

Гузенко І.І.

Риторика як предмет.

Закони і жанри риторики

Лекція з навчальної дисципліни

«ОСНОВИ РИТОРИКИ»

для студентів спеціальностей:

242 – «Туризм»

073 – «Менеджмент»

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

на засіданні кафедри

гуманітарних дисциплін

«31» серпня 2018 р. протокол № 1

Зав. кафедри _____ проф. О. А. Полянський

ЛЕКЦІЯ 1. Риторика як предмет.

Закони і жанри риторики

1. Предмет і основні завдання риторики.

2. Вимоги до вживання риторичного слова у спортивній сфері.

Ораторські вміння і навички у контексті професійної діяльності спортсмена.

3. Закони риторики:

3.1. Концептуальний.

3.2. Моделювання аудиторії.

3.3. Стратегічний.

3.4. Тактичний.

3.5. Мовленнєвий.

3.6. Ефективної комунікації.

4. Жанри риторики:

4.1. Академічний.

4.2. Соціально-побутовий.

4.3. Лекційно-агітаційний.

4.4. Дипломатичний.

4.5. Військовий.

4.6. Рекламний.

1. Предмет і основні завдання риторики

Наша свідомість, можливо, й не зводиться до слів, але донести до людей свої думки, емоції та побажання ми можемо лише у формі слова. Мова фіксує наші знання про світ і дає змогу виразити ставлення до нього. Вона є основним засобом спілкування людей.

Виступаючи перед іншими, людина виражає й утверджує себе, водночас впливаючи на слухачів. Слово "**красномовство**" й означає гарне, красиве мовлення, яким милуються слухачі. По суті, воно — сила, з допомогою якої вдається впливати на оточуючий світ, змінювати його, реалізуючи своє власне бачення життя. Можна, щоправда, нажити через гострий язик чимало ворогів, але той, хто добре говорить, здатний і своїх ворогів перетворити на друзів. Про силу слова свідчить народна

мудрість: "Немає нічого солодшого від язика; немає й нічого більш гіркого, ніж язик". Буває, що цілі угруповання, верстви суспільства або й народи перебувають під впливом обдарованих красномовців, які отримують в такий спосіб владу над свідомістю інших.

Риторичне слово вживається не лише в офіційних сферах. Без риторики не може обійтися ані проповідник, ані викладач, ані державний діяч, ані юрист, ані бізнесмен. Чим більше розвинуте суспільство, тим більше в ньому цінується вміння володіти словом. Недаремно у народі здавна живе вислів "золоте слово". Старогрецький філософ Аристотель казав, що дар мовлення має характер загальності й виявляється за найрізноманітніших обставин.

Юрист, який покликаний здійснювати законність і не вміє словесно довести свою позицію, опиняється за межами своєї професії. У його руках — доля людини, яка може бути помилково звинувачена; він спроможний захистити суспільство від злочинця. І невправне володіння словом означає в певній ситуації безвідповідальність і непрофесіоналізм.

Політик-оратор, що не в змозі запалити словом маси, приречений на невдачу. А відповідальність його значно більша, аніж відповідальність юриста: від політика залежить доля суспільства, принаймні значної групи людей.

Викладач середньої чи вищої школи, якого не може слухати аудиторія, починає шукати іншу роботу. Тут не порятує навіть блискуче знання свого предмета з суто наукового боку: треба вміти ще й зацікавити ним людину. Хто ж з викладачів не відчуває живу потребу вміти говорити з аудиторією?

Релігійний проповідник, який не вміє надихати людей словом, втрачає авторитет духовного лідера своєї громади. "Німий" проповідник — це справжній нонсенс століть. Духовна особа, яка не спроможна донести палання священного вогню до свідомості своїх слухачів, безперечно, посідає не своє місце.

Бізнесмен, який покладається лише на силу грошей і матеріальні чинники, ризикує позбутися клієнтури чи партнерів, які знайдуть собі менеджера чи продавця більш приємного і ввічливого.

Закоханий, який не в змозі викласти свої почуття, може залишитися непочутим. Кожен знає, як важко знайти потрібні слова для висловлення почуттів, як важливо бути почутим саме цією, однією в світі людиною.

