

Взаємодія оратора і слухачів як предмет зацікавлення і дослідження у риториці як науці виник не відразу. У класичній риториці спочатку вся увага була зосереджена на промові, ритори дбали про те, щоб вона була переконливою. Ставилися певні вимоги й до оратора, який мав мати авторитет серед громади, бути порядним, доброчесним, приємним, комунікабельним, викликати довіру й майстерно володіти словом. Цінували тих ораторів, які були всебічно розвинені, ерудовані, начитані, а їхні знання гармонійно поєднувалися з мораллю. Вони не тільки професійно займалися ораторським мистецтвом, а й отримували задоволення від своєї діяльності, а відтак це відчувала аудиторія.

Аудиторія слухачів – це об'єкт впливу ораторського слова, безпосередня ціль реалізації намірів оратора. Це об'єкт, на який спрямована риторика і без якого риторичне мистецтво було б непотрібне. Саме для аудиторії виголошують промови, аудиторію намагаються зацікавити, поінформувати, переконати.

Аудиторія буває різною. Слухачів у риториці класифікують на підставі різних критеріїв: за суспільною роллю, за фахом, за освітою, за віком, за мораллю, нахилами й уподобаннями, зрештою, за внутрішньою і зовнішньою готовністю слухати чи ні, сприймати чи відхиляти оратора⁷⁷. Орієнтуючись на тип аудиторії оратор

⁷⁷ Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика. Київ: Вища школа, 2006. 311 с. С. 182.

планує, готує і виголошує промову. Аудиторія завжди конкретна і оратор має це враховувати, щоб мати певну перевагу над слухачами, бути актуальним і цікавим для них своєю промовою. Головне завдання оратора – підкорити аудиторію, а при потребі – подолати її опір. Щоб досягти цієї мети, оратори враховують певні чинники, зокрема те, якою є аудиторія: прихильна, байдужа, ворожа (навіть агресивна) чи комбінована, що поєднує в собі і прихильних, і байдужих (Цицерон називав їх «в'ялими»), і ворожих слухачів.

За часи існування риторики відомі оратори шліфували мистецтво взаємодії з аудиторією і на підставі їхнього досвіду можна виокремити певні принципи взаємодії оратора і слухачів. Однак, варто зазначити, що антична риторика надавала перевагу почуттям і моралі, гомілетика – морально-етичному канону, тоді як класична враховувала розум і практичність, а неориторика гармонійно поєднала усі аспекти. Феофан Прокопович у книгах «Про риторичне мистецтво» у розділі «Що робить оратора знаменитим» писав, що оратор окрім визнаних античною риторикою чеснот, має бути патріотичним, талановитим, працьовитим, оскільки місія оратора – почесна.

Узагальнюючи різні дослідження, окреслимо загальні аспекти взаємодії оратора з аудиторією в античній та класичній риторичі.

У кожній промові оратор має передбачити, як не втратити прихильних, здобути байдужих, заспокоїти агресивних слухачів, тобто налагодити контакт з аудиторією.

Ораторові потрібні знання предмета, освіта, володіння мистецтвом слова і вміння дискутувати, аргументувати свою думку, швидко реагувати і відбивати словесний «напад». Цицерон був переконаний, що для знаходження змісту промови ораторові потрібні три речі: проникливість, розуміння (наука) і ревність (запопадливість).

Прихильність аудиторії оратор має здобути власним достоїнством, відповідною риторичною поведінкою, глибокою і відповідно до ситуації та сфери емоційно виголошеною промовою, професійним володінням вербальними і невербальними інструментами риторики. Арістотель писав, що довіру до оратора викликають розум, добродійність і доброзичливість.

Дотримання певних практичних правил щодо частин промови: «вступ має бути не швидким, щоб слухачі могли зрозуміти суть справи, висновки – не повільними й не затягнутими; хто говорить коротко і стримано, може повідомити про щось, але не схвилювати; ненависть приборкують доброзичливістю, озлоблення знищується співчуттям; вправно використані веселий жарт, дотепний гумор також викликають прихильність слухачів, пом'якшують суворість, показують оратора людиною освіченою й тонкою»⁷⁸.

Врахування особливостей аудиторії (однорідна чи неоднорідна; малочисельна чи багаточисельна; прихильна, байдужа чи конфліктна).

2. Психологічний стан оратора та налаштованість аудиторії

Успішність промови, лекції чи іншого публічного виступу значною мірою залежить від психологічного стану оратора та налаштованості аудиторії, від того, чи налагоджено контакт між ними.

***Контакт зі слухачами** – спільність психічного стану оратора та аудиторії, взаєморозуміння між промовцем та слухачами.*

Ця спільність виникає на основі спільного осмислення певної теми, проблеми, обговорення однакових питань, сумісної мисленневої діяльності. Її також називають «інтелектуальним співпереживанням». Існує народна приказка: «Слово належить наполовину тому, хто говорить, і наполовину тому, хто слухає».

Контакт з аудиторією відбувається й на емоційному рівні, коли оратор і слухачі відчувають під час виступу подібні емоції. Відношення промовця до предмета мовлення, його захоплення ним і зацікавленість, упевненість передаються і слухачам і викликають у них відповідну реакцію.

Психологи наголошують, що умовою виникнення контакту між оратором та аудиторією є щира і справжня повага до слухачів, визнання їх як партнерів, рівноправних у спілкуванні.

⁷⁸ Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика. Київ: Вища школа, 2006. С. 184.

Зовнішній контакт проявляється й у психологічній налаштованості аудиторії, її поведінці. Слухачі мають відчувати впевненість у поведінці оратора, спокій і достоїнство, рішучість і обізнаність. Вже сама поява оратора психологічно впливає на аудиторію, налаштовує на сприйняття виступу і його успіх. Слухачі оцінюють його зовнішній вигляд, ходу, позу, жести, погляди, поведінку під час виступу. Налагоджується зоровий контакт між ними.

Якщо у залі панує тиша, значить промова їх зацікавила. Вони затамувавши подих слухають оратора. Однак цю тишу регулює сам оратор. Він може пожвавити емоції аудиторії, використовуючи гумористичні зауваження чи доречні жарти, запитання. Але як тільки повертається до головної теми, знову панує тиша. Однак, тиша може бути зумовлена не зацікавленням, а ввічливістю слухачів. У такому разі контакт між оратором і аудиторією відсутній.

Основними показниками контакту між тим, хто виступає, і слухачами є позитивна реакція на слова оратора, зовнішнє вираження уваги слухачів (поза, зосереджений погляд, посмішки, кивання головою на знак згоди, аплодисменти), «робоча» тиша в залі. Про налагоджену взаємодію свідчить впевненість оратора, його невимушеність, вміння тримати в полі зору весь зал. В іншому випадку оратор говорить невиразно, не бачить слухачів і не реагує на їхню поведінку.

Іноді промовець встановлює контакт не зі всією аудиторією, а лише з певної її частиною. Контакт оратора і слухачів може бути повним і неповним, стійким і нестійким, змінюватися в процесі виступу. Все залежить від особистості оратора та його репутації, актуальності питання, що обговорюється, його новизни, цікавості змісту виступу.

У плані *психологічної налаштованості оратора* важливими є вміння зосередитися на потрібній думці, образі предмета, «проживати» те, про що йде мова. У такому разі оратор чітко контролює свої дії, мову. Якщо ж з'являється розсіяність, то складніше підібрати слова, виникають непотрібні паузи, жести без смислу, а інтонація стає фальшивою. Зосередженість як елемент ораторської психіки – чинник, від якого залежить і зібраність та увага аудиторії. Забезпечити зосередження можна, чітко продумавши

план виступу, знаючи суть предмета, маючи під рукою необхідні записи, цитати, ілюстрації.

Впевненість оратора залежить не тільки від знань предмета, але й від розвитку творчої уяви, рівня володіння мовленням, вміння використовувати тропи, стилістичні фігури, говорити вишукано, тобто залежить від рівня володіння ораторським мистецтвом та практики, досвіду. Не менш важливе й вміння відчувати аудиторію, розпізнавати її психологічний настрій, можливості й потреби. З перших хвилин зустрічі з аудиторією промовець має оцінити її й обрати правильну стратегію виголошення промови й налагодження контакту з цією аудиторією. З перших речень промови потрібно уникати створення психологічного, інформаційного (незрозумілі терміни тощо), пізнавального (складна мова, недоступність предмета) бар'єра між трибуною і аудиторією, і утримувати увагу слухачів, спонукати до колективного обмірковування проблеми, до співтворчості, генерації ідей.

Краще налагодити контакт, коли оратор говорить від себе, а не читає промову «з листка». Щоб менше користуватися конспектом під час виступу, оратор повинен мати добре розвинену пам'ять, володіти способами ефективної фіксації певного матеріалу в пам'яті (механічним, без усвідомлення суті; логічним, з усвідомленням смислових зв'язків між частинами матеріалу; мнемотехнічним, який ґрунтується на побудові асоціацій). Під час вивчення промови найголовніше – зафіксувати в пам'яті основні думки, план (структуру) промови, ключові слова.

Психологічна налаштованість аудиторії залежить від очікування слухачів. Серед них є ті, які прихильно ставляться до оратора, але можуть бути й такі, що налаштовані негативно, вороже чи скептично. Часто промовцям доводиться виступати перед індіферентними слухачами, яким усе байдуже. Плани оратора щодо логічного ходу виступу може в одну мить змінити брутальний хуліганський вигук, зле, прискіпливе зауваження, «невинне» запитання на зразок: «Чи довго ви ще говоритимете? Час іти на обід» тощо. Тому треба вміти враховувати психологічний настрій аудиторії. Завдання оратора – впродовж усього виступу закріпити чи хоча б зберегти ті позитивні емоції, з якими зібралися слухачі, або ж подолати все те,

що вороже й спрямоване на знецінення чи зрив виступу. Для цього варто попередньо звернути увагу на вік аудиторії, щоб обрати правильну та цікаву саме для цієї категорії людей тему промови, і «прорахувати» реакцію аудиторії.

Наприклад, якщо аудиторія дитяча, то потрібно враховувати, що діти не можуть спокійно сидіти впродовж години, їхня увага переключається на інші об'єкти. У виступі перед такою аудиторією потрібно часто змінювати у темп розповіді, не перевантажувати дітей фактами, вводити елементи гри, інтерактивну, бесіди. Якщо аудиторія юнацька, то потрібно враховувати їхні запити і зацікавлення щодо тем і проблем, які хвилюють. Варто врахувати, молодіжна аудиторія достатньо емоційна й відверта: оратор повинен бути готовий до найнесподіваніших запитань. Доросла аудиторія – менш емоційна, більш ввічлива, але її важче зацікавити, захопити ідеєю, переконати.

Розрізняють аудиторії *прихильні, байдужі й конфліктні*. Риторикознавці переконують, що у прихильній аудиторії потрібно застосовувати однобічну аргументацію, відразу переходити до головного, тезу формулювати з самого початку. Виступаючи перед байдужою аудиторією, треба спочатку їх зацікавити. Працюючи з конфліктною аудиторією потрібно рухатись поступово від аспектів згоди оратора з аудиторією до предмета розбіжностей.

З метою позитивного психологічного налаштування аудиторії на промову, варто використовувати займенник «ми», а не «я» (Ми побачили, ми переконуємося), час від часу повторювати щирі звертання («друзі», «колеги») Так у слухачів виникає відчуття співтворчості, причетності й участі, а не пасивності.

Ефективним є апелювання не тільки до бажань і страхів аудиторії, психологічних установок на самоствердження, як зауважує П. Сопер, а й до ширшого кола психологічних імпульсів (інтереси фізичного, економічного, професійного, суспільного, національного, соціального, морально-етичного характеру). Більшості подобається, коли оратор підкреслює їхній розум, уважність, проникливість чи інші позитивні риси. Не припустимо навіть натякати аудиторії на те, що зібрані не дуже розумні люди. Це назавжди зруйнує контакт із цією аудиторією.

Варто пам'ятати, що різко окреслена межа між добром і злом, прямолінійні та щирі заклики до кращих душевних поривань слухачів досягають бажаного ефекту й отримують підтримку у слухачів. Отже, логічний виклад треба підкріпити апеляцією до почуття безпеки, шляхетності, справедливості, національно-суспільних інтересів тощо. У жодному разі не можна замість доказів чи переконань звертатися до псевдопсихологічних доведень на зразок: «А той, хто не розуміє цього, просто дурень» чи «Це побачить навіть осел». Подібні випадки іноді зустрічаються у поведінці тих, які не вміють доступно пояснити матеріал чи відповісти на запитання.

Погоджуємося з твердженням М. Микитюк, що «досвідчений оратор завжди сприймає свою аудиторію як колективного співавтора його промови і відповідно до цього розуміння поводить себе на трибуні»⁷⁹.

Основними особливостями психології ораторської (лекторської) праці є: добрі знання своєї науки й активність у ній; індивідуальна форма й відповідальність оратора за свою творчість перед суспільством; ситуативність (кожен публічний виступ відбувається в певних обставинах, які не повторюються і всі особливості яких передбачити не можна), тобто діалектика визначеного й невизначеного в ораторській творчості (оратору не завжди відомо, як зустріне його аудиторія, як пройде його виступ, які відгуки він отримає тощо). У підготовці будь-якого публічного виступу промовець враховує єдність раціонального та емоційного. Регулярність і систематичність, наполегливість і цілеспрямованість праці оратора завжди дає очікуваний результат.

⁷⁹ Микитюк М. В. Риторика. Курс лекцій. Навчальний посібник. Харків, 2004. С. 144.

3. Прийоми активізації та утримування уваги аудиторії

Головне завдання оратора, лектора – пробудження і підтримка (чи розвиток) уваги аудиторії до промови, а також задоволення інтересу до теми.

***Увага слухачів** – зосередженість аудиторії на мовленні та поведінці оратора.*

Це запорука успіху промовця, який повинен привернути до себе увагу слухачів на початку промови і, наскільки це можливо, втримувати її до кінця.

Кожен досвідчений лектор знає, що увага слухачів посилюється і послаблюється, гальмується в будь-якій аудиторії. Слухачський інтерес і зацікавленість виступом, лекцією забезпечують багато компонентів, які втілюють актуальність теми й зміст промови, красномовство (володіння словом, яке приносить естетичне задоволення), забезпечують реалізацію принципів науковості, доступності, переконливості, виразності мови тощо. Промови ораторів, які майстерно володіють прийомами керування увагою аудиторії, завжди приречені на успіх.

***Засоби керування увагою аудиторії** – прийоми, які дають змогу підвищити увагу аудиторії, зацікавити слухачів.*

До внутрішніх засобів керування увагою аудиторії, які впливають на структуру промови, належать історії та приклади з життя, засоби образності мови, цитати, відступи від теми, гумор, додаткова інформація, зауваження, що зачіпають інтереси й систему цінностей слухачів, звертання та запитання, адресовані слухачам, мислення вголос як прихована форма діалогу. Аудиторію зацікавляють нові і незвичні факти, люди та їхні історії. Традиційно найбільший інтерес для будь-яких слухачів становлять вони самі, їхні проблеми і перспективи. Г. Клочек наголошує на впливовості усного слова й важливості мистецтва сторітелінгу в педагогічній риторичі: «увага слухачів збуджується, якщо вони слухають імпровізацію, коли промовця підхоплює особливий потік – потік експромту. І якщо він своїм плином підхопить ще й слухачів, і вони вклю-

чатися в нього, підкоряться його ритму і почнуть ловити буквально кожне слово промовця, то успіх буде гарантовано». Потік експромту, на думку вченого, це «імпровізаційний творчий запал, коли приходить емоційне збудження, починає працювати уява, складається сюжет і потрібні слова підбираються самі собою»⁸⁰.

До зовнішніх засобів керування увагою аудиторії належать інтонація, рухи промовця, жести, міміка, поза оратора тощо. Важливим засобом керування увагою аудиторії є наочності засоби.

Можна виокремити ряд правил утримання уваги слухачів:

- 1) Для того, щоб зацікавити слухачів відразу, треба почати виступ з цікавого повідомлення, використати творчий початок.
- 2) Для керування увагою потрібно встановити зоровий контакт.
- 3) Утримати увагу допоможуть лаконічність, динамічність оповіді, емоційність та експресивність оратора, відчутний інтерес самого промовця до того, про що він говорить.
- 4) У промові логічні елементи треба чергувати з емоційними, особливо, якщо обсяг матеріалу великий.
- 5) Засоби керування увагою аудиторії особливо доречні під час переходу між частинами промови, підтемами.
- 6) Вибір засобів керування увагою аудиторії визначає конкретна ситуація та склад слухачів. Так, у дитячій аудиторії ефективними будуть цікаві історії, запитання до слухачів, а також ігрові ситуації, тоді як дорослу аудиторію, крім вище сказаного, може зацікавити апелювання до вагомих життєвих цінностей, основних людських бажань (фізичне благополуччя; економічні інтереси; суспільні інтереси, зокрема, престиж, влада, кар'єра тощо)⁸¹.

⁸⁰ Ключек Г. Мистецтво сторітелінгу в сучасній педагогічній риториці: педагогічна комунікація: проблеми і перспективи. *Дивослово. Українська мова і література в навчальних закладах*. 2015. № 8. С. 39 – 45.

⁸¹ Макович Х. Я., Вербицька Л. О., Капітан Н. О. Словник термінів і понять з риторики. Львів, 2016. С. 49.

4. Культура сприймання публічного виступу та уміння ставити запитання і давати відповіді

Культура сприймання публічного виступу засновується найперше на вмінні слухати, і в той же час активно взаємодіяти з промовцем – проявляти інтерес, осмислювати почуте, зосереджуватися на змісті промови, а не на власних думках чи проблемах («псевдо-слухання»). Так, слухання може бути активне (його техніка базується на з'ясуванні, дослівному повторюванні, перефразовуванні й резюмуванні) і пасивне (відсутні дії реципієнта, що інформували б про те, чи сприйняли й зрозуміли його повідомлення). Тиша залу має бути зацікавленою, а не етичною.

На жаль, під час риторичної діяльності можливе й «агресивне» слухання – прагнення якомога швидше висловити власні погляди і судження, не беручи до уваги позицію партнера.

«Вибіркове» слухання передбачає зосередження уваги лише на деяких деталях повідомлення. І навіть якщо це найважливіші чи найцікавіші для слухача деталі, на їх основі не постане загальна картина, вона залишається мозаїчною.

Сприймаючи публічний виступ слухачі, як правило, дратуються, коли промовець розповідає про особисті справи, говорить про банальні речі чи повторює «затерті» афоризми, зосереджується лише на власних успіхах чи надмірно серйозний. Дратують слухачів гордовитість і зневага, брутальність, надмірна балакучість оратора чи співрозмовника.

У взаємодії оратора й аудиторії певну роль відіграє вміння учасників комунікації правильно формулювати запитання, а промовця – відповідати на них. Питальні конструкції сприяють логічності виступу, оскільки розвиток суджень відбувається шляхом переходу від раніше відомого до нового, більш точного твердження. Функції питання залежать від місця у структурі тексту виступу і комунікативного завдання. В академічній риторичі поширені уточнюючі, прості запитання, тоді як у полеміці чи суперечці запитання можуть бути й складні, гострі. Класифікація запитань може бути такою:

- 1) уточнюючі й доповнюючі;
- 2) прості й складні;

- 3) коректні й некоректні;
- 4) закриті й відкриті;
- 5) доброзичливі й недоброзичливі;
- 6) гострі запитання.

Правильно поставлене запитання дає можливість уточнити точку зору промовця чи опонента, отримати додаткову інформацію, дані, зрозуміти його ставлення до проблеми, яка обговорюється. Питання можна задати тоді, коли маєш якесь уявлення про предмет обговорення. Щоб відповісти на питання теж потрібно мати знання й правильно оцінити зміст й характер запитання.

Є правило: відповідати на запитання оратор має в тому випадку, коли до кінця розуміє його суть і знає правильну відповідь. Також ця відповідь може бути дотепною чи навіть іронічною («Це запитання звучить аполітично», «І ви вважаєте своє запитання серйозним?») під час суперечки чи дискусії.

Запитання бувають *закриті*, на які можна відповісти однозначно, наприклад: «так/ні», назвати точну дату, ім'я або число тощо, їх використовують, щоб отримати конкретну інформацію, уточнити твердження, сфокусувати розмову. А можуть бути *відкриті запитання*, на які важко відповісти одним словом (зазвичай починається словами «чому», «навіщо», «яка ваша думка з цього приводу») і які вимагають розгорнутої відповіді. Ними послуговуються на початку дискусії. *Альтернативні запитання* ставлять у формі відкритого запитання, але при цьому пропонують варіанти відповіді.