Батько, який виховує сина не словом, а ременем, ризикує породити не розуміння, а ненависть. Скільки сімей навколо страждають через те, що між їхніми членами запановує непорозуміння, напруженість, які часто переростають у неприязнь, сварки, а то й огидну відверту ворожнечу. Сім'я, в якій не знаходиться слів для порозуміння, дуже швидко перестає бути сім'єю і перетворюється на гуртожиток, у якому випадково зібралися різні за духом та інтересами люди.

Красномовство — це мистецтво, розкута гра словом, якою можна милуватися, як милуються виступом артиста. Часом такий дар проявляється сам по собі, від природи. "Людина з черги", яка розважає себе та інших, може викликати іноді справжнє захоплення, хоча вона не вивчала правил вживання лексики чи побудови синтаксичних конструкцій. Водночас риторика — це ще й наука про способи переконання та ефективні форми впливу на аудиторію з урахуванням її особливостей. Риторика (від грец.) — наука про ораторське мистецтво, красномовство.

У системі освіти європейського суспільства доля риторики не була стабільною. Останні два століття, наприклад, були позначені згасанням інтересу до неї. У XIX ст. висловлювалася навіть думка: якби риторику за традицією не продовжували вивчати в навчальних закладах, вона давно б вмерла. Увага філологів була зосереджена здебільшого на художніх творах і поетиці, а не на риториці.

Поетика й риторика мають між собою чимало спільного (особливо якщо йдеться про використання риториками поетичних прийомів). Слово художнє і слово повсякденне не тотожні. Якщо в поетичному слові важлива полісемія (багатозначність), то в повсякденному житті цінується точність вислову. Тому теорію художньої мови вивчає *поетика*, а закони красномовства — *риторика*. Художнє слово створює образ дійсності, побудований на емоційному переживанні. Слово риторичне, не уникаючи образу, ґрунтується здебільшого на чіткому, конкретному значенні. Риторика взаємодіє з іншими науками. Так, *мовознавство* озброює її знанням законів формування та розвитку людського мовлення. *Літературознавство* відкриває закони творення художнього образу словесними засобами. *Філософія*

вводить у світ інтелектуально-духовного пошуку людства, а окремі філософські дисципліни ознайомлюють із цінностями моралі (*етика*), принципами розуміння та творення прекрасного (*естетика*), законами мислення (*логіка*). *Психолінгвістика* допомагає зрозуміти, наскільки вибір слова зумовлено емоційно-вольовим станом людини. *Психологія* дозволяє ораторові контролювати власний душевний стан і настрої аудиторії; зокрема когнітивна психологія відкриває можливості осягнення світу через слово. *Фізіологія* знайомить з мовним апаратом, його можливостями та механізмом творення голосу. Допомагає ораторові оволодіти голосом і поставою, жестикуляцією й мімікою така дисципліна, як методика виразного читання.

2. Вимоги до вживання риторичного слова у спортивній сфері.

Ораторські уміння і навички у контексті професійної діяльності спортсмена

Визначимо комплекс вимог до оратора, що склався за століття розвитку ораторського мистецтва.

1. Оратор повинен чітко визначити тему свого виступу і не відхилятися від неї. Основна думка виступу повинна поступово розгортатися у процесі промови, що й буде розкриттям теми.
2. Виступ на спортивну тематику повинен порушувати проблему, яка хвилює людей в аудиторії, є актуальною або, принаймні, несе в собі нову й потрібну слухачеві інформацію. Водночас знавець лише свого предмета швидко надокучить слухачам. Отже, загальна ерудиція, обізнаність у різних галузях науки та культури в жодному разі не завадять.
3. Аудиторія очікує від оратора духовного насичення, чіткого визначення моральних оцінок. Ситуація вимагає від оратора вміння чітко визначитися щодо своїх уподобань і бажань. Позиція оратора повинна бути зрозумілою для аудиторії: промовець, який "напускає туману", приховуючи власну точку зору, ризикує не лише породити підозріння у нещирості, а й просто залишитися незрозумілим.
4. Оратор повинен зважати на те, чого від нього очікує конкретна аудиторія (учні, студенти-спортівці, тренери тощо), думати, насамперед, не про власний успіх; а зважати на те, що відбувається у свідомості слухача.

5. Мета промови — досягнути прихильної реакції аудиторії. Оратор повинен бути насамперед співрозмовником, тому за інтонацією промова повинна нагадувати звичайну бесіду.

6. Ораторові необхідно хоча б іноді використовувати метод імпровізації: адже матеріал потрібно викладати невимушено, вільно і цікаво.

7. Оратор повинен контролювати свою поведінку під час виступу (погляд, голос, міміку, жести), постійно підтримувати духовно-емоційний контакт з аудиторією.

3. Закони риторики

3.1. Концептуальний закон

Концептуальний закон — базовий закон риторики, який становить перший крок ідеомовленнєвого циклу — винайдення задуму, ідеї (створення концепції). Цей закон передбачає пошук істини шляхом всебічного аналізу предмета.

Повноцінна мисленнєво-мовленнєва діяльність людини починається з оволодіння нею концептуальним законом, за допомогою якого людина вчиться передбачати наслідки своїх дій як найближчим часом, так і у перспективі, визначатися з метою своєї діяльності, виокремлювати головне, логічно вибудовувати власну діяльність. Знання цього закону дає можливість людині виробити в себе повагу до думки, адже без розвитку інтелекту неможливий прогрес суспільства, неможливо розв'язувати сучасні проблеми.

Концепція — це система знань про предмет, виражена у стислій, короткій формі.

Мислителі давнини відзначали таке: „Мовлення повинне розцвітати й розгортатися тільки на основі повного знання предмета, а якщо за ним не стоїть зміст, засвоєний та пізнаний оратором, тоді словесне його вираження уявляється пустопорожньою і навіть дитячою балаканиною”.

Таким чином, знання і застосування концептуального закону риторики забезпечують людині необхідний рівень компетентності й професіоналізму.

3.2. Закон моделювання аудиторії

Закон моделювання аудиторії передбачає системне вивчення аудиторії на основі *соціально-демографічних, соціально-психологічних та індивідуально-особистісних ознак*. Психологи звертають увагу на такий важливий момент встановлення контакту з аудиторією, як оцінка ораторської ситуації — позитивна чи негативна модель — з позиції оратора й аудиторії. Кожен з них прогнозує ситуацію, зважаючи на свій досвід й інші індивідуальні особливості.

Реалізація позитивної моделі спілкування лектора зміцнює впевненість у своїх силах, а негативні моменти активізують його захисні психологічні чинники: підвищується увага, загострюється чутливість, що може призвести до стресової ситуації, знижується творче самопочуття, виникають зневіра, хвилювання, страх перед аудиторією. Досвідчений оратор прагне тримати на видноті свою аудиторію. Для цього він готує набір цікавих фактів, наочний матеріал, змінює тональність розмови, виключає або адаптує складний матеріал тощо.

Соціально-демографічні ознаки є першим ступенем вивчення аудиторії. До цієї групи можна віднести такі ознаки: стать, вік, національність, освіту, професію, склад сім'ї. Цих ознак недостатньо, щоб скласти психологічний портрет аудиторії.

До соціально-психологічних ознак можна віднести такі: мотиви поведінки, потреби, рівень розуміння предмета.

Індивідуально-особистісні ознаки спрямовані на розкриття особливостей кожного суб'єкта зокрема, способу мислення, особливостей характеру, типу темпераменту, ступеня розвитку основних функцій — інтелектуальної, емоційної тощо.

Соціально-демографічні та соціально-психологічні ознаки аудиторії необхідно вивчати ще на підготовчому етапі (до безпосереднього спілкування), тобто прогнозувати їх, якщо відомий конкретний адресат. *Індивідуально-особистісні* ознаки вивчаються під час безпосереднього спілкування залежно від тривалості спілкування.

Значущість закону моделювання аудиторії полягає не лише у тому, що на його основі можна створити цілісний психологічний портрет аудиторії (вичерпно

вивчити аудиторію), але і в тому, що цей закон відкриває можливість впливу на аудиторію з метою її розвитку.