Риторичні запитання не потребують відповіді на відміну від звичайних. До них вдаються у двох випадках: 1) відповідь і так усім слухачам відома, треба тільки актуалізувати її для сприймання слухачем; 2) таке запитання, на яке ніхто не знає відповіді або її й зовсім не існує, на взірець: Хто винен? Що робити? Куди йдемо? Риторичними запитаннями промовець підкреслює незвичайність ситуації.

Підтверджувальні запитання (техніка Сократа) спрямовані на те, щоб одержати від співрозмовника схвальні відповіді «так» або створити атмосферу згоди чи додати спілкуванню інерції та змусити вимовити «так» на головне запитання. Це можна зробити за допомоги зв'язок, тобто фраз, складених за схемою: спочатку

твердження, потім запитання, що потребує твердження. Стандартні зв'язки: Правда? Ви згодні? Справді? Правильно? Дійсно? Чи не так? Чи не правда?

Спрямовувальні запитання використовують з метою скерування розмови у потрібному напрямку. *Запитання-кристалізатори* допомагають шліфувати думку. *Інформаційні запитання* забезпечують отримання інформації. *Однополюсні запитання* віддзеркалюють запитання співрозмовника. *Проблемні запитання* формують мету виступу, мікротему, визначають завдання. *Провокаційні запитання* підбурюють на певні дії, спонукають до бажаних. *Навідні запитання* стимулюють мислення, спрямовують хід думок у потрібному напрямку (Що б трапилося, якщо...? Чи віддасте ви перевагу...?), на отримання відповіді, яка зміцнить позицію промовця (Так, Ви думаєте, що було б доцільно...?). *Прикінцеві запитання* використовують на етапі завершення розмови, виступу, їм мають передувати одне-два підтверджувальні запитання (Чи переконалися ви, наскільки ця думка є слушною? Чи зміг я вас переконати, у чому перевага саме цієї пропозиції?). Потім без додаткового переходу можна ставити прикінцеве запитання. Уміле використання промовцем у своєму виступі різних запитань сприятиме ефективному сприйманню слухачами виступу⁸².

Отже, успіх промови залежить від психологічного налаштування оратора й аудиторії, налагодження психологічного контакту й взаємодії між ними. Врахування типу й розпізнавання настрою аудиторії й оперування знаннями предмета промови, а також знаннями щодо побудови промови, володіння методами переконання, проста й жвава мова оратора, використання засобів утримування уваги – чинники, від яких безпосередньо залежить успіх виступу й результат риторичної діяльності оратора. Важливо створити обопільно зацікавлену й довірливу атмосферу комунікації (інтелектуальне та емоційне співпереживання), налагодити суб'єкт – суб'єктні відносини, які передбачають двобічну активність, а також подолати два кола протидії (інтерес соціальний і особистісний; повсякденна свідомість).

⁸² Риторика: навч. посібн. (упор. Т.К. Ісаєнко, А.В. Лисенко). Полтава: ПолтНТУ, 2019. С. 151 – 154.

Питання для обговорення та дискусії

1. Які принципи взаємодії оратора і слухачів, на вашу думку, є основними?
2. Назвіть чинники, які забезпечують налагодження контакту оратора і слухачів.
3. Які типи аудиторії бувають і як повинен діяти оратор у кожній з них?
4. Назвіть прийоми утримування уваги аудиторії? Як ви думаєте, чи в кожній аудиторії вони працюють однаково і є дієвими?
5. Які запитання є поширеними під час академічної риторичної діяльності (лекції, наукової промови)? Які функції вони виконують?

Завдання для самостійної роботи

1. Розробіть плакат 10 порад для оратора-початківця «Як налагодити контакт з аудиторією».
2. Сформулюйте 5 запитань до лектора, який виголосив лекцію на тему «Взаємодія оратора і слухачів».

Цікавий медіаконтент

За покликанням, закодованим у QR-коді, перегляньте відео «Як побороти страх публічного виступу? Топ 8 порад від Руслана Ружицького» на каналі «Красномовець» і дізнайтеся, як його побороти, які техніки використовувати. Чи погоджуєтеся з автором цього переліку порад? Як би ви доповнили його?



РОЗДІЛ 3.

СУЧАСНЕ АКАДЕМІЧНЕ КРАСНОМОВСТВО. ВИДИ І ЖАНРИ

ЖАНРИ АКАДЕМІЧНОГО КРАСНОМОВСТВА: ЛЕКЦІЯ І ПРОМОВА

План

1. Види і жанри академічної риторики.
2. Лекція як основний жанр академічної риторики.
3. Промова. Основні види та ознаки жанру. Етапи підготовки та виголошення.
4. Критерії аналізу та оцінювання ораторського виступу.

1. Види і жанри академічної риторики

У науковій та освітній сферах застосовують академічну риторику. Основними її рисами є аргументованість (доказовість), логічність, точність, адаптованість, наявність термінології.

Жанри академічної риторики монологічного виду – лекція, наукова доповідь, наукове повідомлення, виступ на семінарі, колоквіумі, диспуті, тези доповіді, реферат та ін. До діалогічного належать дискусія, полеміка, диспут, запитання-відповіді, дебати, бесіда.

До академічного красномовства належать й інші види й жанри риторичної діяльності: науковий звіт з теми дослідження; рецензії на книги, статті, редагування збірок статей; дипломна робота студента, його публічний захист; наукова праця (магістерська, кандидатська, докторська), публічний захист на дисертаційній раді; наукові праці: стаття, тези доповіді, монографія; навчальна література для ЗВО: лекційні курси, підручники, практикуми, методичні

рекомендації; наукові дискусії – на конференціях, захистах дисертацій, у журналах і газетах; консультації, індивідуальне спілкування студентів і викладача; семінари, обговорення книг; спілкування студентів між собою⁸³.

Пригадуємо, що академічне красномовство поділяється на три види:

- 1) власне академічне (наукова доповідь, реферат, огляд, дискусія);
- 2) вузівське красномовство (лекція, цикл лекцій);
- 3) шкільне красномовство (шкільна лекція, розповідь, опис, бесіда тощо).

Академічні жанри з одного боку підпорядковані риторичним законам, а з іншого – педагогічним, тому тісно пов'язані із педагогічним красномовством і його жанрами (комунікативна діяльність вчителя; навчальні сценарії; інформативно-навчальний діалог; мова викладача; педагогічний пізнавальний діалог; етикетний діалог; відповіді студентів, їхні реферати, доповіді). Враховуючи параметри комунікативної ситуації (за Д. Хаймсом), у класифікації мовленнєвих жанрів А. Габідулліна опирається на такі критерії: адресат і адресант, тема (топік), обставини (тобто місце і час комунікації), канал спілкування, код, категорія «подія», ключ (оцінка ефективності мовленнєвої події), мета. З огляду на це виокремлює два основні типи комунікативних стратегій дидактичного дискурсу: навчальні (стратегії управління інтелектуальною діяльністю школярів) і дискурсивні (стратегії регуляції взаємовідносин учителя й учнів у процесі інтеракції, індексація різних параметрів комунікативної ситуації). До жанрів автор відносить **пояснення, евристичну бесіду, фронтальне опитування**⁸⁴. Інші дослідники доповнюють цю групу такими жанрами, як діалог, протест.

Діалог використовують як елемент академічних жанрів. Актуальними є три типи діалогу, визначені ще з античних часів, розподілені на три категорії:

⁸³ Риторика: Навчально-методичний посібник з курсів «Основи риторики» та «Професійна риторика» / Укл. Гузенко І. І. Львів, 2014. С. 173–174.

⁸⁴ Габідулліна А. Дидактичний дискурс та його мовленнєві жанри. *Мандрівець*. 2005. № 2. С. 63–67.

- а) діалектику (умова ведення діалогу, за якої сторони погоджуються спільно шукати істину і діяти в спільних інтересах),
- б) еристику (ведення діалогу, у якому всі сторони прагнуть тільки особистої користі),
- в) софістику (ведення діалогу, у якому сторони вдаються до діалектичних аргументів, але мають на увазі власну вигоду).

Діалог, який використовуємо в освітньому процесі, складається з:

- повідомлення знань і відомостей,
- повторення і відтворення знань і відомостей,
- оцінки засвоєння знань і відомостей.

Компонентами наукового діалогу виступають:

- повідомлення положень про предмет і його природу,
- критика повідомлення,
- пропозиція нового положення.

Діалог з аудиторією можливий за умови, коли аудиторія обізнана з науковим матеріалом: «будь-який виступ на семінарському чи практичному занятті, в дискусії чи диспуті повинен бути серйозно аргументованим: той, хто навчається, мусить опанувати рекомендовану наукову літературу і посилатися на ті чи інші авторитети (навіть якщо їхня позиція спростовується). Суперечка такого роду мусить ґрунтуватися на етичних засадах: будь-яке приниження чи осміювання суперника неприпустиме (особливо з боку іменитого викладача)»⁸⁵

Зважаючи на те, що розглядаємо академічну риторику в контексті підготовки студентів педагогічних спеціальностей, варто наголосити на жанрах шкільної риторики та учительського мовлення, яке може бути підготовлене (пояснювальний монолог, вступне слово, виступ на батьківських зборах, публічна ювілейна промова, наукова доповідь), частково підготовлене (бесіда з батьками, проблемна бесіда (за підготовленими запитаннями), виступ під час післяурочної дискусії, ювілейна публічна промова, узагальнюваль-

⁸⁵ Абрамович С. Д., Чикарькова М. Ю. Риторика. Київ: Центр навч. л-ри, 2004. С. 113.

не слово), невідповідне (інтерв'ю у спонсорів школи, виступ під час дискусії, оцінювання відповіді учня)⁸⁶.

Жанри педагогічного спілкування науковці поділяють на три групи:

1) *інформаційні*: відповіді на уроках (визначення, описова характеристика, розгорнута відповідь тощо), детальний і стислий переказ, бесіда, конспект, тези прочитаного тексту, реферат, доповідь, заява, протокол, розписка, доручення, лист, автобіографія, характеристика та ін.;

2) *впливові*: похвальне слово, знайомство в неофіційній обстановці, порада, ввічливе заперечення, втішання, особистий лист, дискусія, дружня бесіда, застільне слово, етикетні;

3) *інформаційно-впливові*: афіша, відгук, рецензія, замітка, репортаж, газетні замальовки з фотографіями чи малюнками, інтерв'ю, записи в щоденнику, екскурсія, промова⁸⁷.

Важливим критерієм класифікації жанрів педагогічного мовлення є цільова установка: пояснювальний монолог; навчально-педагогічний діалог (і його різновиди); оцінкові висловлювання; узагальнення на етапі підбиття підсумків уроку; привітання; інструктаж, коментар та ін.

Н. Голуб запропонувала узагальнену таблицю «Жанри педагогічного мовлення», у якій подано основні класифікаційні ознаки та групи жанрів, а також наведено приклади⁸⁸.

⁸⁶ Голуб Н. Б. Стилї і жанри педагогічного красномовства. *Педагогічна риторика: історія, теорія, практика: монографія* / [О. А. Кучерук, Н. Б. Голуб, О. М. Горошкіна, С. О. Караман та ін.]; за ред. О. А. Кучерук. Київ: КНТ, 2016. С. 69 – 87. С. 75.

⁸⁷ Педагогічна риторика: історія, теорія, практика: монографія / [О. А. Кучерук, Н. Б. Голуб, О. М. Горошкіна, С. О. Караман та ін.]; за ред. О. А. Кучерук. – Київ: КНТ, 2016. С. 74.

⁸⁸ Педагогічна риторика: історія, теорія, практика: монографія / [О. А. Кучерук, Н. Б. Голуб, О. М. Горошкіна, С. О. Караман та ін.]; за ред. О. А. Кучерук. – Київ: КНТ, 2016. С. 80.

«Жанри педагогічного мовлення»

№	Ознака	Групи жанрів	Приклади
1	Форма	1) усні	Пояснення, виступ, бесіда
		2) писемні	Лист, щоденник, нарис
2	Характер комунікації	1) офіційні	Автобіографія
		2) неофіційні	Втішання, гра
		3) умовно офіційні	Пояснення матеріалу
3	Комунікативна стратегія	1) навчальні	Урок, пояснення
		2) дискурсивні	Педрада, комплімент
4	Структура	1) прості	Подяка, прохання
		2) складні	Виступ, інтерв'ю
		3) комплексні	Конспект уроку
5	Походження	1) первинні	Порада, зауваження
		2) вторинні	Промова, доповідь
6	Комунікативна мета	1) інформаційні	Інструктаж, заява
		2) переконувальні	Виступ, дискусія
		3) етикетні	Втішання, вітальна промова
		4) розважальні	Конкурс, змагання
7	Комунікативне минуле	1) реактивні	Відповідь, згода
		2) ініціативні	Прохання, лист
8	Зміст	1) специфічні	Записи в щоденнику
		2) універсальні	Лист, подяка
9	Концепція адресата	1) адресовані учням	Пояснення оцінювання
		2) адресовані батькам	Запис у щоденнику
		3) адресовані колегам	Виступ на педраді
		4) подіадресні	Оголошення, дискусія
		5) Я-адресні	Записи особистого змісту

10	Концепція мовця	1) мовець-учитель	Характеристика, коментар
		2) мовець-учень	Відповіді на уроці
		3) змішаного типу	Навчальний діалог
11	Будова	1) монологічні	Стаття, ювілейна промова
		2) діалогічні	Бесіда з учнем, батьками
		3) полілогічні	Дебати, дискусія
12	Тональність	1) раціональні	Узагальнювальне слово
		2) емоційні	Привітання, похвала
13	Параметр мовного втілення	1) клішовані	Автобіографія, заява
		2) індивідуалізовані	Похвала, пропозиція
14	Характер підготовки	1) спонтанні	Оцінювання відповіді
		2) частково підготовлені	Виступ під час дискусії
		3) підготовлені	Наукова доповідь

2. Лекція як основний жанр академічної риторики

Традиційно під поняттям «**лекція**» (з лат. *lectio* – «читання») прийнято розуміти «усний послідовний виклад матеріалу на певну тему чи з певної проблеми»⁸⁹, одну з форм навчальних занять у закладах вищої освіти чи інших навчальних закладах. **Лекція** – це основний жанр академічної риторики, центральний розмовний жанр у вищій освіті Європи та багатьох країнах світу⁹⁰.

Лекція поряд з циклом лекцій належить, як вважають Н. Сивачук, Г. Сагач, С. Абрамович та М. Чикарьова, до «вузівського

⁸⁹ Макович Х. Я., Вербицька Л. О., Капітан Н. О. Словник термінів і понять з риторики. Львів, 2016. С. 69.

⁹⁰ Malavska Valerija. Genre of an Academic Lecture. *International Journal on Language Literature and Culture in Education*, 2016. 3(2). С. 57. DOI: 10.1515/llce-2016-0010

красномовства». У контексті сучасної риторики, на мою думку, не можна однозначно класифікувати жанри вузівського та шкільного красномовства, адже жанр лекції набуває значної популярності й за межами закладів освіти, так само, як і видозмінюється структура та способи викладу лекційного матеріалу.

Незважаючи на те, що у сучасних закладах освіти й досі широко практикується лекція як один із основних типів занять, впродовж останнього десятиліття фіксуємо тенденції видозміни цього жанру. Значною мірою це пов'язано зі стрімким розвитком інформаційного суспільства, активним використанням медіа, доступністю інформації завдяки мережі Інтернет. Іншим чинником трансформацій є зміна моделі комунікації викладач-студент, переорієнтація з монологічного викладу матеріалу на діалог, полілог та дискусію, постійний зворотній зв'язок. З огляду на це, варто розрізняти класичну лекцію та сучасну. Порівняємо їх ознаки.

Класична лекція завжди асоціювалася із монологічним видом виступу. Це, як правило, було найбільш повне і основне джерело інформації для студентів. Мета такої лекції – надати аудиторії цілісну, систематизовану, якомога ширшу інформацію з певної теми, курсу. Зважаючи на те, що лекцію було прийнято конспектувати, викладач не завжди мав змогу приділити час діалогічному спілкуванню чи інтерактивній взаємодії. Сучасна лекція в цьому плані зовсім інша. Сьогодні важлива не так цілісна і систематична подача матеріалу, як зацікавлення здобувачів освіти темою, проблемою, яку слід вивчити. Вміння викликати інтерес у слухачів, бажання дізнатися більше у результаті самостійного опрацювання інформації, осмислення її – ключовий компонент мети сучасної лекції, без реалізації якого процес інформування залишається малоефективним. Мотивовані й цілеспрямовані студенти постійно працюють над собою і навіть після закінчення навчання займаються самоосвітою, самовдосконаленням.

Зараз немає потреби конспектувати лекцію, адже всі матеріали є в електронному вигляді й доступні слухачам. Цей момент є важливим, адже під час лекції викладач активно взаємодіє зі студентами, діалогічна форма комунікації стає пріоритетною. Н. Сивачук

констатує: «сучасна вузівська лекція – це активна співтворчість лектора і аудиторії “двох суб’єктів, з яких кожен є носієм активності і передбачає її (активність) у своїй партнерії”»⁹¹.

Удосконалюється система візуалізації лекційного матеріалу. Якщо раніше використовували просту наочність (плакати чи малюнки, графіки й схеми, відтворені на дошці), то зараз за допомогою цифрових технологій можна не тільки візуалізувати, а й змодельовати будь-який процес, явище тощо. Це не лише статичні картини, а кількавимірні медіаформати з аудіо- та відеокomпонентами, доповненою реальністю. Засоби наочності традиційно використовуються як увиразнення розуміння і запам’ятовування матеріалу, а також для керування увагою аудиторії, але сучасні медіапрезентації виконують й інші функції – спонукають до активного критичного й творчого мислення, інтерактивної взаємодії, подальшого пошуку інформації та саморозвитку. Дистанційне навчання й онлайн-формат відкривають ще більше можливостей для презентацій, а лекція як жанр потрапляє у поле дії трансмедійної культури.

Класична лекція – це лекція, виголошена в аудиторії в реальному часі, тоді як сучасну лекцію можна прочитати й в онлайн-форматі чи запропонувати студентам переглянути у записі, у тому числі й з вкладеними завданнями, вправами чи іншими елементами інтерактивної взаємодії.

Структура класичної і сучасної лекції має однакові складові, звичайно, їхня реалізація на практиці носить індивідуально-суб’єктивний характер і значною мірою залежить від компетентності, професійності й риторичної майстерності викладача.

І. Вступ. Етап, на якому традиційно лектор чи лекторка озвучують тему, дають характеристику проблемі чи проблемам, розкривають ступінь їх дослідження, пропонують список джерел. Реалізуючи мету сучасної лекції, прогресивні викладачі на цьому етапі активно використовують методики технології розвитку критично-

⁹¹ Сивачук Н. П., Снігур І. М., Санівський О. М. Академічна риторика. Навчально-методичний посібник для студентів-магістрантів. Умань, 2013. 374 с.

го мислення. Їх ключовим завданням також є реалізація функціональних можливостей цього структурного елемента лекції, а саме: «встановлення лекційної структури та введення теми в контекст»⁹².

II. Основна частина. На цьому етапі традиційно подається характеристика проблеми з різних точок зору, транслиуються міркування різних дослідників, підкреслюється наявність теорії, а лектор чи лекторка висловлюють власну позицію щодо порушеного питання. Як вважають С. Томпсон (S. Thompson)⁹³ та Дж. Лі (J. Lee)⁹⁴, успішною лекцією буде та, на якій представлено відповідний зміст мотивованій аудиторії, виголошено ціннісно навантажені дискурси, в яких лектори не лише подають інформацію аудиторії, а й висловлюють своє ставлення та оцінку матеріалів. Обов'язковим елементом цієї частини лекції є прослідковування зв'язків теорії з практикою. Наприклад, розглядаючи тему «Казкотерапія» зі студентами педагогічних спеціальностей, викладач пропонує переглянути фрагменти відео, ознайомитися із конспектом такого заняття і спільно з'ясувати, яким чином відбувається реалізація цього методу роботи з дітьми у практичній діяльності вчителя чи логопеда.