3.3. Стратегічний закон

Стратегічний закон передбачає системну побудову програми впливу на конкретну аудиторію.

Стратегія (програма дій) характеризується динамічністю, гнучкістю. Концепція може мати декілька стратегій залежно від аудиторії (на кожну аудиторію розробляється певна програма дій). Наприклад, можна розробити концепцію предмета (культурологія, історія, риторика та ін. як засоби розвитку людини) і виробити декілька стратегій: насамперед створити стратегію за роками навчання — на один рік, другий, третій і т. д., орієнтуючись на певну аудиторію, далі розробити стратегію уроків як більш конкретний етап реалізації концепції.

З яких компонентів складається стратегія?

Завдання — плановий результат впливу на аудиторію (що пояснити, розтлумачити, аргументувати і в чому переконати). Коли визначено завдання (що я хочу отримати, чого домагаюсь від тієї чи іншої аудиторії), необхідно вичленувати з концепції коло запитань, орієнтованих на аудиторію, проаналізувати їх і сформулювати власний підхід до пошуку відповідей на них.

Формулювання тези — система коротких відповідей суб'єкта на поставлені запитання.

Стратегія, хоча й становить певну конкретизацію концепції все ж є досить загальним явищем, яке потребує подальшої конкретизації: розгортання тези та її обґрунтування, залучення з аудиторії однодумців, нейтралізації противників, схиляння на свій бік тих, хто вагається. Для цього необхідний наступний крок, роль якого відведена тактичному закону риторики.

3.4. Тактичний закон

Тактичний закон передбачає систему дій з підготовки ефективної реалізації стратегій. До складових цього закону належать аргументація і активізація мислення аудиторії.

Ефективність аргументації залежить від певних умов:

— компетентності аргументатора в обговорюваних питаннях;

— наявності в аргументатора філософсько-логічної бази (теоретична підготовленість та вміння логічно мислити);

— керування власними емоціями та почуттями, які не повинні впливати на логічну діяльність, а використовуватись як посилення;

— знання аргументатором особливостей аудиторії, зокрема, її здатності до сприйняття аргументації (нахили, потреби, інтелектуальні можливості, тощо).

Звернемося до другої частини тактичного закону — активізації мовленнєвої та почуттєво-емоційної діяльності аудиторії.

Активізація передбачає таку послідовність дій:

— зацікавити аудиторію;

— викликати аудиторію на роздуми;

— вивести аудиторію на рівень обговорення.

Перший крок — *зацікавити аудиторію* — досягається використанням:

а) аудіовізуальних засобів (графіки, таблиці, малюнки, схеми), динамічних (відеоматеріали і т. ін.). Використання цих засобів концентрує увагу слухачів, знімає втому, вони краще засвоюють інформацію;

б) реклами;

г) проблемного введення матеріалу, який дозволяє суб'єктові з перших хвилин спілкування оволодіти увагою аудиторії за допомогою проблемних питань, доцільних афоризмів, анекдотів, чітко сформульованого завдання, активного спілкування, захоплюючих, яскравих прикладів.

Завдяки першому кроку активізації можна зняти байдуже ставлення, викликати особистісну потребу спілкування.

Суть наступного кроку активізації — *викликати аудиторію на роздуми* — полягає в тому, щоб створити у слухачів потребу обмінятися думками щодо обговорюваних питань. Це досягається логічними та психологічними методами.

До логічних методів ми відносимо способи розгортання тези:

— спіральний спосіб (багаторазове повторення тієї самої думки, але кожного разу при цьому збагаченої новою інформацією), який можна застосувати для

непідготовленої, конфліктної аудиторії;

— ступеневий спосіб (від загального до конкретного і навпаки).

Розгортання тези від загального до конкретного орієнтоване на підготовлену аудиторію, розгортання тези у зворотному порядку — на менш підготовлену аудиторію;

—соціативний спосіб (розгортання тези у вигляді поєднання у свідомості різних образів), який можна застосовувати в аудиторії, де домінують люди з образним мисленням (в дитячій аудиторії).

До психологічних методів активізації належать такі:

— „запитання — відповідь”. Такий метод допомагає зосереджувати увагу аудиторії на важливих моментах спілкування, перевіряти засвоєння матеріалу за допомогою запитань;

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

Третій крок активізації — *виведення аудиторії на рівень обговорення та прийняття рішення* — досягається логіко-психологічними та аудіовізуальними методами.

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

Отже, активізація мисленнєвої та почуттєво-емоційної діяльності аудиторії — це система дій, завдяки якій суб'єкт забезпечує аудиторії найглибший рівень пізнання того чи іншого питання, наслідком чого є повноцінний двосторонній процес спілкування суб'єкта та аудиторії.

Отже, тактичний закон дозволяє суб'єктові знайти ефективні засоби впливу на аудиторію.

Розглянуті чотири закони риторики (концептуальний, закон моделювання аудиторії, стратегічний, тактичний) спрямовані на розвиток інтелектуального центру (мисленнєвих здібностей людини), таких якостей, як самостійність, самокритичність, глибина, ерудиція, гнучкість, відвертість мислення. Знання й застосування цих законів сприяє розвитку ефективного мислення. Отже, риторика передусім вчить людину грамотно мислити: „Все, що хочеш сказати, розглянь перш за все в голові

своїй, боу багатьох язык передує і самій думці” (Ісократ); „Перш ніж випустити слова з нижньої частини голови, пропусти їх спочатку через верхню частину” (Цицерон).

3.5 Мовленнєвий закон

Мовленнєвий закон передбачає вираження думки в дієвій словесній формі (ДСФ). ДСФ становить систему комунікативних якостей мовлення (правильність, виразність, ясність, точність, багатство, образність, стислість, доцільність).

Зупинимось на характеристиці деяких комунікативних якостей мовлення.

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

Основними шляхами, які сприяють розвитку правильності мовлення, є тренінги (власні вправи), робота із словниками та лінгвістичною літературою, написання листів, слухання та аналіз взірцево правильного мовлення, про що писали класики риторичного мистецтва, зокрема Феофан Прокопович та ін.

Виразність — комунікативна якість, завдяки якій здійснюється вплив на емоції та почуття аудиторії. До засобів виразності можна віднести засоби художньої образності (порівняння, епітети, метафори і т. ін.), фонетичні засоби (інтонація, тембр голосу, темп мовлення, дикція), приказки, прислів'я, цитати, афоризми, крилаті слова та вирази, синтаксичні фігури (звертання, риторичне запитання, градація, повтор, період).

Дієва словесна форма виявляється і в такій мовленнєвій якості, як **ясність**.

Основний шлях розвитку ясності мовлення — сам процес спілкування. Практика свідчить, що чим частіше суб'єкт вступає в процес комунікації, тим більше уваги він приділяє роботі над своїм мовленням, зокрема над ясністю, оскільки від цього також залежить досягнення поставленої ним мети. Ясність мовлення зумовлена точністю мовлення. Від точності слів залежить точність дій людей: „Вірно визначаєте слова, і ви звільните світ від половини непорозумінь” (Декарт).

Точність мовлення розвивається в роботі із словниками, навчальною, науковою літературою, шляхом аналізу власного та чужого мовлення.

Точність тісно пов'язана із стислістю.

Стислість формує вміння говорити суттєво. На це вміння давні греки звертали особливу увагу: „Все, що ви сказали спочатку, нами забуте, бо це було давно. А кінець вашого мовлення нам не зрозумілий, бо забутий початок”. Зокрема, виступи спартанців відзначалися стислістю, максимальним лаконізмом. За легендою, мати, проводжаючи сина на війну, казала: „Повертайся зі щитом чи на щиті”.

Дієвість словесної форми визначається її доцільністю.

Основний спосіб розвитку **доцільності мовлення** — виступ з однією й тією самою темою в різних аудиторіях. Ця якість шліфує мовнечуття суб'єкта, допомагає ефективно керувати поведінкою аудиторії (знімати роздратування, викликати почуття симпатії, створювати стан впевненості).