III. Заключна частина. На цьому етапі лекції традиційно викладачі підводять підсумки, дають відповіді на питання студентів, які вникли у процесі заняття, рекомендують джерела для самостійного опрацювання додаткового матеріалу з теми. Сучасні лекції, як правило, закінчуються рефлексією-міркуванням і самоспостереженням, які забезпечують систематизацію знань і усвідомлення їхнього значення студентами. Це, зазвичай, онтологічний тип рефлексії в навчанні, який пов'язаний зі змістом предметних знань,

⁹² Zivkovic Branka & Vukovic-Stamatovic Milica. Is investigating discipline-specific academic lecture introductions a goal worth pursuing? A corpus-based study of the rhetorical organization of mathematics lecture introductions. *Revista signos: Estudios de Lengua y Literatura*. 2021. Vol. 54. N. 105. P. 120-140. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-09342021000100120>.

⁹³ Thompson S. Frameworks and contexts: A genre-based approach to analysing lecture introductions. *English for Specific Purposes*. 1994. N 13(2). P. 171–186.

⁹⁴ Lee J. J. Size matters: An exploratory comparison of small and large-class university lecture introductions. *English for Specific Purposes*. 2009. N 28(1). P. 42–57.

але іноді лектори практикують й психологічний, спрямований на самопізнання та аналіз власної діяльності. Рефлексія як інструментальний засіб організації заключного етапу лекції спрямована як на фіксування результатів здобутих знань і досвіду, так і на підвищення ефективності подальшої діяльності студентів. Ці аспекти сформульовані в узагальненому визначенні поняття «рефлексія», запропонованому О. Кулик: «в педагогіці рефлексія – це родове поняття для тієї інтелектуальної та емоційної діяльності, в якій індивід осмислює свій досвід з метою прийти до нового розуміння та ціннісних відносин»⁹⁵.

Змістове наповнення лекції обумовлює методи й способи подачі матеріалу, а ті, в свою чергу, підсилюють або знижують її функціональний потенціал. Важливу роль у сучасній лекції відіграє візуалізація, яка супроводжує лекцію. В умовах онлайн-формату мультимедійні презентації, відеоконтент є невід'ємним компонентом лекції. Доступ до інтернет-ресурсів дає можливість презентувати не тільки попередньо підготовлені матеріали, а й візуалізувати наочними прикладами ті процеси чи явища, про яких ведеться мова і ході обговорення.

Незмінними ознаками лекції як жанру академічної риторики є чіткість і послідовність викладу; доступність та зрозумілість мовлення, пояснення використаних нових термінів та понять. Лекція – це педагогічний жанр. Кожен лектор усвідомлює специфіку навчання і власні функції у процесі виголошення лекцій. Структурою і змістовим наповненням лекції, як правило, передбачено, що свій виступ лектор чи лекторка будують на текстах інших авторів, вибудовуючи власний оригінальний дискурс. При цьому їхнім завданнями є: описати об'єкти, поняття, концепції чи події в їхній статистиці та динаміці; формувати цілісні уявлення про явища, розповідати про них з відтворенням послідовності події та їх поетапності; розмірковувати над проблемою з аналізом її причин та накресленням можливих шляхів вирішення; пояснювати, обговорювати, аргументувати, дискутувати, порівнювати, робити висновки; організо-

⁹⁵ Кулик О. Д. Поняття рефлексії, її сутність та роль у методиці навчання української мови. *Українська мова і література в школі*. №3. 2014. С. 4.

увати та керувати комунікативними процесами взаємодії в аудиторії. Звичайно, реалізація цих завдань значною мірою залежать від змісту, мети й типу лекції, майстерності й обізнаності лектора, його ораторських здібностей, мовлення.

У таблиці подаємо результати порівняльного аналізу класичної і сучасної лекції як жанру академічної риторики.

Класична і сучасна моделі лекції як жанру академічної риторики

Таблиця

Ознаки	Класична лекція	Сучасна лекція
Зміст	Найбільш повне і основне джерело інформації для студентів	Одне із джерел інформації.
Мета	Надати аудиторії цілісну, систематизовану, якомога ширшу інформацію з певної теми, курсу	Важлива не так цілісна і систематична подача матеріалу, як зацікавлення здобувачів освіти темою, проблемою, яку слід вивчити
Побудова, складові елементи	Вступ. Основна частина. Заключна частина.	Вступ. Основна частина. Рефлексія.
Виклад	Усний, послідовний, в реальному часі.	Усний, послідовний, в реальному часі або у записі.
Спосіб викладу матеріалу і взаємодії з аудиторією	Переважно монологічний	Діалогічний, інтерактивний, який передбачає активний зв'язок з аудиторією.
Сприйняття	Слухання і конспектування.	Слухання, розглядання і активне обговорення; нотатки
Мова	Доступність та зрозумілість мовлення, пояснення використаних нових термінів та понять	

Засоби керування увагою аудиторії	Проста наочність (плакати чи малюнки, графіки й схеми, відтворені на дошці)	Кількавимірні медіа формати з аудіо- та відеокomпонентами, доповненою реальністю; візуалізація і моделювання процесів та явищ за допомогою цифрових технологій
Формат	Виголошення лекції в аудиторії перед студентами в реальному часі	Виголошення лекції не тільки в аудиторії, а й в онлайн-форматі як в реальному часі (синхронна взаємодія), так і в записі (асинхронна взаємодія)
Характер зворотного зв'язку	Активна роль доповідача і здебільшого пасивна роль слухачів, відкладений зворотний зв'язок	Активний, здебільшого негайний зворотний зв'язок

Сьогодні традиційну класифікацію лекцій доповнюють нові види:

- вступні й підсумкові (залежно від місця лекції у циклі навчального курсу – на початку чи в кінці);
- оглядові (покликані дати загальне уявлення про кілька обширних тем);
- настановчі, ординарні або тематичні (в яких послідовно викладається навчальний матеріал);
- проблемні (побудовані на основі проблемних ситуацій та їх обговорення, пошуків шляхів вирішення, дискусій та суперечок);
- монологічні й діалогічні (лекції-бесіди);
- науково-теоретичні, науково-популярні (лекція-огляд, лекція-екскурсія, кіно- чи телелекція) та науково-методичні лекції;
- очні лекції та онлайн-лекції.

Виклад у наукових доповідях і лекціях повинен містити теоретичні положення з теми якоїсь актуальної проблеми чи питання, докази і факти, ілюстративний матеріал, бути об'єктивним,

аргументованим. Працюють принципи доказовості, логічності міркувань, закономірності результатів. Стан промовця має бути стриманим, а не емоційним. Такі лекції, як правило, монологічні. Науково-популярні лекції позначені емоційно-експресивним характером, оскільки так вони краще сприймаються слухачами, адже задіяні всі психічні можливості сприйняття у реципієнтів.

На основі функціонального критерію виокремлюють такі підвиди науково-популярної лекції:

- лекцію-інформацію, в основі якої повідомлення про невідомі слухачам факти;
- лекцію-інструктаж, для якої характерна методична спрямованість, адже покликана підготувати слухачів до виконання певної роботи;
- лекцію-показ, яка містить демонстрацію процесу чи діяльності, яку потрібно виконувати слухачам;
- лекцію-бесіду, побудовану на діалозі та співтворчості мовця й аудиторії в обговоренні поставлених проблем;
- лекцію-репортаж, яка є розповіддю про побачене під час мандрівки, екскурсії чи враження від спілкування з цікавими людьми;
- лекцію-підсумок;
- лекцію-спогад, присвячену подіям історії, учасником чи свідком якої був оратор (це один вид лекції, для якого властива інтимізація процесу, заглиблення у духовно-інтелектуальний світ мовця, пізнання його цінностей та світогляду).

Незалежно від формату навчання (офлайн чи онлайн) зусилля лекторів спрямовані на активне сприйняття матеріалу студентами. Є певні прийоми, які залишаються ефективними в класичній та сучасній моделях лекції. Наприклад, проблемний виклад теми. Його суть полягає в тому, що викладач пропонує різні точки зору, навіть кардинально протилежні, на проблему чи тему, яка розглядається, але при цьому не дає готових оцінок жодної з позицій. Це спонукає слухачів до вибору певної точки зору й аргументованого пояснення власних поглядів, тобто до розумової активності, пошуку й самовизначення.

Сучасна лекція не передбачає розлогого конспектування, хоч деякі викладачі практикують складання плану чи тез прослуханої лекції, записування нових понять і термінів. Популярності набувають хронологічні таблиці, схеми, графіки, інтелект-карти, які можна створювати за допомогою цифрових інструментів індивідуально чи працюючи у групі, самостійно чи з викладачем. Сучасна лекція – приклад «інтердискурсивності» (термін М. Фуко) і вимагає від студентів більш складного процесу обробки інформації. Вони повинні одночасно слухати доповідача, стежити за промовою і робити нотатки, читати з екрана, сприймати інформацію з аудіо- чи відео, а також активно взаємодіяти з викладачем та між собою.

Зворотній зв'язок з аудиторією традиційно забезпечують інтерактивні методики. Більшість з них можна практикувати і в онлайн-форматі. Наприклад, мозковий штурм, Ромашка Блума, Шість капелюхів, світ-аналіз, гронування, дерево рішень та ін. Незмінно ефективним засобом утримування уваги аудиторії під час лекції є короткі асоціативні відступи, приклади життя, гумор, фрагменти невимушеної бесіди.

Різноманітні форми діалогу зі слухачами – ще один чинник зацікавлення та активності аудиторії. Сучасні лектори практикують лекції-колоквіуми, дискусії, диспути, оксфордські дебати, активно використовують прийоми колективного обговорення чи усної рецензії, відгуку. Такі піджанри академічної риторики легко реалізувати, коли студенти чи слухачі добре знають матеріал, здатні аргументувати власні погляди на проблему, опираючись на міркування знаних науковців та фахівців. Не менш важливою є культура наукової комунікації, вміння вести діалог, дотримуючись етичних норм.

Зауважимо, що деякі з цих підвидів академічного жанру мають писемні аналоги: усна-рецензія – письмова рецензія, наукова доповідь – тези чи стаття, дискусія – полемічна стаття тощо. Однак тільки усне виголошення лекції, промови чи безпосередня участь у дискусії дають можливість презентувати свою позицію, використовуючи не тільки вербальні, а й невербальні засоби комунікації.

Лекція, як жанр академічної риторики, як правило, є елементом циклу лекцій з певної теми чи загалом навчальної дисципліни.

Їх поєднання в єдину систему забезпечують загальнодидактичні принципи логічного викладу матеріалу, поступовості й дозованості навчання (вступні, оглядові, тематичні, узагальнюючі тощо).

Онлайн-формат сучасної лекції значно підсилив тенденцію перетворення будь-якої вузівської лекції у публічну науково-популярну лекцію. Сьогодні ми можемо стати слухачами лекцій провідних фахівців з будь-яких галузей не тільки своєї країни, а й цілого світу. І так само будь-хто з викладачів може публічно поширити лінк на приєднання до своєї онлайн-лекції під час її проведення чи транслювати її онлайн або завантажити у записі на спеціальні сайти чи у соцмережі. Таким чином лекції виходять за межі академічних установ чи об'єднань, а наука стає доступною і популярною серед ширших мас населення. Як стверджують С. Абрамович і М. Чикарьова, початки цього процесу сягають XIX століття, коли відвідування занять в університеті було вільним і лекції провідних фахівців, талановитих ораторів слухало широке коло зацікавлених осіб не тільки з числа студентів. З другої половини XIX століття «вчені вже спеціально читають лекції для широкої аудиторії, виникають науково-популярні лекції»⁹⁶.

Сучасна лекція – це інтерактивна, контекстуальна, ситуативна та певною мірою імпровізаційна динамічна діяльність учасників освітнього процесу. Цей жанр трансформувався з односторонньої лекційної промови, яка передає знання, в інтерактивний та конструктивний діалог, інтертекстуальну та міждисциплінарну комунікацію. Тут поєдналися різні жанри розмовного і писемного регістрів, прийоми традиційних лекцій та семінарів із можливостями презентацій засобами ІТ-технологій.

⁹⁶ Абрамович С. Д., Чикарьова М. Ю. Риторика. Київ: Центр навч. л-ри, 2004. 472 с. С. 112.

3. Промова. Основні види та ознаки жанру. Етапи підготовки та виголошення

Промова – це усний публічний виступ, у якому оратор висвітлює певну інформацію з метою впливу на розум, почуття й волю слухачів. Промова потребує підготовки, яка залежить від досвіду оратора, обставин, за яких відбуватиметься виступ, а також типу.

За сферою соціальної діяльності, тобто за місцем виголошення промови класифікують на судові, дорадчі, епідейктичні (похвальні). Залежно від мети промови бувають агітаційні, інформаційні, переконувальні, розважальні, надихаючі, спонукаючі, ритуальні. За способом виголошення розрізняють промови попередньо підготовлені та імпровізовані. Перші, як правило, виголошують з конспектом, другі – виголошені експромтом. За жанром у межах кожної сфери розрізняють різні типи промов.

Пригадуємо, що в **академічному красномовстві** виділяють промови:

- а) власне наукові (лекція, наукова доповідь, повідомлення, огляд, реферат і т. ін.);
- б) науково-методичні (навчальна лекція);
- в) науково-популярні (науково-популярна лекція, кінолекція, лекція-екскурсія та ін.).

В академічному красномовстві ті ж основні фази та етапи підготовки промови, що і в риториці загалом. Особливою ознакою наукових промов, виступів є власне наукова складова змісту промови, дослідницький характер, синтез результатів теоретичного та емпіричного етапів наукових студій. Специфіка побудови промови залежить від специфіки слухачької аудиторії, тривалості виступу тощо. Успіхові промови сприяють логічна стрункість тексту та емоційна насиченість.

I. Докомунікативна фаза, у якій є 8 етапів:

1. Вибір теми. На цьому етапі варто пам'ятати, що тема завжди конкретна і стосується одного питання, а в межах однієї теми можна розглядати кілька підтем, проблем. Академічна промова чи до-

повідь часто визначена навчальним планом чи програмою, а її тема – прописана у силабусі, індивідуальному плані наукової роботи чи визначена науковим керівником. Визначення теми залежить й від того, яку мету ставить оратор: слухачі мають зацікавитися темою чи опанувати її, пізнати нові явища чи зануритися в аналіз окреслених проблем і шукати шляхи їх розв’язання. Тему наукової доповіді на конференції можна продумати і запропонувати самому у межах визначених напрямів роботи конференції, тоді як тема лекції визначена заздалегідь. Вибором теми займається перший розділ класичної риторики – *інвенція*.

Інколи тему наукової промови підміняють об’єктом. У таких випадках, як правило, об’єктом уваги слухачів стають широкі поняття, такі, наприклад, як культура, політика. Тоді як темою можуть бути окремі галузі культури чи інші конкретні питання, які відбивають у своїй сукупності багатогранний і складний об’єкт. Тема завжди конкретна і стосується одного питання. А вже у межах теми вирізняють підтеми. Наприклад, лекцію про арттехніки в роботі логопеда можна побудувати на розвитку таких підтем, як казкотерапія, музикотерапія. А в межах підтеми можна виокремити мікротеми, які можна подати одним абзацом чи одним реченням, а можна й не розвивати. Все залежить від мети, яку ставить оратор.

***Тема промови** (з гр. *θέμα* – «те, що покладено в основу») – те, про що йдеться у промові; те, що знаходиться в центрі розповіді, є її стрижнем. Тему поділяють на підтеми, а далі – на мікротеми.*

Успіх мають ті оратори, які добре знають тему, яку висвітлюють, буквально «живуть» нею. Обираючи тему промови, оратор повинен врахувати інтереси й потреби аудиторії слухачів, рівень їхніх знань і власну обізнаність у тій галузі, до якої належить тема. Власні знання і уподобання оратора, накладені на інтереси аудиторії, є запорукою глибокого аналізу обраної теми, а відтак результативності виступу. Має значення новизна теми, її конфліктний характер, суголосність з основними, груповими та злободенними інтересами аудиторії. Тема промови має бути цікавою й оратору,

і слухачам. Вона має бути актуальною, доречною у даній ситуації, важливою для усіх учасників комунікації.

Тема промови має бути конкретною і відображати цілість синтезу усіх частин тексту. Формулювання теми має бути лаконічне, яскраве, образне, щоб заінтригувати слухачів і налаштувати їх на сприймання виступу, прояв співтворчості. Вважається, що тема промови має бути оформлена як фраза (ідеально – до 9 слів), а не як розлоге речення. Наприклад, тема лекції: «Розвиток мовлення дітей засобами казкотерапії», «Казкотерапія у роботі логопеда: ефективні методики».

Так, науково-популярна лекція, промова або доповідь мусять бути аналізом якихось важливих, нерозв'язаних, але гострих проблем життя, що залежать від власних знань і уподобань оратора, інтересів аудиторії, злободенності питання. Наукові лекції можуть вибудовуватися на важливих проблемах наукової галузі, в межах якої оратор розвиває тему.

Ключовими чинниками успіху теми, як зазначає П. Сопер, є:

- а) інтереси аудиторії; це, як правило, питання життя і смерті, здоров'я, суспільних подій, грошей та соціального стану; це також і морально-етичні й духовні інтереси (патріотизм, честь, почуття обов'язку, національна позиція тощо);
- б) групові інтереси аудиторії, які поєднують слухачів в одну групу (спортсмени, педагоги, фанати сучасної музики і т. д);
- в) злободенні інтереси аудиторії – війна, епідемія, політичні перипетії, оподаткування, загроза голоду чи холоду, тобто те, що хвилює багатьох у той час;
- г) конкретні інтереси аудиторії, які пов'язані з моральними проблемами (Чи доречно поступатися загальнолюдськими цінностями заради власної матеріальної вигоди?);
- д) новизна теми;
- е) конфліктні колізії як спосіб розкриття теми, з показом протилежних позицій («за» і «проти»), змалюванням сильних і слабких сторін прихильників певних позицій тощо.

2. Визначення основної мети промови: передати знання чи повідомити інформацію, зацікавити чи розважати аудиторію, на-

дихнути, переконати чи спонукати слухачів до дії. Мета визначає обсяг і зміст, аргументацію промови, виступу.

Промовець має чітко знати, з якою метою від виголошує промову, для чого виступає, що конкретно хоче сказати слухачам. Сказане не має бути загальновідомим чи банальним, а навпаки – оригінальне, особливе, індивідуальне.

***Мета промови** – цільове призначення виступу; те, якого результату прагне досягти оратор, зважаючи на аудиторію, або яку психологічну реакцію прагне викликати у слухачів. Розрізняють загальну і конкретну мету промови. Відповідно до мети промови ділять на розважальні, інформаційні, агітаційні, переконувальні, надихальні.*

Загальними цілями промови можуть бути такі: поінформувати, переконати (загітувати, надихнути), розважити. Саме тому мета – один із критеріїв класифікації промов. Загальна мета залежить від типу промови, наприклад мета більшості жанрів академічного красномовства – проінформувати слухачів; політичного, юридичного – переконати; соціально-побутового – розважити чи надихнути тощо.

Незважаючи на те, що в одній промові можуть поєднуватися кілька цілей, вона має одну загальну мету. Вона має бути чітко усвідомлена оратором.

Конкретна мета промови – це бажана конкретна реакція слухачів; те, чого оратор прагне домогтися від аудиторії. Вона має бути чітко сформульована, адже її досягненню підпорядковано весь виступ і від цього залежить, чи оратор зможе правильно і логічно структурувати свою доповідь, а слухачі досягнути викладене. Мету промови оратор формулює після визначення теми та врахування специфіки майбутньої аудиторії слухачів за відповідними ознаками. Мету варто формулювати вербально (озвучувати) та візуально (демонструвати), що дає слухачам змогу зрозуміти зміст донесеної інформації, усвідомити проблему, зосередити увагу на поставлених питаннях. Специфіку визначення мети промови розглядає перший розділ класичної риторики – інвенція.

3. Моделювання аудиторії з урахуванням кількох чинників: соціально-демографічного (вік, стать, освіченість слухачів, національність тощо), соціально-психологічного (потреби аудиторії, мотиви її поведінки тощо), індивідуально-особистісного. Пригадуємо суть концептуального закону риторики, відповідно до якого відбувається реалізація цього етапу підготовки до виступу з промовою.

4. Збирання матеріалу. Підготовку до виступу розпочинаємо із власних знань (думок, спостережень, уяви, інтуїтивних відчуттів, експериментальної чи творчої діяльності), а потім з аналізу чужого досвіду й матеріалів – наукової, довідкової, науково-популярної літератури та інших джерел інформації (ЗМІ, інтернет, досвід інших людей, опитування тощо). Як правило, зібраного матеріалу має бути більше, аніж буде використано в промові. Власні думки варто підкріплювати цитатами й аналізом результатів досліджень інших. Цитати допомагають влучно пояснити думку, надають їй конкретності, ясності, підкріплюють її суть. Посилання на джерело, автора цитати є обов'язковими. Дотримання правил академічної доброчесності і закону про авторське право – ключовий принцип використання чужих матеріалів у власній промові чи дослідженнях.

5. Складання плану промови.

План промови – перелік питань (проблем, суджень тощо), які будуть розглянуті в промові; логічний виклад, послідовна схема виступу за пунктами. Після вибору теми складають робочий план, який видозмінюється і конкретизується в процесі збирання матеріалу і роботи над ним. Робочий план – найповніший, розгорнутий варіант розташування матеріалу в певній послідовності, визначення підтем, фіксації фактів, прикладів тощо. Остаточний план – основний, за яким виголошують промову, може відігравати роль конспекту і забезпечує логічність, послідовність, систематичність викладу. У підготовці та виголошенні промови використовують простий, складний, цитатний, може бути також номінативний, питальний і тезовий план.

Простий план, якщо в ньому зазначені лише основні питання; у пунктах простого плану перелічують основні мікротеми тексту.

Складний план, якщо поруч з основним є додаткові запитання; пункти складного плану розбивають на підпункти.

Цитатний план складають цитати, взяті з різних джерел і подані в лапках; це основні питання-фрагменти майбутньої промови.

Питальний план складають на основі питальних речень, які розкривають проблематику тексту в логічній послідовності; кожному інформативному центру відповідає одне запитання, а кожне наступне пов'язане з попереднім.

У *номінативному (називному) плані* послуговуються називними реченнями, у яких головний член (підмет) виражений іменником або субстантивованою частиною мови (прикметником, дієприкметником) тільки у формі називного відмінка.

Тезовий план – сформульоване основне положення абзаца, його мікротема.

Приклад простого плану
наукової промови

**Тема: Предмет, завдання логопедії.
Етіологія мовленнєвих розладів**

1. Логопедія як наука.
Предмет, об'єкт, мета і
завдання логопедії.
Зв'язок логопедії з іншими
науками
2. Принципи та методи
логопедії. Актуальні
проблеми сучасної
логопедії.
3. Причини виникнення
розладів мовлення у
дітей. Загальна

Тема: Підготовка майбутніх логопедів до інноваційної діяльності в умовах інклюзивної дошкільної освіти

ВСТУП

1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ЛОГОПЕДІВ ДО ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ІНКЛЮЗИВНОЇ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ

1.1. Стан розробленості проблеми підготовки майбутніх логопедів до інноваційної діяльності в умовах інклюзивної дошкільної освіти у науковій теорії та освітній практиці

1.2. Зміст та характеристика ключових понять дослідження

1.3. Сутність та особливості інноваційної діяльності логопедів в умовах інклюзивної дошкільної освіти

2. ДІАГНОСТИКА ГОТОВНОСТІ МАЙБУТНІХ ЛОГОПЕДІВ ДО ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ІНКЛЮЗИВНОЇ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ

2.1. Аналіз стану підготовки майбутніх логопедів до інноваційної діяльності в умовах інклюзивної дошкільної освіти

2.2. Критерії, показники та рівні готовності майбутніх логопедів до інноваційної діяльності в умовах інклюзивної дошкільної освіти

2.3. Організація дослідження та методика проведення констатувального етапу експерименту

3. ДОСЛІДНО-ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА РОБОТА З ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ЛОГОПЕДІВ ДО ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ІНКЛЮЗИВНОЇ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ

3.1. Модель підготовки майбутніх логопедів до інноваційної діяльності в умовах інклюзивної дошкільної освіти

3.2. Обґрунтування та реалізація педагогічних умов підготовки майбутніх логопедів до інноваційної діяльності в умовах інклюзивної дошкільної освіти

3.3. Аналіз результатів дослідно-експериментальної роботи

ВИСНОВКИ

Приклад складного плану промови / наукового дослідження

Тема: Види красномовства

1. «Академічне красномовство – це ораторське вміння науковця та викладача, що доповідає про результати дослідження або популяризує досягнення науки».

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

Приклад цитатного плану

У наукових і науково-популярних промовах цінність плану полягає у тому, що він допомагає усвідомити прочитане і стисло відтворити в пам'яті зміст наукового джерела, зосереджуючи увагу на найсуттєвішій інформації; узагальнити інформацію з багатьох джерел і розкрити основну думку власного дослідження, довести істинність тверджень і висновків.

Формулювання пунктів плану має лаконічну і чітку структуру, перший і останній пункти логічно розпочинають і завершують виклад основних питань тексту. Членування тексту, добирання заголовків до його частин – результат реалізації вміння виокремлювати в тексті головні думки, встановлювати співвідношення між його частинами.

Обов'язковими структурними компонентами виступу є вступ, основна частина, висновки. Спрощено розуміємо їх так: вступ подається з метою зацікавлення слухачів, основна частина містить опис, оповідь та міркування, а висновки – це переконання.

***Композиція (структура) промови** – це схема організації і структурної впорядкованості цілого тексту, що відображає побудову, співвідношення та розташування його частин, членування на смислові елементи. Вступ припускає введення у тему і зміст тексту, репрезентування матеріалу, визначення проблеми, конкретизацію аспектів тощо. Головна частина базується на концепції, що зазначається ще у вступі, реалізується у розповіді, роздумі, описі. Тут автор подає тезу, аргументи, демонстрацію. Заклучна частина підводить підсумки, формулює висновки, підсумовує сказане, репрезентує нові завдання і проблеми, що потребують вирішення, містить заклики до аудиторії.*

У процесі роботи над композицією промови оратор повинен враховувати загальні принципи структурування виступу: цілеспрямованості, послідовності, взаємного узгодження, стислості, посилення (мовленнєвий вплив повинен зростати від початку до кінця виступу, що досягається розміщенням матеріалу за його значущістю, посиленням емоційності викладу, розташуванням аргументів, використанням інноваційних засобів тощо), результативності, пропорційності частин (вступ – 10–12 %, висновки – 4–5 %, все інше – основна частина).

Вступ має зачин, мета якого – привернути увагу аудиторії та зацікавити її, встановити з нею контакт, і **зав'язку**, мета якої – пояснити тезу, заінтригувати постановкою проблеми, актуальністю теми.

Основна частина – це виклад плану і аргументація тези.

Висновки можуть бути у формі нагадування, узагальнення, заклику, спонукання, зазначення перспектив, ілюстративної кінцівки чи рефлексії.

Типовими помилками композиції під час укладання промови ораторами-початківцями, як констатують Т. Ісаєнко та А. Лисенко, є:

- відсутність вступу;
- занадто великий вступ;
- непослідовно побудований або не підпорядкований основній ідеї виклад;
- велика кількість теоретичних положень;
- відсутність доказів головних тез;
- розгляд багатьох аспектів;
- шаблонність побудови тексту промови; непропорційність матеріалу виступу;
- відсутність висновків⁹⁷.

6. Укладання основи виступу. На цьому етапі оратор уточнює основні аспекти теми, формулює власну концепцію, основні положення, систематизує накопичені матеріали. Систематизація відбувається поетапно. Фіксують при цьому кілька фаз систематизації матеріалу:

- фаза орієнтації, коли оцінюється значущість фактів у залежності від мети і теми, а також визначається обсяг матеріалу і укладається робочий план;
- фаза вибору, коли виокремлюється головне-другорядне, важливе-неважливе, старе-нове й коригується відповідно план;
- фаза занурення, коли остаточно визначається обсяг матеріалу, аспекти теми, позиція автора, додається матеріал, якого не вистачає, а структура виступу набуває завершеного вигляду;
- фаза безпосереднього укладання тексту виступу.

Для оратора, що вже має певний досвід, зручніше записати майбутню промову у вигляді розширеного плану чи тез – це будуть так звані «опорні» фрази, на основі яких він може побудувати свою

⁹⁷ Риторика: навч. посібн. (упор. Т.К. Ісаєнко, А.В. Лисенко). Полтава: ПолтНТУ, 2019. С. 71.

промову. Оратори-початківці окрім плану, тез чи конспектів можуть укладати й партитуру виступу, використовуючи рядкові, надрядкові та підрядкові знаки, щоб правильно наголошувати, логічно й емоційно виокремлювати фрази, підвищувати тон голосу і т. д.

Найбільш поширені знаки партитури за місцем розташування в тексті поділяють на три групи: рядкові, надрядкові, підрядкові.

Рядкові знаки:

- 1). Фразові паузи: | коротка (на один рахунок); || на два рахунки (раз, два); ||| на три рахунки (раз, два, три).
- 2). Дужки ромбічні <>, якими варто позначати вставні речення або слова.
- 3). Дужки квадратні [] вживаються, якщо варто додати слово (слова), що допомогло б утримати непевний зміст речення, знайти потрібну інтонацію.
- 4). Лапки « » , у які беруть слова, що вимовляються з інтонацією іронії.

Надрядкові знаки:

- 1) Знак наголосу ' . Щоб з'ясувати правильний наголос у словах, потрібно звернутися до орфоепічних словників.
- 2) Підвищення тону ↑. Цей знак використовується для інтонування і означає незавершеність вислову, питання, непевність, використовується в окличних реченнях, під час звертання тощо.
- 3) Пониження тону ↓. Пониження тону використовується для позначення інтонації, що передбачає завершення вислову чи його певної частини.
- 4) Злам інтонації. Використовується під час підвищення та пониження інтонації чи навпаки.

Підрядкові знаки:

- 1). Логічний наголос _____. Це знак партитури, що виділяє семантичний центр фрази (слово або групу слів). Він може змінюватися залежно від мети, яку хоче досягти оратор. Зазвичай місце логічного наголосу підказує контекст.
- 2). Уповільнення темпу _ _ _ _ . Цей прийом використовується для того, щоб зафіксувати увагу на слові (словах), що для промовця є ключовими.

- 3). Прискорення темпу. Використовується для позначення вторинності, додаткового характеру інформації (вставні речення або слова тощо).
- 4). Легато. Використовується для позначення злиття слів у вимові, якщо вони вимовляються як одне ціле. Знак свідчить, що пауза тут не потрібна.

7. Тренування, яке потрібне для того, щоб виступ був упевненим, час розрахований правильно. Тренування дозволяє визначити час звучання промови, відкорегувати темп мовлення. Варто орієнтуватися приблизно на 100–120 слів на хвилину, оскільки саме такий темп найбільш сприятливий для аудиторії.

Під час тренування можна зробити аудіо- чи відеозапис або виступати перед дзеркалом. Так можна оцінити себе, удосконалити використання невербальних засобів спілкування, виправити помилки у мовленні чи поведінці.

Знаки партитури

- 1*. ' — знак акценту над наголошеними голосними для позначення наголосу;
2. Паузи:
 - а) I — коротка,
 - б) II — середня,
 - в) III — довга;
3. Лейми:
 - а) V — односкладова,
 - б) VV — двоскладова.
4. _____ — пряма лінія під словом для визначення наголосу при посиленні звука;
- 5*. ↗ — підвищення тону;
- 6*. ↘ — зниження тону;
- 7*. ↗↘ — інтонаційний перелом;
8. ----- — риски розтягнуті — уповільнити вимову;
9. → — стрілка означає: пришвидшити вимову;
10. ∪ — ліга (знак легато) — означає зв'язати слова, вимовляючи їх на одному диханні;
- 11*. ↗ — «зачин»: для позначення інтонаційної незавершеності;
12. ∩ — «фігура легато» при енjamбемані;
13. < > — тупокутні дужки; в них беруться слова, які треба відмітити особливим тоном;
14. [] — квадратні дужки, вписуються слова, що вимагають необхідного тону;
15. J L — фігурні дужки, що вказують на зміну адресата;
- 16*. « » — лапки; служать для позначення іронічного відтінку.

8. Психологічна підготовка до виступу потрібна, щоб зменшити хвилювання оратора, страх перед аудиторією, натомість сприяти концентрації уваги. Досвід публічного спілкування свідчить, що побороти хвилювання можна тоді, коли ставити голосно і чітко питання в аудиторії; просити слова в будь-якому можливому випадку, брати активну участь у дискусіях, висловлювати своє бачення; обговорювати з рідними та друзями тему виступу; вдаватися до самонавіювання (аутотренінг). Недосвідченим ораторам у пригоді стануть поради:

- не боятися слухачів;
- увагу концентрувати не на власних страхах і переживаннях, а на змісті промови;
- залишати не озвученими резервні знання;
- готуватися заздалегідь, а не в останній день;
- не потрібно їсти за годину-півтори до початку виступу;
- не демонструвати свого хвилювання.

II. Комунікативна фаза - це безпосередньо виступ і відповіді на питання. Досвідчені оратори дають наступні поради, які варто врахувати на цьому етапі. Для активізації уваги аудиторії потрібно зацікавити слухачів новизною теми і виступу, цікавими й зрозумілими фактами; не варто зловживати запитальними формами, інтонаційно виокремлювати ключові моменти у виступі, робити паузи і підкреслювати основну думку. Щоб завоювати прихильність і довіру аудиторії варто говорити чітко, переконливо, виважено, використовуючи описи, порівняння, зіставлення, протиставлення. Добре структурований і логічно викладений матеріал завжди запам'ятовується і сприймається краще. У мовленні й поведінці все повинно бути злагодженим: слова, постава, жести. Легше запам'ятовується добре структурований матеріал, ніби «розкладений на полицки», а різні підходи до проблеми стимулюють слухачів до співтворчості.

Публічна промова може набувати різних форм: виступ, репліка, публічна лекція, виступ-бесіда, лекція-діалог, бесіда, зустріч за круглим столом тощо. Ефективність тієї чи іншої форми залежить від змісту виступу, його обсягу, характеру аудиторії, але за рядом параметрів більш ефективними вважаються: – бесіда в малій ауди-

торії (засвоєння матеріалу – 89%, зацікавленість – 93%); – лекція-діалог (засвоєння матеріалу – 83%, активність слухачів – 97%). На успіх промови впливає й численність аудиторії: мала аудиторія (20 – 25 осіб) дозволяє легко встановити контакт зі слухачами й забезпечує досить високу їх активність.

III. Посткомунікативна фаза – самоаналіз виступу і, можливо, його корекція залежно від реакції слухачів.

Критерії аналізу та оцінювання ораторського виступу

Основними критеріями аналізу та оцінювання ораторського виступу є:

- орієнтація оратора в потоці інформації;
- культура мовлення, чистота мови, дотримання норм української літературної вимови;
- грамотність, логічність і послідовність викладу;
- багатий лексичний запас, образність мови;
- виразність, дикція та інтонація;
- узгодження вербальних і невербальних засобів спілкування;
- комунікативність;
- вміння взаємодіяти із аудиторією, привертати її увагу.

Аналіз публічного виступу можна проводити, дотримуючись певного алгоритму – відповідей на питання, опираючись на вищезазначені критерії та інші важливі аспекти.

Аналіз публічного виступу

Чи зрозумілою є головна думка виступу?

Чи розкрита тема?

Чи тема є актуальною?

Чи доповідач не ухилявся від теми?

Чи витримана структура промови? (Чи вдалий початок? Чи в головній частині ґрунтовно розкрита тема? Чітко окреслені висновки?).

Чи нормативною є мова виступу (беремо до уваги: норми літературної вимови, правильність мовлення, виразність, чіткість, тембр голосу, невербальні засоби спілкування...)?

Чи є цікавим виклад теми?

Чи впевнено почував себе доповідач?

Чи виступ є переконливим?

Чи вдалося доповідачеві утримати увагу аудиторії і упродовж якого часу виступу?

Чи вдалося доповідачеві встановити контакт з аудиторією?

Чи зумів доповідач обрати потрібну тональність, колорит спілкування?

Чи доповідач був щирим, доброзичливим?

Чи використано словник мовностилістичних засобів?

Чи були використані цитати, поетичні рядки? (які посилюють емоційне сприйняття матеріалу)?

Чи речення, як одиниця мовлення, укладені лаконічно; завершені; зосереджують увагу слухача на актуальності теми?

Зауваження (недогляди, змістовні помилки).

М. Микитюк дає поради тим, які виступають з промовою. Наведемо їх дослівно⁹⁸.

Поради для промовців

1. Налаштуйтеся на аудиторію.
2. З'ясуйте, чи відповідає зміст вашої промови інтересам аудиторії, намагайтеся налагодити взаєморозуміння.
3. Тримайтеся під час виступу впевнено, демонструйте тверду переконаність у своїх словах.
4. Ваш погляд має бути спрямований на слухачів. Не уникайте поглядів, спрямованих на вас. Не дивіться в одну точку. Перш, ніж почати виступ, обведіть поглядом аудиторію, ніби ви хочете упевнитися, що вона готова до сприйняття ваших слів.
5. Починайте говорити тільки після того, як настане тиша.
6. Починайте промову з короткого звернення до аудиторії, після якого повинна пройти секундна пауза.
7. З перших же слів уважно спостерігайте за реакцією аудиторії.
8. Слідкуйте за чіткістю мови, не говоріть занадто швидко чи монотонно.

⁹⁸ Микитюк М. В. Риторика: курс лекцій. Навчальний посібник. Харків. 2004. С. 137–138.

9. Якщо ви помітите, що частина аудиторії слухає вас менш уважно, подивіться у її бік, ніби ви звертаєтеся саме до неї.
10. Якщо ви помітили, що аудиторія втомилася, почніть говорити тихіше, а потім різко підвищити голос (але не наскільки, щоб це відчула аудиторія)
11. Якщо ви помітили, що щойно сказані слова знайшли підтримку аудиторії, постарайтеся негайно розвинути розпочату тему.
12. У момент, коли ви досягли позитивної реакції з боку аудиторії, перейдіть до головної теми виступу. Позитивні емоції, викликані вами у слухачів, допоможуть отримати схвалення ваших слів.
13. У момент душевного підйому, викликаного схваленням аудиторії, не втрачайте самоконтролю.
14. Провокаційні репліки не повинні виводити вас із рівноваги.
15. Не вступаєте під час виступу в дискусію, навіть якщо з місць чути провокаційні викрики. Скажіть, що після виступу ви із задоволенням дасте відповіді на будь-які питання. Цим ви граєте час, щоб налаштуватися на дискусію. Крім того у ході подальшого виступу ви можете торкнутися питань, які знімуть необхідність у дискусії.
16. В критичні моменти виступу говоріть впевнено, з акцентуванням кожного слова.
17. Старайтеся неприємні для аудиторії місця промови підкріплювати прикладами і підкреслюйте, що лише насуцна необхідність змушує вас звертатися до цієї теми; опісля згладьте гостроту деякими компліментами.
18. Не робіть узагальнюючих висновків, які не оправдані з раціональної точки зору, навіть якщо вам здається, що аудиторія їх чекає.
19. Ні в якому разі не показуйте, що промова дається вам важко, що ви втомилася і в деяких моментах почуваєтеся невпевнено.
20. Закінчивши виступ, не забудьте подякувати присутнім за увагу. Ніколи не допускайте, навіть якщо велика спокуса,

вшановувати себе після виступу чи задовольняти своє самолюбство «невмовкаючими» аплодисментами.

Є також поради щодо мови і мовлення.

Як говорити, щоб тебе розуміли.

1. Говоріть виразно:

- Головна думка повинна виділятися і запам'ятовуватись.
- Думка може виділятися повторенням, інтонаційним підкресленням, запитаннями до самого себе, її можна анонсувати на початку промови.
- Все, що відноситься до головної думки, повинно бути або зв'язане з нею, або відкинуте.
- Можливий відступ від головної думки для відпочинку, знання напруги.

2. Говоріть красиво:

- Виразальні засоби мови роблять її дохідливою, образною.
- Дохідливість може досягатись порівняннями, прикладами, використанням слів з більш конкретним значенням, які конкретизуються епітети.
- Образність мови підсилюють тропи і фігури.

3. Говоріть доречно:

- Орієнтуйтеся на аудиторію і дотримуйтеся законів жанру.
- Не забувайте про зворотній зв'язок з аудиторією, слідкуйте за тим, як сприймають вашу промову.

4. Слідкуйте за правильністю мови.

Отже, лекція і наукова, науково-популярна промова – основні жанри академічного красномовства. Підготовка лекції чи промови має свою специфіку та обов'язкові етапи докомунікативної, комунікативної та посткомунікативної фаз. Промовець вибирає тему, складає план, продумує композицію промови, на основі власної конценції, опрацьованого матеріалу, врахування запитів аудиторії. Вступ, основна частина і висновки виконують певну функцію у промові, результатом якої є переконання аудиторії. Важливим вмінням оратора є не лише підготовка й виголошення промови, а й її оцінка та аналіз на основі загальноприйнятих критеріїв.