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

3.6. Закон ефективної комунікації

Закон ефективної комунікації передбачає систему дій суб'єкта з метою налагодження контакту на всіх етапах риторичної комунікації як необхідну умову ефективної реалізації продукту мисленнєво-мовленнєвої переконуючої діяльності.

Контакт — це „спілкування без перешкод”, це вищий рівень спілкування, який характеризується взаємодією поведінки суб'єкта й аудиторії.

З метою встановлення і збереження контакту необхідна така система дій:

— *управління поведінкою аудиторії;*

— *управління власною поведінкою.*

Управління поведінкою аудиторії передбачає вміння зчитувати інформацію, яка йде від аудиторії через різні стимули (обличчя, очі, жести, міміка, поза, запитання, репліки тощо), і чітко реагувати на неї. Названа дія дає можливість

суб'єктові підтримувати зворотний зв'язок протягом усього процесу риторичної комунікації.

Управління власною поведінкою передбачає уміння суб'єкта узгоджувати свої жести, міміку та інші рухи тіла із задумом. Суб'єктові слід уміти регулювати свої рухи, щоб вони не заважали, а „працювали” на головну думку, сприяли її чіткому вираженню. Окрім того, оратор повинен володіти своїм психологічним станом: не підвищувати голос, не чіплятися до слів, не ображатися, а бути стриманим, терплячим, уважним, доброзичливим.

4. Жанри риторики

4.1. Академічний жанр

Академічне красномовство — це ораторська діяльність науковця та викладача, який доповідає про результати дослідження або популяризує досягнення науки. Воно застосовується у шкільній (різних рівнів) і науковій аудиторіях. Античне академічне красномовство було досить невимушеним. Так, Аристотель міг читати лекції під час прогулянок з учнями. Проте з часом школа ставала все більш регламентованою і до Vст. н. е., усталився навіть тип лекції. В Європі академічне красномовство почало динамічно розвиватися в середньовічних університетах (лекція та диспут були домінуючими формами). Але особливого розквіту набуло воно в післяренесансний період. Ускладнюється робота вищої та середньої шкіл, виникає наукова педагогіка (Ян Амос Коменський).

В Україні зародження академічного красномовства пов'язано з функціонуванням Острозької школи та Києво-Могилянської Академії. Згодом воно розвивається у стінах кількох університетів (Київського, Львівського, Харківського та ін.).

Видатні науковці, зокрема Феофан Прокопович, Григорій Сковорода, Петро Могила та ін. були не лише творцями, а й пропагандистами наукових знань, які прагнули наблизити до народних мас.

Академічне красномовство поділяється на три види;

- 1) власне академічне (наукова доповідь, реферат, огляд, дискусія);
- 2) красномовство вищих навчальних закладів (лекція, цикл лекцій);

3) шкільне красномовство (шкільна лекція, розповідь, опис, бесіда тощо).

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

Лекція — основний жанр академічного красномовства. Це монологічний вид виступу, але аудиторія повинна не лише слухати, а й активно сприймати матеріал. Для цього існує певна система методів: наприклад, проблемний виклад теми, коли лектор не дає готових оцінок, а подає різноманітні точки зору, що існують у науці та можуть навіть суперечити одна одній — це провокує інтерес слухачів до матеріалу та їх розумову активність.

Досвідчені викладачі послуговуються також різноманітними формами діалогу із слухачами: колоквіум, дискусія, диспут, усна рецензія, обговорення і т. ін.

4.2. Соціально-побутовий жанр

Соціально-побутове красномовство — це влучне, гостре або урочисте слово з приводу якоїсь важливої події у приватному житті або у певній ситуації.

До нього відносять ювілейну, похвальну промову, надмогильну, усну побутову оповідь, тост (застільна промова), анекдот тощо. Соціально-побутове красномовство має яскраво виражені національні традиції, виступає частиною національної духовної культури народу.

За античною класифікацією урочисте красномовство було найважливішим. Його потрібно розглядати як частину побуту повсякденного життя разом із святами, ювілеями, іменинами, похованнями.