Питання для обговорення та дискусії

1. Які жанри академічної риторики належать до монологічного, а які до діалогічного виду?
2. З яких компонентів складається структура класичної лекції?
3. Які відмінності між моделями класичної та сучасної лекції?
4. Назвіть фази та етапи підготовки й виголошення промови. Чи наукова промова має свою специфіку?
5. Які критерії ви вважаєте ключовими в аналізі та оцінці лекції та науково-популярної промови?

Завдання для самостійної роботи

1. Створіть план-схему «Підготовка і виголошення науково-популярної промови».
2. Використовуючи метод діаграми Венна, укладіть схему відмінностей між класичною та сучасною лекцією як основним жанром академічної риторики.
3. Підготуйте коротку промову на тему вашої професійної діяльності і зробіть її відеозапис.

Цікавий медіаконтент

1. Ознайомтеся із порадами консультанта із публічних виступів Руслана Ружицького й дізнайтеся, як писати промову, за покликанням, закодованим у QR-коді⁹⁹.
2. Руслан Ружицький пропонує також приклади 12-ти способів, як почати промову ефективно¹⁰⁰. Йдеться про різні варіанти початку виступу: розповідь про історичну подію, цитати, твердження або заяви, запитання до аудиторії та риторичні запитання. Автор також аналізує помилки, які допускають оратори на початку виступів.



⁹⁹ Ружицький Р. Як писати промову. *Школа красномовець*. URL: <https://krasnomovec.club/yak-napisati-promovu/>

¹⁰⁰ Ружицький Р. 12 способів як почати промову ефективно, приклади. *Школа красномовець*. URL: <https://krasnomovec.club/sposobi-yak-pochati-promovu/>

ЖАНРИ АКАДЕМІЧНОГО КРАСНОМОВСТВА: НАУКОВА ДОПОВІДЬ І АКАДЕМІЧНА СУПЕРЕЧКА

План

1. Наукова доповідь (виступ). Особливості підготовки наукового тексту.
2. Захист наукової роботи: структура виступу і поведінка оратора.
3. Академічна суперечка та її різновиди: дискусія, полеміка, диспут, дебати.

1. Наукова доповідь (виступ) та етапи її підготовки

Наукова доповідь має місце в академічних установах, виголошується під час конференцій, семінарів, засідань круглих столів, захистів наукових досліджень (дисертацій, магістерських і курсових робіт) тощо. Етапи її підготовки аналогічні тим, які пропонують для підготовки публічного виступу. Virізняється вона лише тим, що в її основі – науковий текст (стаття, курсова чи дипломна робота, дисертація), який вимагає відповідної презентації.

Наукова доповідь – жанр академічної риторики; різновид публічного мовлення, який містить розгорнутий виклад результатів наукового дослідження; певного питання, аналіз, обґрунтування та узагальнення наукових результатів. Основними ознаками наукової доповіді є змістовність та яскравість.

Науковий текст – спосіб репрезентації наукової інформації, результат наукового дослідження. Це текст, який створений за правилами відповідного стилю – наукового. Особливості наукового тексту:

- відображає проблему, містить гіпотези, орієнтує на нове знання; усі положення доцільні та раціональні; спрямований на досягнення мети та завдань дослідження;
- складається із суджень, умовиводів, здійснених за правилами логіки як науки і формальної логіки;

- характеризується використанням понять та категорій;
- не вибудовується на образі, не апелює й не активізує світ почуттів реципієнта, натомість апелює до раціонального мислення;
- його призначення полягає не в тому, щоб читач повірив, а в доведенні, обґрунтуванні й аргументуванні істини.

Структура наукового тексту

1. Вступна частина. Тут окреслюють актуальність проблеми, формулюють мету і завдання, висувають гіпотези й описують методи дослідження.

2. Основна або дослідна частина тексту містить опис процесу та результати дослідження.

3. Висновкова частина тексту містить висновки й рекомендації, визначення перспектив для подальших студій.

Загальні вимоги до наукового тексту стосуються його змісту, структури, поняттєвого апарату, мовного рівня. Текст має бути чітко структурованим на розділи і параграфи, які мають бути водночас як самостійні дослідження – складові загальної проблеми, а разом складати цілість. Він ділиться на частини (об'єднані певним смислом), абзаци і речення. Кожен абзац зводиться до викладу однієї думки. Найбільш інформативними місцями у науковому тексті є початок та кінець абзацив. Інші речення виконують функцію деталізації, обґрунтування, конкретизування головної думки або є сполучними елементами.

Науковий текст містить поняття і терміни. Слід уникати понять, які мають неоднозначне тлумачення. Науковий текст позбавлений авторського «Я». Перевагу надають безособовим формам викладу.

Важливим елементом наукового тексту є висновки, які є результатом нового рівня систематизації та узагальнення поданого матеріалу. Поширеною помилкою є повторення, які не припустимі ані у висновках, ані в будь-якій іншій частині науково тексту. Запобігання повторів, багатослів'я, нагромадження зайвих слів сприяє дотримання вимоги щодо лаконічності, стислості, ясності й чіткості висловлювання. Науковий текст має відповідати формулі «Думкам просторо, а словам тісно».

*Наукові дослідження спрямовані на отримання наукового результату. **Науковий результат** – нове знання, здобуте під час наукової діяльності та зафіксоване у формі наукового звіту, наукової праці, наукової доповіді, наукового повідомлення про науково-дослідну роботу, монографічного дослідження, наукового відкриття, наукової статті тощо. Науковий результат фіксується на носіях інформації.*

2. Захист наукової роботи: структура виступу і поведінка оратора

Захист результатів наукового дослідження відбувається публічно під час засідань екзаменаційних комісій (захист дипломних чи курсових робіт), Спеціалізованих вчених рад (захист кандидатських та докторських дисертацій).

Виступ на захист наукової роботи пишеться на основі самої роботи. Пригадаємо вимоги до написання статті, курсової та дипломної робіт.

***Наукова стаття** – вид наукової публікації, у якій подано кінцеві або проміжні результати дослідження, висвітлено пріоритетні напрямки студій та розробок науковця, накреслено перспективи майбутніх етапів наукового пошуку. У статті обов'язковими елементами є аналіз, опис, осмислення та критична оцінка стану дослідження проблеми.*

Загальноприйнято, що обсяг наукової статті може сягати 6 – 22 сторінки формату А4, що відповідає 0, 35-1 др. арк. (10–40 тисяч знаків).

Необхідними елементами наукової статті є:

- актуальність обраної теми й постановка проблеми у загальному вигляді, її зв'язок з науковими чи практичними завданнями;
- аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано вирішення певної проблеми і на які спирається автор;
- виокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячено дослідження, результати якого подаються у статті;

- формулювання мети статті й постановка завдань;
- виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів;
- висновки з цього дослідження;
- накреслення перспектив подальших розвідок у цьому напрямку.

Оформлення статті також залежить від вимог, які передбачено у кожному часописі чи іншому друкованому органі. З огляду на це, перш, ніж подавати на розгляд редколегії наукову статтю, слід відформатувати її та підготувати згідно з положеннями, вказаними в інструкції для автора конкретного видання.

Курсова робота – самостійна наукова дослідницька робота, метою якої є вивчення конкретної проблеми, закріплення та поглиблення знань, здобутих за час навчання та формування навичок їх застосування до комплексного вирішення конкретного завдання з фаху.

Мета курсової роботи:

- поглибити знань студентів з актуальних проблем обраного фаху;
- розвивати дослідницькі уміння й навички, зокрема уміння самостійно опрацьовувати й критично оцінювати наукові джерела, сучасний досвід;
- стимулювати їх до самостійного наукового пошуку й активної наукової діяльності;
- формувати вміння аналізувати навчально-методичні матеріали та оцінювати ефективність їх практичної реалізації.

Курсова робота свідчить про рівень підготовки й сформованість фахових компетентностей здобувачів освіти, зокрема про здатність студента самостійно осмислити проблему, творчо, критично її дослідити, вміння збирати, аналізувати і систематизувати літературні джерела; здатність застосовувати отримані знання в практичній діяльності; формулювати висновки, пропозиції, рекомендації з предмету дослідження.

Матеріали курсової роботи можуть бути використані під час написання дипломної або магістерської роботи, однак є певні застереження щодо їх обсягу (не більше 25 %).

До написання курсової роботи висувають такі загальні вимоги:

- обсяг – 20–25 сторінок тексту для студента II курсу, 30–35 сторінок для студента III курсу;
- текст роботи повинен мати чітку структуру, супроводжений списком використаних джерел, серед яких 20–25 найменувань (не менше 50 %) – це праці переважно останніх 5–10 років;
- оформлення роботи має відповідати естетичним, мовним і технічним нормам;
- обов’язковими компонентами тексту роботи є визначення актуальності дослідницького завдання та розроблення навчально-методичних матеріалів;
- роботу зброшуровують і супроводжують короткою анотацією.

Студенти мають право обирати тему з переліку тем, визначених кафедрою, чи узгодити з науковим керівником іншу тему.

Структура курсової роботи

1. Титульна сторінка

2. ЗМІСТ

3. ВСТУП – обґрунтовується актуальність теми, її значення для теорії та практики певної науки, мета, завдання, об’єкт, предмет та методи дослідження.

4. Основна частина поділяється на теоретичний і практичний розділи.

Теоретичний розділ включає аналіз опрацьованої наукової літератури відповідно до завдань дослідження; певні авторські висновки з визначенням перспектив подальших дослідницьких пошуків.

Практичний розділ містить опис виконаного дослідницького завдання та розроблення навчально-методичних та досліджуваних матеріалів.

5. ВИСНОВКИ

6. ДОДАТКИ (за потреби).

7. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ. Варто зауважити, що в бібліографії мають бути представлені тільки ті джерела, на яких є хоча б одне покликання в тексті курсової роботи.

Під час захисту курсової роботи студент стисло доповідає про результати дослідження, може використовувати при цьому мультимедійну презентацію, відповідає на запитання. Остаточну оцінку за курсову роботу виставляють на підставі захисту та попередньої оцінки керівника, запропонованої в рецензії.

***Дипломна робота** – самостійне оригінальне наукове дослідження студента з актуальних проблем фаху. Така кваліфікаційна робота призначена для об'єктивного контролю рівня сформованості професійної компетентності здобувачів освіти, знань й умінь розв'язувати типові завдання діяльності в обраній галузі.*

Теми дипломних робіт студенти обирають спільно з науковим керівником на основі власних наукових інтересів чи з переліку тем, затверджених на кафедрі. Студент може запропонувати власну тему, аргументовано обґрунтувавши доцільність її дослідження та розробки. Структура дипломної роботи нагадує структуру курсової, але може бути розширена додатковими розділами і параграфами, містить висновки до кожного розділу.

Проміжні результати дипломної роботи можуть бути висвітлені у статтях чи презентовані у виступах на наукових конференціях, звітних університетських наукових заходах. Завершену дипломну роботу захищають у присутності екзаменаційної комісії.

Вимоги до написання дипломної роботи

1. Тему дипломної роботи затверджують на засіданні кафедри і схвалюють на засіданні вченої ради факультету інституту/університету.

2. Обов'язкові елементи вступу – обґрунтування актуальності обраної теми; мета і конкретні завдання, об'єкт і предмет, гіпотеза і методи дослідження; наукова новизна, теоретичне й практичне значення одержаних результатів; апробація роботи; опис її структури.

3. Дослідження має бути проведено методологічно грамотно й засвідчувати вміння автора інтерпретувати, систематизувати й класифікувати опрацьований матеріал, обґрунтовувати й презентувати одержані результати.

4. Зміст дослідницької проблеми потрібно розкрити з урахуванням нових наукових підходів, не повторюючи те, що вже давно відомо.

5. Дипломну роботу мають супроводжувати чітко сформульовані висновки, у яких узагальнено основні результати дослідження, подано рекомендації щодо їх практичного використання.

6. Обсяг дипломної роботи – 50–60 сторінок друкованого тексту.

7. Дипломна робота має бути чітко структурованою із виділенням окремих її частин, абзаців, нумерацією сторінок, правильним оформленням покликань, виносок, цитат, висновків і списку використаної літератури (не менше 50 джерел), обов'язковим є використання літератури іноземними мовами.

8. Дипломну роботу оцінює рецензент. Керівник пише відгук, у якому висловлює думку щодо рекомендації дипломної роботи до захисту. Остаточну оцінку виставляють члени державної екзаменаційної на підставі рецензії та публічного захисту дипломної роботи.

Дипломну роботу оформлюють як текст, надрукований шрифтом Times New Roman (кегель – 14) через півтора міжрядкових інтервали на папері формату А4. Нумерація сторінок роботи починається з четвертої сторінки: титульну сторінку, зміст, першу сторінку вступу враховують, але не нумерують. Нумери проставляють посередині верхнього берега аркуша арабськими цифрами на відстані не менше 10 мм.

Рубрикація тексту роботи передбачає членування на частини та їх називання: вступ, розділ, висновки. Заголовки мають бути короткі та однозначні. Основні частини роботи починають писати з нової сторінки.

Під час написання та оформлення наукових робіт потрібно дотримуватися встановлених вимоги до змісту, структури та обсягу.

Типові помилки у написанні та оформленні роботи

1. Нечітке формулювання теми дослідження.

2. Зміст роботи не відповідає плану або не розкриває тему повністю чи в її основній частині.

3. Мета і завдання сформульовані невиразно і не відображають сутності дослідження.

4. Дослідник не опрацював основні й сучасні джерела з теми дослідження.

5. Невідповідне співвідношення між структурними компонентами роботи (вступом, основною частиною, висновками).

6. Відсутня власна концепція розуміння проблеми, а огляд наукових праць з теми є їх анотацією, а не критичним аналізом.

7. Кінцевий результат не відповідає меті дослідження, висновки не збігаються з поставленими завданнями.

8. У роботі недостатньо покликань на першоджерела, значна кількість перецитвань.

Структура виступу-захисту наукового дослідження перед членами ДЕК:

- Вітання.
- Тема наукової роботи та її актуальність.
- Мета, завдання, гіпотези, об'єкт та предмет дослідження.
- Структура роботи та коротка характеристика основних розділів.
- Опис процедури емпіричного дослідження.
- Основні результати емпіричного дослідження.
- Основні висновки.

Візуально підсилити виступ-захист дозволяють мультимедійні презентації, на яких подано ключові моменти роботи: зміст, визначення понять, концепція, класифікації, наочно-ілюстративні матеріали, графіки й діаграми як результати емпіричного дослідження.

Під час захисту наукової роботи варто дотримуватися рекомендацій, які сприяють формуванню культури виступів науковців, їх ораторської поведінки:

- врахуйте, що оптимальний час виступу – 5–7 хв, тобто доповідь має бути короткою і чіткою, тобто виступ варто підготувати на 4–5 сторінок друкованого тексту (14 пт, 1,5 інт.);
- пам'ятайте, що завдання доповідача – переконати слухачів, довести свої головні тези;
- для того, щоб досягти мети, продумайте як ви розпочнете свою доповідь, як побудуєте структуру виступу й те, які емо-

ції хочете викликати у слухачів, які прийоми (риторичні запитання, зіставлення фактів, інтонаційні засоби) залучення уваги слухачів ви використаєте;

- продумайте, в який спосіб ви будете аргументувати висловлені тези, можете проілюструвати окремі положення (схеми, таблиці, малюнки, плакати, слайди, відеоматеріали, комп'ютерні програми тощо);
- зважте, які цитати, приклади, факти з наукових джерел включите у промову;
- дбайте про правильність мовлення під час виступу, звертайте увагу на плеоназми (мовленнєва надмірність у передачі лексичного чи граматичного змісту висловлювання), тавтологію (повторення спільнокоренових слів), недоречне використання вставних зворотів та речень, слів-паразитів, мовленнєвих штампів;
- оберіть правильний темп мовлення, інтонацію, правильно використовуйте логічні наголоси та інші засоби виразності;
- продумайте поєднання вербальних і невербальних засобів спілкування під час виголошення промови;
- пам'ятайте, що під час озвучення висновків, ви маєте зв'язати початок і кінець виступу, підсумувати висловлене.

Типовими помилками студентів під час виступу є: детальний переказ теоретичних розділів і, як наслідок, перевищення часового ліміту; занадто детальний переказ результатів емпіричного дослідження, багато цифр, які члени ДЕК не встигають осмислити.

Не менш важливим етапом під час захисту наукової роботи є відповіді на запитання. Переважно запитання стосуються пояснення причин отриманих результатів; пояснення практичної цінності результатів; обґрунтування вибору методів та методик дослідження; обґрунтування теоретичної основи дослідження.

Відповіді мають бути конкретними, чіткими, лаконічними, змістовними, вичерпними. Доповідач не повинен втрачати самовладання, якщо навіть є критика чи зауваження до роботи. Якщо запитання не стосується наукового дослідження чи є перспективою на майбутнє, то про це слід сказати.

Критерії оцінки наукової роботи і виступу-захисту:

- ґрунтовне висвітлення теоретичних аспектів теми, що досліджується;
- повний та об'єктивний аналіз найбільш відомих джерел з теми наукової роботи;
- точний опис і презентація апробації, умов проведення експериментів, а також їх результатів;
- аргументованість висновків, обґрунтованість пропозицій і рекомендацій;
- використання (доречно) актуальних статистичних даних;
- використання (доречно) таблиць, графіків, діаграм, схем тощо;
- відповідність структури основного тексту кінцевому варіанту заголовків змісту;
- логічне і лаконічне викладення змісту всередині всіх частин (розділів, пунктів);
- використання відповідної до характеру наукової роботи уніфікованої термінології, скорочень тощо;
- виважена критика опонентів;
- правильне оформлення роботи та її презентація під час захисту.

Отже, наукова доповідь – одна з форм оприлюднення результатів наукового дослідження, розгорнутий виклад певної наукової теми, проблеми чи питання. У доповіді поєднуються три якості дослідника: вміння провести наукове дослідження, вміння подати результати слухачам і кваліфіковано відповісти на питання. Текст доповіді містить інформацію про предмет та об'єкт дослідження, обґрунтування актуальності та перспективності вивчення цього питання, основні результати, висновки та пропозиції. Під час усного виголошення доповіді автор демонструє не лише вміння презентувати результати дослідження, а й вести дискусію, аргументовано відповідати на запитання, засвідчуючи бездоганне володіння матеріалом.

3. Академічна суперечка та її різновиди: дискусія, полеміка, диспут

Діалог як шлях до пізнання істини вперше запропонував античний філософ Сократ. Він вів бесіди з друзями й тими, що заперечували йому, адже вважав, що саме у процесі цілеспрямованої бесіди народжується істина. Суперечка виникає тоді, коли є зіткнення чи протиставлення двох різних позицій, думок, тверджень. У Давній Греції розрізняли суперечку діалектичну (заради досягнення істини) та еристичну (заради перемоги). Суперечки також можуть відбуватися заради слухачів (телешоу) чи заради власне суперечки.

Риторику діалогічного мовлення, вчення про правила ведення суперечок називають **еристикою** (від гр. *eristikos* – той, що сперечається). Її репрезентують такі жанри: дискусія, полеміка, диспут, дебати, суперечка.

Академічна суперечка – це комунікативна ситуація, яка виникає під час академічної риторичної діяльності в межах наукових чи науково-популярних дискурсів, що виражає будь-яке зіткнення думок, за якого кожна сторона відстоює власну позицію в процесі доведення і спростування та виявляє критичну оцінку погляду співрозмовника.

Елементами суперечки зазвичай є *теза, критика та спростування*. Учасники суперечки: *опонент, пропонент, аудиторія* (остання не обов'язкова).

Пропонент – обов'язковий учасник суперечки, який висуває тезу, формулює спірні питання й висуває для обговорення; може висловлювати власну думку або представляти колективну позицію з якогось питання.

Опонент – обов'язковий учасник суперечки, який заперечує, піддає сумніву тезу, яку подав пропонент. І пропонент, й опонент висувають певну аргументацію (твердження, гіпотези, концепції), обґрунтування своєї правоти. Обґрунтування здійснюється за допомогою відомих аргументів, шляхом побудови певних міркувань (доказів) чи на основі звернення до дійсності, апелюючи до спостереження, експерименту. Варто зауважити, що докази й аргументи слід вибирати не суперечливі, з урахуванням підготовки аудиторії,

опиратися на достовірні джерела й підсилювати аудіовізуальними матеріалами. При цьому слід врахувати, які це аргументи – сильні чи слабкі. Останні побудовані на особистих переживаннях чи відчуттях, маловідомих джерелах, тому їх можна використовувати у разі прихильності аудиторії. Сильні аргументи дієві, адже їх важко заперечити (це аксіоми, закони природи, дані дослідження).

Аудиторія – колективний учасник суперечки, який має свої переконання і позиції стосовно порушеного питання, що обговорюється. Аудиторія – не пасивний спостерігач. До аудиторії звернено усі аргументи пропонента й опонента.

Суперечки класифікують на *конструктивні (товариські)* й *деструктивні (ворожі)*; *організовані* та *стихійні*; за кількістю учасників – на *монологічні, діалогічні, полілогічні*; за метою – *суперечки для досягнення істини, для переконання, задля перемоги, заради самого сперечання* тощо; за формою проведення – *усні та письмові* (у формі листів, статей, письмових звернень).

Культура ведення суперечки побудована на певних правилах, зокрема:

- 1) розпитуйте свого опонента;
- 2) ведіть бесіду з опонентом;
- 3) уважно вислуховуйте докази опонента;
- 4) уникайте полеміки з людиною, яка не компетентна в питанні;
- 5) не ведіть полеміку тоді, коли це недоцільно.

Залежно від жанру суперечки вибирають тон голосу, інтонацію, але завжди дотримуються ввічливості й стриманості, що свідчить про вихованість людини. Переконувати потрібно силою знань і логіки, а не надмірної емоційності й жестикуляції.

Риторикознавці пропонують алгоритм ведення суперечки:

- 1) перед початком суперечки визначити тему, сенс і мету полеміки;
- 2) перед суперечкою уточнити поняття, щоб однаково розуміти їх значення;
- 3) починати заперечувати тільки тоді, коли думка співрозмовника дійсно протилежна твоїй;
- 4) спочатку наводити сильні аргументи, а потім слабкі;

- 5) не наполягати на заперечнні доказів опонента, якщо вони зрозумілі й очевидні;
- 6) стежити за тим, щоб у міркуванні не було логічних помилок;
- 7) у процесі суперечки намагатися переконати опонента, демонструючи повагу до його переконань;
- 8) уміти зберігати спокій і володіти собою;
- 9) вступаючи у суперечку, налаштуватися на те, що власні переконання можуть виявитися помилковими;
- 10) уважно вислуховувати й аналізувати докази опонента;
- 11) якщо в ході суперечки доведено, що думка помилкова, визнати свою поразку достойно й з честю;
- 12) не принижувати опонента і не змушувати його злитися чи ображатися;
- 13) на закінчення полеміки підбити підсумки й оголосити висновки.

***Дискусія** (від лат *discussio* – «розгляд», «дослідження») – різновид суперечки; один з жанрів діалогічного красномовства, форма колективного обговорення проблем. Дискусія є публічною і її ведуть за певними правилами. Мета дискусії – виявити й зіставити різні погляди, щоб дійти до спільного висновку, відшукати правильне вирішення проблеми – знайти компромісний варіант, який би задовольнив усіх учасників суперечки. Цим дискусія відрізняється від полеміки.*

Тема дискусії може бути сформульована заздалегідь. Це своєрідний спосіб пізнання, який дозволяє зрозуміти те, що є недостатньо чітким і зрозумілим. Учасники толерантні до співрозмовників, почергово висловлюють свої думки, твердження, положення чи спростування. Завдяки цьому дискусія набуває логічного, зв'язного характеру. Під час дискусії неприпустимо ображати співрозмовників, вдаватися до некоректних прийомів ведення суперечки, спрямованих на обдурювання співрозмовника. У такому разі дискусія може припинитися і виникне конфліктна ситуація.

***Полеміка** (з гр. *πολεμικά* – «воєнне мистецтво» від *πολέμιος* – «воєнний», «ворожий») – різновид суперечки, у якій кожна зі*

сторін прагне відстояти власний, принципово протилежний від інших погляд. Це боротьба принципово протилежних думок. На відміну від дискусії, метою полеміки є утвердження однієї точки зору як правильної. Учасники полеміки називаються суперниками, супротивниками, конкурентами.

Для перемоги у полеміці використовують полемічні прийоми (використання гумору, іронії, сарказму, доведення до абсурду аргументів опонента, прийом бумеранга, атака запитаннями тощо).

Диспут (від лат. *disputare* – «досліджувати», «сперечатися») – це публічна суперечка між попередньо визначеними опонентами переважно на заздалегідь обрану наукову тему. Мета диспуту – знайти шлях для вирішення складної, важливої для учасників і присутніх проблеми.

У процесі диспуту проблема висвітлюється усебічно. З огляду на мету, у мовно-жанровому плані диспут близький до дискусії і відмінний від полеміки. Його характерні ознаки:

- публічність;
- обговорення наукового або суспільно важливого питання;
- поширення у різноманітних організаційних формах: обговорення дисертації, публічний захист тез;
- вияв позицій сперечальників.

Дебати (від фр. *débates*) – це суперечки, які виникають у процесі заздалегідь організованих публічних обговорень питань, коли учасники викладають власні ідеї, програми, погляди на вирішення важливих громадських та державних проблем. Дебати можуть відбуватися під час обговорення доповідей, виступів на конференціях чи зборах. Як правило, у дебатах беруть участь двоє осіб.

Мета дебатів – переконати аудиторію у власній правоті; визначити позицію учасників обговорення щодо спільних для всіх тез виступу, представити свої ідеї, погляди, концепції, програми й погляд на розв’язання важливих державних, громадських проблем на противагу іншій стороні (учаснику) дебатів.

Дебати поширені в політичному та юридичному красномовстві. В освітній сфері, академічній риториці практикують **оксфордські дебати**.

Риторика діалогічного мовлення також виробила певні правила, технологію і культуру суперечки (еристики), про які пишуть Л. Мацько та О. Мацько¹⁰¹:

► Ніколи не варто дискутувати чи сперечатися з приводу того, що є аксіомою і не потребує доведення. Обговорення чи суперечка щодо таких тем не має перспективи для розгортання думки. Дискусія не матиме розвитку. Щоб опоненти могли показати себе, мають обирати такі теми, які «потребують роботи думки» (Арістотель).

► Основна й найкраща мета будь-яких суперечок – змусити супротивника прийняти вашу позицію, змінити його власну думку. Щоб цього досягти, потрібно мати дієву стратегію і тактику.

► Не слід відразу озвучувати всі положення, тези чи аргументи. Варто вибрати одне, але чітко сформульоване положення, а тоді поступово додавати тези й аргументи. Завжди потрібно мати «про запас що сказати».

► Потрібно вгамувати хвилювання чи страх, які гальмують думки. У дебатах, як в монолозі: чим більше хвилювання, тим слабша думка й виступ.

► Завжди варто бути уважними до опонента, суперника, конкурента й добре запам'ятовувати те, що було сказано не тільки в даний момент, але й раніше. Це потрібно для того, щоб побачити суперечність в його висловлюваннях й методом сократівської іронії «загнати його у глухий кут»: ставити запитання, поки він не стане сам собі заперечувати.

► Не прийнято підмінювати тему суперечки. Не можна дозволити робити цього й опонентові, адже перескакуючи з однієї теми на іншу, не можна глибоко розглянути жодну й не буде на підставі чого зробити висновок. Спочатку варто всі питання теми впорядкувати, а потім послідовно обговорювати кожне, резюмуючи ре-

¹⁰¹ Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика. Київ: Вища школа, 2006. С. 217–218.

зультат підсумковим реченням. З цих речень будуть сформульовані висновки.

► Про метамову (терміни, дефініції, поняття, категорії, класифікації, джерела тощо) суперечки варто домовитися заздалегідь.

► Не варто намагатися все заперечувати. Краще використовувати прийом умовного схвалення, при якому можна погодитися з певними положеннями опонента. Можна підтримати його позицію в чомусь, але заперечити в найсуттєвішому. Так можна зробити суперечку делікатнішою в емоційному плані.

► Не варто сперечатися про те, чого добре не знаєте. Треба вміти вчасно перевести розмову в інше русло й мати для цього певні заготовки, (історії, новини, події, факти, сенсації, приказки, дотепи тощо).

► У суперечках завжди треба бути готовим як до кроку вперед, так і до кроку назад, не соромитися просити вибачення, якщо для цього є підстави.

► Якщо дискусія чи полеміка публічна, до паритету потрібно залучати аудиторію (*колеги знають.., слухачі підтвердять.., студенти пам'ятають...*). Це роблять дуже шанобливо, не вдаючись до негативних оцінок.

► Основні положення, поняття, дефініції, ознаки повторюють у різних контекстах кілька разів. Це роблять з метою, щоб позиція запам'яталася опоненту й закріпилася в його свідомості.

► У діалогічному спілкуванні (й суперечці), як і в монологі, ключовими є тези й аргументи. Для діалогу вони мають бути дуже короткими, точними й «ударними». Тези формулюються за принципом актуального членування речення: тема (дане) – рема (нове).

► Аргументація має будуватися на причиново-наслідкових зв'язках і законах формальної логіки: *це є так тому-то...; якщо це є таким, то...*

► Найкращими аргументами у суперечці є доказові положення, точні факти й цифри, конкретні явища, події.

► Завжди потрібно розпочинати розмову приємним, спокійним і тихим тоном, щоб був простір для наростання суперечки і мож-

ливість підвищення тону. Однак ніколи не варто підходити до межі підвищення тону, зриватися на крик, щоб не виглядати смішним в очах інших. У таких випадках краще зробити паузу і можна байдужим тоном завершити розмову (*на жаль, Ви мене не зрозуміли; шкода, що ми не домовилися; це втрата для мене, як, можливо, і для Вас; продовжимо розмову наступним разом; шкода, що ніхто з нас не переконав іншого*).

► Не можна дискутувати чи «з'ясовувати стосунки», коли поганий настрій. Тоді можна наговорити зайвих і неприємних слів супернику, а пізніше буде за це незручно, доведеться шукати вирішення ситуації. Тому варто негайно зупинитися (глибоко дихати носом), продумати тактику відступу й відкласти розмову «на потім» (*Сьогодні справді ще не час, але...; Ми до цього ще повернемося пізніше, а зараз...; Ви самі з часом переконаєтеся...*).

► У разі поразки вести себе потрібно чемно й гідно, можна прокоментувати: *вчуся дискутувати; хотів переконатися в тому, що Ви знавець; Ви для мене зразок для наслідування; я поступаюсь Вам, залишаючись при своїх переконаннях; і все ж аргументи не вичерпані* тощо. В усіх випадках, навіть образливих, опоненти мають пам'ятати про мовний етикет. Впродовж дискусії прийнято кілька разів звернутися до опонента (на ім'я, ім'я і по батькові, шановний, друже, мій опоненте тощо), перепросити, запропонувати щось, висловити свої наміри в бажальній формі (*я б хотів почути, чи міг би я спитати Вас*). Пошанні мовні формули мають мати місце навіть тоді, коли програш у суперечці очевидний чи остаточний. Програти красиво – одна із перемог.

Також можна взяти до уваги пам'ятку полеміста, запропоновану М. Микитюк¹⁰²:

¹⁰² Микитюк М. В. Риторика: курс лекцій. Навчальний посібник. Харків. 2004. С. 137.

Пам'ятка полеміста.

- Пам'ятайте, що кожен має таке ж право висловлювати свою думку, як і ви.
- Відносьтесь з повагою до свого опонента. Заперечувати можна рішуче, але не ображаючи чужих переконань насмішками і грубістю.
- Умійте правильно виділити предмет суперечки і чітко його сформулювати.
- Не вступайте в дискусію, якщо ви погано знаєте її предмет.
- Умійте чітко визначити свою позицію в дискусії. Не забувайте, що дискусія стане більш результативною, якщо у її учасників є взаєморозуміння.
- Правильно користуйтеся поняттями. Важливо, щоб учасники дискусії вкладали в поняття, терміни, які використовують, однаковий зміст.
- Навчіться слухати свого опонента, старайтесь не перебивати його. Це необхідна умова правильного розуміння позиції опонента.
- Намагайтесь точно зрозуміти те, що стверджує протилежна сторона.
- Не старайтесь в усьому перечити опоненту. Іноді корисно згодитися з деякими його доказами.
- Не гарячкуйте, а дискутуйте спокійно. Переможцем вийде той, хто володіє більшою витримкою.
- Слідкуйте за тим, щоб у ваших доказах і аргументах опонента не було протиріч.
- Не поспішайте визнавати себе переможеним, навіть якщо докази опонента здадуться вам, на перший погляд, переконливими.

Отже, поширеними жанрами академічної суперечки є дискусія, полеміка, диспут, оксфордські дебати. У дискусії і диспуті опоненти прагнуть знайти істину, компроміс, консенсус, угоду, злагоду; у полеміці – утвердження власного погляду, перемогу своєї позиції. Усі види суперечки ведуться за певними правилами, а мовні засоби дискутування мають бути прийнятними для всіх учасників дискусії, толерантними. У полеміці ж перемагає ініціатива суперників, ситуативність спілкування, непередбачувані й раптово знайдені засоби наполегливої аргументації.

Питання для обговорення та дискусії

1. Які основні ознаки наукової доповіді? Де використовуємо цей жанр академічної риторики?
2. Які компоненти формують структуру наукової роботи?

3. Назвіть етапи побудови промови на захисті наукової роботи.
4. У чому відмінність дискусії від полеміки? Які мовно-жанрові ознаки спільні у цих різновидів суперечки?
5. Які, на вашу думку, положення правил ведення суперечки є найважливішими? Обґрунтуйте власну думку, використовуючи приклади.

Завдання для самостійної роботи

Підготуйте пам'ятку «Як провести оксфордські дебати», використовуючи цифрові інструменти сервісів Canva чи LearningApps.

Цікавий медіаконтент

Ознайомтеся із правилами деструктивної полеміки у соцмережах¹⁰³ за покликанням, закодованим у QR-коді. Поміркуйте, чи з усіма позиціями ви згодні, які б хотіли заперечити? Подискутуйте з приводу цього з колегами.



¹⁰³ Мовчан А. Суперечки, у яких не народжується істина. 30 правил деструктивної полеміки у Фейсбуці. *Фокус*. URL: <https://focus.ua/uk/opinions/507234-sporu-v-kotoryh-ne-rozhdaetsya-istina-30-pravil-destruktivnoy-polemiki-v-feysbuke> (21.02.2022).

ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ І ТЕХНІЧНІ ЗАСОБИ АКАДЕМІЧНИХ / ПУБЛІЧНИХ ВИСТУПІВ ТА ПРЕЗЕНТАЦІЙ

План

1. Мультимедійна презентація як один із елементів публічного виступу.
2. Інфографіка – засіб візуалізації змісту промови.
3. Інтерактивні плакати та їх використання в академічній риториці.
4. Онлайн-сервіси та програми для створення презентацій та мультимедійного супроводу публічних виступів. Технічні засоби.

1. Мультимедійна презентація як один із елементів публічного виступу

У еру цифрових технологій публічні виступи, академічні лекції та інші види промов супроводжують мультимедійні презентації. Вони не тільки ілюструють сказане, а й візуально доповнюють вербальний рівень промови.

Мультимедійні презентації, створені у вигляді різноманітних слайдів, використовують з метою візуального представлення різноманітної інформації. Вони вирізняються з-поміж інших видів наочності інтерактивністю, здатністю одночасно впливати на різні канали сприйняття людини.

***Презентація** (від англ. presentation – представлення, показ) – це набір картинок-слайдів на певну тему, який зберігається у файлі спеціального формату. Кожен слайд може містити довільну текстову, графічну та відеоінформацію, анімацію, звук, діаграми і графіки, табличні й інші матеріали.*

В академічній риториці їх доцільно використовувати при проведенні лекційних та практичних занять, промов і дискусій з різною метою:

- ілюструючи теоретичний матеріал, екскурси у минулі епохи з метою висвітлення історико-культурного контексту порушеного питання;
- акцентуючи на основних датах і подіях, відомостях із супроводом фотографіями діячів, науковців, тих, які зробили внесок у розвиток теми чи проблеми, а також зображеннями праць; відео- та аудіофрагментами інтерв'ю, документальних фільмів тощо;
- окреслюючи визначення понять і термінів, які використовуються у ході промови;
- подаючи схеми аналізу проблеми (із урахуванням різних методів та рівнів аналізу);
- пропонуючи студентам розглянути наукову та методичну літературу, опрацювати різні джерела;
- демонструючи фрагменти фільмів, мультимедійний контент;
- прослуховуючи аудіозаписи у супроводі вербального тексту чи ілюстративного матеріалу;
- розглядаючи тему чи проблеми у синхронному й діахронному зрізах, різних контекстах.

Мультимедійна презентація – це теж спосіб спілкування з аудиторією. Візуалізація значно підвищує рівень сприйняття й осмислення інформації, озвученої лектором чи оратором. Мета презентації, така ж, як і промови – вплив на аудиторію, зацікавлення її темою, переконання у достовірності й новизні запропонованої теми, тез, висновків. Важливою є взаємодія й взаємодоповнення слова й мультимедійної презентації як двох виразливо-зображувальних засобів риторики.

Основні принципи співіснування «слова і слайду» запропонував Г. Клочек. Кожна підготовка, на думку вченого, має здійснюватися як моделювання процесу сприймання публічного виступу слухачами, які водночас є глядачами та й навіть читачами, бо їм доводиться читати текстові слайди. Оратор має вдаватися до саморежисури, завдання якої полягає у підготовці до виступу, що має відбутися за «законами краси». «Мистецтво режисера визначається його умінням передбачувати художній ефект кожного застосованого ним прийому. А таке передбачення обумовлене тон-

ким розумінням законів психології сприймання висловленої та зображеної інформації». Не менш важливим є закон концентрації уваги слухача: «Ефективність кожного слайду визначається тим, наскільки він сконцентрує на собі увагу аудиторії і, відповідно, наскільки «спрацює» як важливий засіб донесення до неї інформації і «зарядження» її смислами»¹⁰⁴.

Промова, яка є тільки вербальною, втомлює слухачів, тоді як презентація доповнює промову візуальними елементами і таким чином дозволяє постійно активізувати увагу аудиторії. Зміна слайдів, використання різних форм візуалізації урізноманітнює виступ. Тут і текст, і фотографії, ілюстрації, схеми, графіки, слайд-шоу, відео- та аудіокомпоненти. Їх гармонійне поєднання працює на спільну мету – презентувати ідею автора, переконати аудиторію, спонукати її до дії.

Мультимедійна презентація структурно відповідає плану промови, відображає усі її компоненти. Традиційно складається зі вступу, основної частини і висновків (тричленна структура) або експозиції, вступу, основної частини та відступів, висновків і резюмування (п'ятичленна структура). Під час експозиції оратор налагоджує контакт з аудиторією, у вступі оголошує тему й мету презентації, подає дорожню карту чи план виступу, визначення ключових понять. В основній частині викладає концепцію, аргументує результати дослідження, наочно показує як теоретичні, так і аналіз емпіричних студій. У висновку узагальнює сказане, а під час резюмування з'ясовує, чи вдалося переконати аудиторію, чи досягнуто поставленої мети презентації.

Мультимедійні презентації в академічній риториці виконують одночасно кілька функцій:

- унаочнюють матеріал;
- підвищують оперативність і об'єктивність оцінювання результатів наукового дослідження;
- гарантують безперервний зв'язок викладач-студент;

¹⁰⁴ Клочек Г. Риторика слова і слайду. *Всесвітня література*. 2016. № 1. С. 5–7.

- сприяють розвитку продуктивних, творчих функцій мислення студентів, формуванню операційного стилю мислення.

Г. Клочек підкреслює, що «найкраще слайд використовувати як ілюстрацію в усному словесному тексті. Він має з'являтися в потрібний час і в потрібному місці. Його поява повинна не тільки активізувати аудиторію, а й допомогти промовцю пояснити якусь важливу для нього тезу, залишити зоровий образ у свідомості слухача. Величезну роль відіграє слово лектора в коментуванні слайду. Саме уміле коментування допомагає аудиторії глибше «відкрити» для себе слайд, краще сприйняти інформацію, що міститься в ньому»¹⁰⁵.

Є певні правила підготовки презентацій, які створюються для супроводу наукових доповідей, виступів-захистів наукових робіт, навчальних лекцій.

1. *Формат слайдів.* Розмір слайдів має відповідати розміру екрана, орієнтація – альбомна, нумерація арабськими цифрами, а формат показу – «демонстрація». Графічний і текстовий матеріали на слайдах розміщують так, щоб ліворуч і праворуч від краю слайда залишалось чисте поле шириною не менше 0,5 см.
2. *Логічний аналіз послідовності відображення матеріалу і визначення структури презентації.* Важливо продумати послідовність викладення матеріалу, добір різноманітних зображень, анімаційних ефектів та інших елементів, що супроводжують виклад, а також передбачити можливі питання і провести добір реплік для коментарів до презентації.
3. *Урахування особливостей аудиторії слухачів.*

Перед створення мультимедійних презентацій визначають тему і призначення презентації, спосіб демонстрації; розробляють її сценарій, продумують зміст усіх слайдів і стиль їх оформлення.

За структурою презентації класифікують на *лінійні* (послідовний виклад матеріалу; тези повідомлення та ілюстрації) та *розгалужені* (багаторівневі, використовуються для узагальнення і систе-

¹⁰⁵ Клочек Г. Риторика слова і слайду. *Всесвітня література*. 2016. № 1. С. 5–7.

матизації матеріалу).

За правилами, основні слайди презентації такі:

- титульний аркуш;
- слайд з фотографією автора і контактною інформацією (пошта, телефон);
- зміст з кнопками навігації;
- основні пункти презентації;
- висновки;
- список джерел (до 5 основних);
- завершальний слайд з подякою.

Деякі слайди можна об'єднати, наприклад, перший і другий.

Вимоги до презентації:

- Матеріал на слайдах потрібно викладати стисло, з максимальною інформативністю тексту, не нагромаджувати на одному слайді й дотримуватися послідовності викладу.
- Інформація, подана на слайді, має бути чітко структурована, а заголовки – короткі й змістовні.
- Списки, переліки мають бути нумеровані й марковані, а важливі відомості виділені іншим шрифтом (наприклад, висновки, визначення, правила тощо).
- Кожна ідея повинна бути викладена в окремому абзаці, а головна – у першому рядку.
- Табличні форми запису даних (діаграми, схеми) варто використовувати для ілюстрації важливих фактів, щоб подати матеріал компактно і наочно. Добре візуалізує і доповнює текст графіка.
- Пояснення і підписи мають бути біля ілюстрацій. Усі текстові дані не повинні містити орфографічних, граматичних і стилістичних помилок і відповідати мовним нормам.
- Форма представлення інформації повинна відповідати рівню знань слухачів.

Д. Льюїс пропонує додаткові вимоги до змісту презентації:

- кожен слайд має відображати одну думку;
- текст має складатися з коротких слів та простих речень;
- рядок має містити 6 – 8 слів;
- всього на слайді має бути 6 – 8 рядків;

- загальна кількість слів не повинна перевищувати 50;
- дієслова мають бути в одній часовій формі;
- заголовки мають привертати увагу аудиторії та узагальнювати основні ідеї слайда;
- у заголовках мають бути і великі, і малі літери (а не тільки великі);
- слайди мають бути не надто яскравими – зайві прикраси лише створюють бар'єр на шляху ефективної передачі даних;
- кількість блоків статистичних даних на одному слайді має бути не більше чотирьох;
- підпис до ілюстрації розміщується під нею, а не над нею;
- усі слайди презентації мають бути витримані в одному стилі.

Готуючи презентацію варто врахувати й **вимоги щодо фізіологічних особливостей людини у сприйнятті кольорів і форм:**

- стимулюючі (теплі) кольори сприяють збудженню й діють як подразники (у порядку спадання інтенсивності впливу: червоний, оранжевий, жовтий);
- дезінтегруючі (холодні) кольори заспокоюють, викликають сонливий стан (у тому самому порядку: фіолетовий, синій, блакитний, синьо-зелений, зелений);
- нейтральні кольори: світло-рожевий, жовто-зелений, коричневий; поєднання двох кольорів – кольору знака і кольору фону – суттєво впливає на зоровий комфорт, причому деякі пари кольорів не тільки стомлюють зір, а й можуть спричинити стрес (наприклад: зелені символи на червоному фоні);
- найкраще поєднання кольорів шрифту і фону: білий на темно-синьому, чорний на білому, жовтий на синьому;
- кольорова схема має бути єдиною для всіх слайдів; будь-який фоновий малюнок втомлює очі та знижує ефективність сприйняття даних;
- підсвідомість легко вловлює чіткі, яскраві малюнки, що швидко змінюються, вони краще запам'ятовуються;
- будь-який другорядний об'єкт, що рухається (анімаційний), знижує якість сприйняття матеріалу, відволікає, порушує динаміку уваги; підключення у вигляді фонового супрово-

ду нерелевантних звуків (пісень, мелодій) швидко втомлює, знижує продуктивність сприймання.

Людина може одночасно запам'ятовувати не більше трьох фактів, висновків, визначень.

Тло є елементом заднього (другого) плану. Його мета – виділяти, підкреслювати інформацію слайда, але не затуляти її. Відчуття єдності, зв'язності, стильності інформації створює використання одного й того ж тла на усіх слайдах в межах презентації. З огляду на це, спочатку варто вибрати два головні функціональні кольори, які будуть використовуватися для тла та звичайного тексту. Традиційно тло має бути світлим, а текст – темним. Такий контраст використовується у книжках, він не втомлює і є звичним. Однак на екрані контраст між тлом і кольором шрифту чи зображення може бути не таким різким. Тому можна обрати тло і колір в одній гамі, тобто тільки зробити тло максимально світлим, а шрифт – темним.

Варто знати, що будь-який фоновий малюнок підвищує стомлюваність очей і знижує ефективність засвоєння презентованого матеріалу. Використання фотографій чи анімованого об'єкта як тла також ускладнюють підбір шрифту. Рекомендовано використовувати більш-менш однотонні, іноді ледь розмиті фотографії, або розташовувати текст не на самій фотографії, а на кольоровій підкладці. Але такий варіант оформлення тла має бути виправданим метою презентації.

Вплив повідомлення на слухачів визначає і вибраний шрифт. Для консервативної аудиторії та серйозних повідомлень найкраще підійде класичний шрифт (Times New Roman); для радісних повідомлень – «веселий шрифт (Comic Sans MS). Шрифти з зарубками (Times New Roman і Bookman) легко читаються, тому їх використовують для друку великих обсягів тексту. Шрифти без зарубок (Arial і Verdana) простіші, тому вони краще виглядають у заголовках та колонтитулах.

У презентаціях часто використовують такі шрифти, які гарно виглядають на екрані й легко читаються. Шрифти Verdana, Tahoma та Bookman розроблені спеціально для використання на вебсторінках. Також можна використовувати для цього шрифти Arial і Times New Roman.

Легкість читання забезпечує й колір тексту. Він має бути контрастним відносно кольору тла. Напівжирний шрифт і курсив використовуються лише для виділення. Частіше їх використання є неефективне. Кожний шрифт несе в собі певну індивідуальність, тому дуже важливо дотримуватися узгодженості. Якщо часто змінювати шрифт, повідомлення може виявитися неузгодженим.

У презентації рекомендовано використовувати не більше 3–4 різних шрифтів. Згідно з висновком учених з лабораторії ергономіки зору (США), кращим шрифтом для читання тексту з екрану визнаний шрифт Verdana.

Розмір шрифту не повинен бути дрібним, не менше 22 пт. Краще уникати курсиву, який, як правило, ускладнює читання, уповільнює швидкість сприйняття. Міжрядковий інтервал – 1,5 є найбільш вдалим.

Рівень запам'ятовування інформації залежить від її розташування на екрані. У лівому верхньому кутку слайда розташовується найважливіша інформація. Простіше зчитувати інформацію розташовану горизонтально, а не вертикально. Найбільш важлива інформація повинна розташовуватися в центрі екрана. Форматувати текст необхідно за шириною. Не допускати «рваних» країв тексту.

Використання списків, таблиць та діаграм має бути доцільним. Не рекомендовано подавати списки з великою кількістю пунктів. Оптимальним є список на 3–7 пункти. Великі списки і таблиці слід розбивати на 2 слайди, але найкраще оптимізувати їх, замінювати графіками, побудованими на основі цих таблиць. Таблиці і діаграми розміщуються на світлому або білому тлі, а шрифт у них має бути не менше 18 пт.

Діаграми створюються з використанням інструмента діаграм табличного процесора MS Excel. Дані й підписи не повинні накладатися та зливатися з графічними елементами діаграми. Необхідно виділяти найбільш важливі частини діаграми, графіка.

Вибираючи тип діаграми, необхідно визначити тип порівняння даних: покомпонентне, позиційне, часове, почасткове чи кореляційне. Кожному з цих типів порівняння відповідає один з п'яти основних типів діаграм: круг, лінійчата, крапкова діаграми, гістограма або графік. Покомпонентне порівняння дає можливість пока-

зати розмір кожного компонента у відсотках від якогось цілого. Позиційне порівняння – виявити, чи однакові об’єкти, чи різні, як вони співвідносяться один з одним. Часове порівняння ілюструє, як змінюються дані в динаміці, в часі – що відбувається з тими чи іншими показниками впродовж певних проміжків часу. Почасткове порівняння допомагає визначити, скільки об’єктів потрапляє в певні послідовні області числових значень. Воно використовується, наприклад, щоб показати, яка частка мешканців відноситься до вікової групи до 10 років, яка – від 10 до 20 і так далі. Кореляційне порівняння показує наявність (або відсутність) залежності між двома змінними.

Будуючи кругову діаграму, краще використовувати не більше шести компонентів. Якщо потрібно відобразити більше їх число, то потрібно вибрати п’ять найважливіших, а останні згрупувати в категорію «інші».

Складаючи лінійні діаграми, слідкують, щоб проміжок, що розділяє лінійки, був менший, ніж ширина самих лінійок. При цьому використовують найконтрастніший колір або штрихування. Так підкреслюють ключовий елемент, акцентують на основній ідеї, вираженій у заголовку.

У графіках лінія завжди має бути жирніша, ніж вісь абсцис чи ординат, яка, в свою чергу, має бути жирнішою за горизонтальні та вертикальні лінії, що створюють координатну сітку. Для наведення числових даних використовують числовий формат з роздільником груп розрядів. Числа слід округлювати та уникати дробів, якщо точна величина несуттєва. Наприклад, 13% запам’ятовується набагато краще, ніж 13,3% або 13,347%.

Розміщення зображень, аудіо- та відеофайлів. У презентації використовують тільки оптимізовані (стислі) й якісні зображення. Це робиться для того, щоб презентація мала мінімально можливий розмір і швидко завантажувалася. Не припустимо подавати малюнки чи світлини поганої якості або зі спотвореними пропорціями.

Ілюстративний матеріал на слайді використовують коректно, рівномірно й раціонально заповнюючи його площу. Враховують при цьому особливості сприйняття аудиторії. В європейській традиції зафіксовані певні правила щодо цього: інформація, особливо

при переглядовому читанні, сприймається зліва направо і зверху вниз – відповідно до руху ока. Тому найважливіша інформація має розміщуватися зверху ліворуч. Це стосується й графіки. Якщо текст первинний, а графічний об'єкт є тільки ілюстрацією, то краще його розмістити внизу праворуч. Якщо ж основним є малюнок, а текст лише коментарем до нього, то – навпаки.

Часто у презентаціях використовують музичний супровід (аудіо). Музика повинна бути ненав'язлива, а її використання під час демонстрації – виправдане. З метою уникнення збоїв чи синхронізації, всі матеріали (відео, музика, покликання, текстові документи тощо) і файли для показу презентації мають бути в одній папці.

Анімація об'єктів і зміна слайдів. Питання дозування інформації при показі презентації можуть визначати анімаційні об'єкти. Однак варто зауважити, що будь-який рухомий (анімований) об'єкт знижує сприйняття, відволікає, порушує динаміку уваги.

Не припустимо використовувати анімовані об'єкти на титульному слайді. В інформаційних слайдах допускається використання анімації об'єктів тільки з метою відображення змін, що відбуваються в часовому інтервалі. Черговість появи анімованих об'єктів має відповідати структурі доповіді. Анімація не повинна бути нав'язливою.

Важливу роль під час презентації відіграє вчасна зміна слайдів. Найкраще обрати режим «вручну», а не «за часом». Можна використовувати стандартні ефекти переходу, але не ефекти «жалюзі», «шашки», «розчинення», «горизонтальні смуги», які відволікають увагу від основної інформації та втомлюють. Для всіх слайдів застосовується однотипний ефект їх переходу. Звуковий супровід анімації об'єктів і переходу слайдів використовується за виключної необхідності й не прийнятий для презентації наукових виступів.

Критерії освітніх презентацій:

- повнота розкриття теми;
- структуризація інформації;
- наявність і зручність навігації;
- відсутність граматичних, орфографічних і мовних помилок;

- відсутність фактичних помилок, достовірність поданої інформації;
- наявність і правильність оформлення обов'язкових слайдів (тительний, зміст, про проект, список джерел);
- оригінальність оформлення презентації;
- обґрунтованість і раціональність використання засобів мультимедіа та анімаційних ефектів;
- придатність презентації для обраної цільової аудиторії;
- грамотність використання кольорового оформлення;
- використання авторських ілюстрацій, фонів, фотографій, відеоматеріалів;
- наявність дикторського мовлення, його грамотність і доцільність;
- наявність, обґрунтованість і грамотність використання фонового звуку;
- розміщення і комплектування об'єктів; єдиний стиль слайдів.

Одним із основних правил презентації є вимога, щоб тест на слайді й той, який виголошує доповідач (промовець) не дублювали один одного. Зчитування тексту з презентації є неприпустимим.

Не ефективними є презентації нудні, монотонні, громіздкі, натомість добре сприймаються ті, в яких ретельно, з урахуванням вимог, підібрані шаблон, текст, графіка. При створенні презентації найпоширенішою помилкою є перевантаженість слайдів текстом. Варто пам'ятати, що, текст в презентаціях може становити не більше 35 %. Все інше – графіка, картинки, тло. Так, у презентації лекції текст може бути тільки тезовим. Іншу інформацію можна замінити графічними об'єктами, ілюстраціями або залишити для усного виступу.

Ефективне представлення презентації можливе за умови виконання чотирьох загальноприйнятих етапів – чотирьох «П»: *планування, підготовки, практики та презентації*.

Планування. Визначте основні моменти доповіді на основі аналізу специфіки аудиторії. Врахуйте її знання та досвідченість, потреби, бажання і цілі. Визначте мету презентації, продумайте, як вона співвідноситься з очікуваними результатами.

Зміст презентації залежить від цілей доповідача, інтересу та рівня знань аудиторії. Використовуйте загальні й зрозумілі слова і фрази, фокусуючи увагу на меті доповіді.

Підготовка. Текст супроводжувальної доповіді слід підготувати відповідно до визначеної структури та часу, відведеного на показ презентації. Важливо сформулювати структуру і виділити ключові моменти презентації, підготувати цікавий початок (здивувати аудиторію, задати цікаве запитання, навести неординарний випадок). Відкриття повинне займати від 5% до 10% презентації. Далі слід визначити головні ідеї доповіді та обґрунтувати їх статистикою, документами, аналогіями або наочними прикладами. Всі основні ідеї повинні бути пов'язані з темою доповіді. Враховуючи, що слухачі пам'ятають від 4 до 6 різних позицій, головні ідеї слід відбирати ретельно. Вони повинні скласти від 80% до 85% презентації. Завершення презентації (оригінальне підведення підсумків, інше формулювання теми або внесення сумнівів у ряди слухачів) має відповідати меті доповіді та запам'ятовуватися. Завершення повинне займати від 5% до 10% презентації.

Практика. Успішній презентації сприяє вправлення і попередній показ презентації друзям чи невеликій аудиторії або відеозапис. Це робиться з метою перевірки правильності та ефективності презентації. Варто дати відповідь на кілька питань: Чи добре сприймається інформація? Чи спираються основні моменти доповіді на факти? Чи зрозумілі малюнки та ілюстрації, чи достатньо ілюструють вони дану тему? Чи не використовуєте ви терміни та вирази, незрозумілі аудиторії? Чи є завершення презентації таким, що запам'ятовується? Чи задоволені Ви самі своєю доповіддю?

З кожним новим виступом і наступною презентацією зростає впевненість оратора, збагачується досвід, удосконалюються навички мистецтва презентації.

Презентація. Запорукою успіху презентації є абсолютне володіння темою виступу, максимальне залучення уваги аудиторії та донесення до неї важливості повідомлення.

2. Інфографіка – засіб візуалізації змісту промови

Інфографіка – візуальне представлення інформації або даних, яке реалізується у поєднання тексту та зображення. Яскраві візуальні елементи допомагають легко структурувати матеріал і унаочнювати його, сприяти осмисленню та відтворенню зв'язків між компонентами. Інфографіка допомагає краще запам'ятати матеріал, вона захоплює візуальними складовими, які є своєрідними кодами-символами.

Інфографіка – це добірка зображень, діаграм і мінімального обсягу тексту, що роблять огляд теми зрозумілим.

Інфографіку розглядають як спосіб перетворення складної інформації на легкозасвоювану. У процесі презентації вона виконує певні функції:

- швидкий огляд теми,
- пояснення складного процесу,
- подання результатів дослідження чи даних емпіричного дослідження,
- підсумування результатів дослідження,
- порівняння і зіставлення думок,
- привертання уваги до проблеми чи ідеї.

Інфографіку використовують у різних сферах діяльності для подання статистичної інформації, для реклами, візуалізації графіків, подання навчального контенту в зручній для запам'ятовування формі, промоції заходів тощо.

Алгоритм створення інфографіки.

1) Створіть нарис інфографіки:

- визначте основні моменти свого контенту,
- визначте назву, заголовки, підзаголовки і факти,
- обдумайте довжину параграфів і тези,
- включіть примітки для дизайнера;

2) виберіть шаблон інфографіки (дуже багато шаблонів пропонує онлайн-сервіс Canva) та правильний тип для вашого контенту (поширені 9 типів інфографіки: статистична, інформаційна, хронологічна, процесуальна, географічна,

- порівняльна, ієрархічна, інфографіка зі списками, інфографіка для резюме);
- 3) створіть дієвий і привабливий дизайн, використовуючи лінії, рамки та фігури для групування пов'язаної інформації;
 - 4) використовуйте контрастні кольори для привернення уваги читача чи глядача;
 - 5) створюйте текстову ієрархію за допомогою трьох різних стилів шрифту;
 - 6) використовуйте зображення, значки та ілюстрації для легкого запам'ятовування ключових моментів;
 - 7) додайте дієві діаграми, якщо це потрібно;
 - 8) дотримуйтеся правила: найдієвіші приклади інфографіки влучно поєднують текст, зображення та дані, що виконують функцію інформування та залучення.



Приклад інфографіки

3. Інтерактивні плакати та їх використання в академічній риториці

Інтерактивний плакат – це електронний освітній засіб нового типу, який забезпечує високий рівень задіявання інформаційних каналів сприйняття наочності навчального процесу.

Використання інтерактивних плакатів в академічній риторичі сприяє кращому сприйманню матеріалу, зростанню інтересу до предмета, підвищенню ефективності самостійної роботи здобувачів освіти та якості формування у них практичних умінь і навичок. Плакати вчать самостійно працювати з джерелами інформації, дають змогу студентам бачити результат та оцінку своєї праці, можливість знайти правильну відповідь, поглибити знання.

Інтерактивний плакат – це електронний навчальний плакат, що має інтерактивну навігацію, яка дозволяє відобразити необхідну інформацію: графіку, текст, звук. Його інтерфейс повинен бути яскравим, простим і зручним.

Особливості інтерактивних плакатів:

- висока інтерактивність – діалог між лектором та студентами, промовцем і аудиторією;
- простота у використанні – інтерактивний плакат має простий і зрозумілий інтерфейс;
- багатий візуальний матеріал – яскраві анімації явищ і процесів, фотографії та ілюстрації, що дає перевагу над іншими засобами наочності;
- груповий та індивідуальний підхід – дозволяє організувати роботу як з усією аудиторією відразу, так і після виступу;
- інформація представлена у вигляді логічно завершених окремих фрагментів, що дозволяє конструювати лекції чи доповіді у відповідності зі своїми завданнями.

Інтерактивні плакати можна класифікувати за формою і за змістом. Залежно від об'єму матеріалу виділяють одно- або багаторівневу схему побудови інтерактивного плаката. Однорівневий плакат, як правило, є робочою областю і набором різних інтерактивних елементів. Вміст робочої області змінюється залежно від стану інтерактивних елементів (натиснень кнопок, вміст полів введення тексту і так далі).

Багаторівневий плакат складається з певних частин. Перша частина – І рівень містить меню за допомогою якого отримується доступ до інших компонентів плаката. Кожний із компонентів у свою чергу може містити однорівневий плакат або багаторівневий.

Перш ніж приступати до створення плаката, необхідно:

- визначити тему плаката;
- визначити мету і завдання;
- зібрати необхідні мультимедійні матеріали;
- продумати структуру майбутнього плаката та визначити взаємозв'язки елементів і їх розташування.

Інтерактивний плакат можна використовувати під час лекцій, наукових доповідей, виступів-захистів наукових робіт.

4. Онлайн-сервіси та програми для створення презентацій та мультимедійного супроводу публічних виступів. Технічні засоби

Сьогодні є багато онлайн-сервісів й комп'ютерних програм для створення презентацій та візуального супроводу промов, академічних лекцій, наукових доповідей та презентації результатів наукових досліджень. Доступними є вебсервіси для створення мультимедійного, інтерактивного контенту для комунікації, спільної роботи, візуалізації та використання ігрових комп'ютерних засобів навчання:

- *Thinglink, Glogster, Genially* (створення інтерактивних плакатів),
- *Tiki-Toki, Time line JS, Time.Graphics* (створення інтерактивних часових стрічок подій із додаванням фото, аудіо та відеоматеріалів),
- *FreeMind, iMindMap, Mindomo, Mindmeister, Spiderscribe, Coggle.it* (створення ментальних карт тощо),
- *Powtoon.com, Sparkol VideoScribe* (створення анімаційних роликів та відеоскрайбінгу),
- *Mentimeter, Wordart.com, Word it out* (візуалізація, створення хмари слів),
- *Padlet* (віртуальна дошка, на яку можна прикріплювати інформацію),
- *Projeqt* (створення динамічних онлайн-презентацій),
- *Piktochart* (створення презентацій у форматі інфографіки),
- *RenderForest, Popkorn Maker* (створення і наповнення цікавим контентом навчального відео),

- *Movavi Clips, YouCut, VideoShow, PowerDirector, KineMaster, VivaMaster* (відеоредактори),
- *Power Point, PowToon, GoAnimate, Sparkol VideoScribe, Animaker* (створення відеоскрайбінгу),
- *Canva* (інструмент графічного дизайну для створення плакатів, презентацій, інфографіки, буклетів, відео та ін.).

Отже, мультимедійні презентації, інтерактивні плакати, ментальні карти, інфографіка забезпечують візуальний супровід різних жанрів академічної риторики і є засобами налагодження комунікації, утримування уваги й переконання аудиторії. Це невід’ємні елементи публічних виступів, лекцій та інших жанрів різних сфер ораторського мистецтва у сучасному світі.

Питання для обговорення та дискусії

1. З якою метою використовують мультимедійні презентації в академічній риториці?
2. Визначте основні вимоги до мультимедійних презентацій і озвучте правила їх підготовки.
3. На яких особливостях сприйняття інформації зі слайдів ви б наголосили? Чому?
4. Які функції у процесі презентації наукової доповіді виконує інфографіка?
5. Поміркуйте, яким чином можна використати інтерактивний плакат під час презентації результатів наукового дослідження.

Завдання для самостійної роботи

1. Створіть інфографіку, яка б ілюструвала тему доповіді про ваш фах.
2. Підготуйте інтерактивний плакат «Моє наукове дослідження»

Цікавий медіаконтент

1. За покликанням, закодованим у QR-коді, ознайомтеся з різними типами інфографіки, її особливостями й функціями, опануйте алгоритм її створення¹⁰⁶.



2. Кріс Андерсон у книзі «Успішні виступи на TED. Рецепти найкращих спікерів»¹⁰⁷ ділиться прийомами вдалого виступу, звертає увагу на те, як сформулювати зміст й ефективно донести свою думку до аудиторії. Президент і куратор щорічної конференції TED (*технології / technology*), *сфера розваг / entertainment*, *дизайн / design*) дає поради, як підготуватися до виступу, встановити контакт з аудиторією, переконати людей прийняти суперечливі ідеї.

¹⁰⁶ Мідорі Недігер. Що таке інфографіка? Приклади, шаблони та поради з дизайнування інфографіки. *Venngage*. URL: <https://ua.venngage.com/blog/what-is-an-infographic/> (27.08.2019).

¹⁰⁷ Андерсон Кріс. Успішні виступи на TED. Рецепти найкращих спікерів. / пер.з англ. Олександри Асташової. К.: Наш формат. 2016. 256 с.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамович С. Д., Чикарькова М. Ю. Риторика. Київ: Центр навч. л-ри, 2004. 472 с.
2. Академічна риторика: навчально-методичний посібник / Автор. колектив: Сивачук Н. П., Снігур І. М., Санівський О. М. Умань, 2013. 374 с.
3. Андерсон Кріс. Успішні виступи на TED. Рецепти найкращих спікерів / пер. з англ. Олександри Асташової. К.: Наш формат. 2016. 256 с.
4. Белей Л. (2020) Мистецтво переконувати. *Український кризовий медіа-центр*. URL: <https://uacrisis.org/uk/mystetstvo-perekonuvaty>
5. Богдан С. Мовний етикет українців: традиції і щасність. К.: Рідна мова, 1998.
6. Болсунов О. Жести оратора. Жестикуляція оратора. Навчання жестам. URL: <https://oratorske.com.ua/zhesty-oratora-zhestykuliatsiia-oratora-navchannia-zhestam/> (3.07.2022).
7. Володимир Лис про Сократа, Данила Галицького, Фернандо Магеллана, Ісаака Ньютона, Шарлотту Емілі Енн Бронте». Київ: Грані-Т, 2008. 136 сторінок. Серія «Життя видатних дітей».
8. Габідулліна А. Дидактичний дискурс та його мовленнєві жанри. *Мандрівець*. 2005. № 2. С. 63–67.
9. Голуб Н. Б. Стили і жанри педагогічного красномовства. *Педагогічна риторика: історія, теорія, практика: монографія* / [О. А. Кучерук, Н. Б. Голуб, О. М. Горошкіна, С. О. Караман та ін.]; за ред. О. А. Кучерук. Київ: КНТ, 2016. 258 с. С. 69–87, С. 75.
10. Демидюк В. Мистецтво переконання: 10 порад, книги та лекції, які зроблять вас переконливими. *Всвімі*. URL: <https://vsviti.com.ua/interesting/society/132629>. (17.11.2021)
11. Демостен. Українська мала енциклопедія: 16 кн.: у 8 т. / проф. Є. Онацький. Накладом Адміністрації УАПЦ в Аргентині. Буенос-Айрес, 1958. Т. 2: Д Є, кн. 3. С. 322 URL: http://encyclopedia.kiev.ua/vydaniya/files/use/first_book/part3.pdf.
12. Качак Т. Академічна риторика. Силабус навчальної дисципліни. Івано-Франківськ, ПНУ імені Василя Стефаника, 2022. 12 с.
13. Качак Т. Б. Академічна риторика. Методичні рекомендації. Івано-Франківськ, 2023. 84 с.

14. Качак Т. Б., Круль Л. М., Литвин Н. Б. Лекція як основний жанр академічної риторики: порівняння класичної та сучасної моделей. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи*. 2022. Випуск 88. С. 90–95. DOI <https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series5.2022.88.18>
15. Ключек Г. Мистецтво сторітелінгу в сучасній педагогічній риторичі: педагогічна комунікація: проблеми і перспективи. *Дивослово. Українська мова і література в навчальних закладах*. 2015. № 8. С. 39–45.
16. Ключек Г. Риторика слова і слайду. *Всесвітня література*. 2016. № 1. С. 5–7.
17. Ковалинська І. В. Невербальна комунікація. К.: Вид-во «Освіта України», 2014. 289 с.
18. Кулик О. Д. Поняття рефлексії, її сутність та роль у методиці навчання української мови. *Українська мова і література в школі*. № 3. 2014. С. 2–7.
19. Кучерук О. Історія красномовства крізь призму педагогічної риторики: європейський досвід. *Педагогічна риторика: історія, теорія, практика: монографія* / [О. А. Кучерук, Н. Б. Голуб, О. М. Горошкіна, С. О. Караман та ін.]; за ред. О. А. Кучерук. Київ: КНТ, 2016. (258 с.) С. 47 – 68.
20. Кучерук О. Педагогічна риторика як об'єкт наукового дослідження. *Педагогічна риторика: історія, теорія, практика: монографія* / [О. А. Кучерук, Н. Б. Голуб, О. М. Горошкіна, С. О. Караман та ін.]; за ред. О. А. Кучерук. Київ: КНТ, 2016. С. 7–25.
21. Макович Х. Я., Вербицька Л. О., Капітан Н. О. Словник термінів і понять з риторики. Львів, 2016. 140 с.
22. Мацько Л. І. Риторика: [навч. посіб.] / Л. І. Мацько, О. М. Мацько. [2-е вид., стер.]. К.: Вища шк., 2006. 311 с.
23. Микитюк М. В. Риторика. Курс лекцій. Навчальний посібник. Харків, 2004. 154 с.
24. Мідорі Недієр. Що таке інфографіка? Приклади, шаблони та поради з дизайнування інфографіки. *Vennage*. URL: <https://ua.venngage.com/blog/what-is-an-infographic/> (27.08.2019).
25. Мовчан А. Суперечки, у яких не народжується істина. 30 правил деструктивної полеміки у Фейсбуці. *Фокус*. URL: <https://focus.ua/uk/opinions/507234-spory-v-kotoryh-ne-rozhdaetsya-istina-30-pravil-destruktivnoy-polemiki-v-feysbuke> (21.02.2022).

26. Олійник О. Б. Риторика. Навч. посібн. К.: Кондор, 2009, 170 с.
27. Педагогічна риторика: історія, теорія, практика: монографія / [О. А. Кучерук, Н. Б. Голуб, О. М. Горошкіна, С. О. Караман та ін.]; за ред. О. А. Кучерук. Київ: КНТ, 2016. 258 с. Прокопович Теофан. Філософські праці. Вибране; упорядкування та переклад В. Литвинова та ін. К.: Дніпро, 2012. 615 с.
28. Прокопович Теофан. Філософські праці. Вибране; упорядкування та переклад В. Литвинова та ін. К.: Дніпро, 2012. 615 с.
29. Риторика: Навчально-методичний посібник з курсів «Основи риторики» та «Професійна риторика» / Укл. Гузенко І. І. Львів, 2014. 328 с.
30. Риторика: навч. посібн. (упор. Т. К. Ісаєнко, А. В. Лисенко). Полтава: Полт. НТУ, 2019. 247 с.
31. Ружицький Р. Як писати промову. *Школа красномовець*. URL: <https://krasnomovec.club/yak-napisati-promovu/>
32. Ружицький Р. 12 способів як почати промову ефективно, приклади. *Школа красномовець*. URL: <https://krasnomovec.club/sposobi-yak-pochati-promovu/>
33. Сагач Г. Риторика. Навч. посібн. Вид. 2-е, перероб. і доп. К.: Вид. дім «Ін Юре», 2000. 568 с.
34. Сивачук Н. П., Снігур І. М., Санівський О. М. Академічна риторика. Навчально-методичний посібник для студентів-магістрантів. Умань, 2013. 374 с.
35. Софістика (Софізм) – що це таке та навіщо софісти розводять софістику. URL: <https://termin.in.ua/sofistyka-sofizm/> (Дата звернення 13.08.2022).
36. Спанатій Л. С. Риторика: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл., К.: Видавничий дім «Ін Юре», 2008. 144 с.
37. Степура А. Книги про ораторське мистецтво українською мовою. *Майстерня Лева*. URL: <https://masterlev.com.ua/knygy-pro-oratorske-mystetstvo-ukrayinskoyu-movoyu/> (24.03.2021).
38. Сучасна педагогічна риторика: теорія, практика, міжпредметні зв'язки: Зб. наук. праць за матер. наук. семінару / За ред. Т. А. Космеди. Львів: ПАІС, 2007. 268 с.
39. Ткаченко Л. П. Традиції українського академічного красномовства. *Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди «Теорія і методика*

- навчання: проблеми та пошуки». Харків: ХНПУ, 2018. Вип. 14. С. 141–147.
40. Толкунова Н. Гарна вимова. Медіашкола «Новий кадр» URL: <https://www.youtube.com/playlist?list=PLxeiSyIBANyE1DhHnj5MJrX8twNh77hrq>.
 41. Черемшинська Н. Ораторське мистецтво «Майстерність публічних виступів». URL: https://www.youtube.com/watch?v=dqS_BbnLZ7I (26.01.2017).
 42. Шафер Джек. Мистецтво переконання. Дев'ять способів вплинути на людей. *Life*. URL: <https://life.nv.ua/ukr/blogs/mistectvo-perekonannya-9-sposobiv-vplnuti-na-lyudey-50026769.html> (28.11.2019).
 43. Шевчук С. В., Клименко І. В. Українська мова за професійним спрямуванням: Підручник. 2-ге вид., виправ. і доповнен. К.: Алерта, 2011. 696.
 44. Aristotle. Rhetoric. Translated by Roberts, W. Rhys. URL: <https://web.archive.org/web/20150213071234/http://rhetoric.eserver.org/aristotle/index.html> (Дата звернення: 14.08.2022 р.)
 45. *A Synoptic History of Classical Rhetoric*, 2014.
 46. Kashyap Athena & Dyquist Erika. Writing, Reading & College Success: A First-Year Composition Course for All Learnersю Kashyap Athena & Dyquisto Erika. City College of San Francisco. LibreTexts. 2020. URL: [https://human.libretexts.org/Courses/City_College_of_San_Francisco/Writing_Reading_and_College_Success%3A_A_First-Year_Composition_Course_for_All_Learners_\(Kashyap_and_Dyquisto\)/00%3A_Front_Matter/07%3A_Preface](https://human.libretexts.org/Courses/City_College_of_San_Francisco/Writing_Reading_and_College_Success%3A_A_First-Year_Composition_Course_for_All_Learners_(Kashyap_and_Dyquisto)/00%3A_Front_Matter/07%3A_Preface)
 47. Lee J. J. Size matters: An exploratory comparison of small and large-class university lecture introductions. *English for Specific Purposes*. 2009. N 28(1). P. 42–57.
 48. Malavska Valerija. Genre of an Academic Lecture. *International Journal on Language Literature and Culture in Education*. 2016. 3(2). C. 57. DOI: 10.1515/llce-2016-0010
 49. Mason Komay. The Art Of Persuasion: What It Is And How To Practice It. *BetterHelp*. <https://www.betterhelp.com/advice/persuasion/the-art-of-persuasion-what-it-is-and-how-to-practice-it/> March 29, 2022.
 50. Roochnik David. Is Rhetoric an Art? *Rhetorica: A Journal of the History of Rhetoric*. 1994. Vol. 126. N. 2 (Spring). P. 127–154.

51. Thompson S. Frameworks and contexts: A genre-based approach to analysing lecture introductions. *English for Specific Purposes*. 1994. N 13(2). P. 171–186.
52. Zivkovic Branka & Vukovic-Stamatovic, Milica. Is investigating discipline-specific academic lecture introductions a goal worth pursuing? A corpus-based study of the rhetorical organization of mathematics lecture introductions. *Revista signos: Estudios de Lengua y Literatura*. 2021. Vol. 54. N 105. P.120–140. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-09342021000100120>.

ПОКАЖЧИК ТЕРМІНІВ І ПОНЯТЬ

- Академічна риторика 20
Академічна суперечка 180
Акція 71
Алгоритм самоаналізу виступу 100
Аналіз публічного виступу 166
Аргумент 89
Аргументація 91
Аудиторія 181
Види риторики 18–19
Виразність мовлення 101
Головні риси академічного красномовства 21
Дебати 183
Дипломна робота 175
Дискусія 182
Диспозиція 69
Диспут 183
Евристика 32
Елоквенція 70
Елокуція 70
Емблеми 116
Емоційні (психологічні) аргументи 89
Еристика 180
Етос 65
Жанри академічної риторики 21, 139
Жанри педагогічного спілкування 142
Жести 111
Закон ефективної комунікації 83
Закон моделювання аудиторії 76
Закон ступеневої послідовності 73
Закони академічної риторики 72
Засоби керування увагою аудиторії 133
Інвенція 69
Інтерактивний плакат 202
Інфографіка 201
Історична риторика 27
Кінесика 111
Класична риторика 10
Композиція (структура) промови 158
Контакт зі слухачами 128
Концептуальний закон риторики 74
Красномовство 6
Культура мовлення 101
Курсова робота 173
Лекція 143
Логічні аргументи 89
Логос 63
Меморія 71
Мета промови 156
Міміка 113
Мовленнєвий закон риторики 81
Напрямки риторики 8
Наукова доповідь 170
Наукова стаття 172
Науковий результат 172
Науковий текст 170

Наукові дослідження 172	Промова 96, 153
Невербальна комунікація 107	Пропонент 180
Невербальні засоби під час виступу 108–109	Просодика 110
Неориторика 11	Риторика 5, 6, 9
Окулесика 114	Риторична культура 26
Опонент 180	Риторична ситуація 62
Ораторська майстерність 6	Системно-аналітичний закон 84
Ораторське мистецтво 6	Стислість мовлення 101
Паралінгвістичні засоби 109	Стратегічний закон риторики 78
Пафос 67	Структура академічного красномовства 22
Педагогічна риторика 22	Тактичний закон риторики 79
Переконання 87	Теза 88
План промови 157	Тема промови 154
Поза 117	Теоретична риторика 27
Полеміка 182–183	Топос 67
Правильність мовлення 101	Точність мовлення 101
Практична риторика 27	Увага слухачів 133
Презентація 189	Ясність мовлення 101
Проксеміка 119	

Навчальне видання

КАЧАК Тетяна Богданівна

АКАДЕМІЧНА РИТОРИКА

Підручник для здобувачів вищої освіти

Качак Тетяна Богданівна, докторка філологічних наук,
професорка кафедри початкової освіти
Прикарпатського національного університету
імені Василя Стефаника

Дизайн обкладинки *Андрія Іваньо*
Комп'ютерна верстка *Ярослави Король*
Коректура

Підписано до друку
Формат 60х84/16. Умовн. друк. арк. 12,55.
Тираж прим. Зам.

Видавець: Видавництво «Місто НВ»
76000, м. Івано-Франківськ,
вул. Б. Лепкого, 29.
Тел.: (0342) 55-94-93.

*Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ІФ № 9 від 02.02.2001 року*

Віддруковано: Друкарня «Місто НВ»
76000, м. Івано-Франківськ,
вул. Б. Лепкого, 29.





Тетяна Качак – докторка філологічних наук, професорка Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, лауреатка Івано-Франківської обласної премії в номінації «Молодий вчений року» (2012 р.), педагогічної премії імені Мирослава Стельмаховича (2022 р.). Член

міжнародного товариства дослідників дитячої літератури International Research Society For Children's Literature (IRSCL), Голова Івано-Франківської філії Центру дослідження літератури для дітей та юнацтва. Експертка і член журі у номінації «Література для дітей та юнацтва» літературних конкурсів і премій, авторка і організаторка проєктів з промоції дитячого і юнацького читання («Літературна кавалерка», «Літературна академія»).

Авторка монографій «Художні особливості жіночої прози 80-90-х років ХХ ст.» (2008), «Тенденції розвитку української прози для дітей та юнацтва початку ХХІ ст.» (2018); підручників «Зарубіжна література для дітей» (2014, у співавторстві з Л. Круль), «Українська література для дітей та юнацтва» (2016, 2018), «Українська література. Підручник для 5 класу НУШ» (2022, у співавторстві з О. Тебешевською), «Літературна освіта молодших школярів» (2023); навчально-методичних посібників для студентів та публікацій літературознавчого, науково-методичного та літературно-критичного характеру; укладачка антологій «Пригоди й подорожі в шкільному курсі літератури», «Фантастика й реальність у шкільному курсі літератури» (2021, у співавторстві з О. Тебешевською). У її доробку – курси лекцій та навчально-методичне забезпечення до дисциплін «Дитяча література з методикою навчання літературного читання», «Літературна освіта молодших школярів», «Академічна риторика»; вебінари та курси підвищення кваліфікації для вчителів та викладачів закладів професійної та вищої освіти.