Так, у греків красномовство зародилося в архаїчний період, коли вдала промова могла змінити розклад політичних сил і забезпечити важливі переваги. В "Іліаді", де оспівано похід греків на Трою, перевагу віддано, насамперед, урочистому красномовству, що межує з політичним (воєнним), але більше стосується внутрішніх відносин між членами грецької громади. Царі-вожді повинні були вміти публічно виступати на зібранні, як Одісей, що виголошує своє слово, жваво жестикулюючи. Старець Нестор названий у Гомера "громомовним вітією", водночас йому належать

слова "солодкі, мов мед". Греки вбачали у здібності до красномовства "дар богів", але з давніх-давен вказували на потребу виховання у вождя мовних здібностей.

Як особливий жанр в античності набуло сили надгробне слово, яке існувало в усній формі (пригадаймо промову Перікла, присвячену безсмертній пам'яті афінських синів, які полягли в бою). Письмова форма — віршова — утворила в цій сфері особливий жанр лірики — епітафію (наприклад, "У цій бо могилі лежить рятівник Симоніда з Кеосу. Мертвий живому добром відплатив за добро").

Фахівці відзначають велику роль побутового красномовства у розвитку ораторських здібностей мовця, зокрема вчителя, який повинен діяти адекватно ситуації, переконливо, впливово, у найрізноманітніших соціально-побутових ситуаціях виховувати комунікативну культуру своїх учнів, вихованців.

Неперевершеним розповідачем усних гумористичних оповідань був український письменник Остап Вишня, блискучі „вечірні розмови” тривалий час вів із слухачами й читачами газет незабутній Максим Рильський.

4.3. Лекційно-агітаційний жанр

Лекційно-агітаційне красномовство активно розвивалося у 30-80-ті роки ХХ ст., але у 90-ті роки через соціально-політичні зміни переживає певний кризовий період.

Це ораторське мистецтво включає кілька видів.

Науково-популярні лекції містять у собі, крім логічно побудованого наукового змісту, елементи експресивно-емоційні, які сприяють формуванню переконання. Вчитель може виступити і як оратор, і як полеміст, майстерно й доцільно використовуючи елементи науково-теоретичної, науково-популярної, науково-методичної лекцій. Доцільно активно використовувати діалогічні й полілогічні форми комунікації, що стимулюють мисленнєву та комунікативну діяльність учнів, студентів.

Лекція-інформація містить у собі повідомлення про невідомі слухачам факти, є найпоширенішим видом у лекційній діяльності вчителя, викладача ВНЗ (вищого навчального закладу).

Лекція-інструктаж готує слухачів до виконання якоїсь роботи, виокремлюється методичною спрямованістю.

Лекція-показ — розповідь про певні методи роботи із показом того, як необхідно цю роботу виконувати.

Лекція-бесіда має діалогічну спрямованість, тому що мовець долучає до інтелектуальної співтворчості аудиторію, чим значно активізує її увагу, інтерес до обговорюваних проблем.

Лекція-репортаж є розповіддю про побачене під час екскурсії, подорожі історико-культурними місцями, враження від зустрічі з цікавою людиною тощо.

Лекція-спогад присвячена подіям історії, учасником чи свідком яких був оратор. Вона виокремлюється значним ступенем інтимізації процесу спілкування, довірливістю, емоційністю, яскраво виявляє духовно-інтелектуальний світ мовця, систему його цінностей, запити, потреби.

Педагог-оратор повинен володіти особливостями усіх цих видів та підвидів лекційно-пропагандистського красномовства, відчуваючи потреби аудиторії, формуючи своїм живим словом високі громадсько-політичні інтереси слухачів, їхню життєву позицію в умовах гуманізації та демократизації освіти.

4.4. Дипломатичний жанр

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

Дипломатичне красномовство включає в себе такі два основні види:

- 1) промова на міжнародній конференції;
- 2) промова в процесі дипломатичного акту.

Дипломатичне красномовство вимагає від оратора високого рівня мисленнево-мовленневої та комунікативної культури, зокрема абсолютно правильної вимови, вільного володіння рідною та іноземною мовами, ясності мислення і мовлення, точності, стислості, доцільності мовлення, розвиненого

чуття мови, високого загальнокультурного рівня, освіченості, інтелігентності, індивідуального стилю мовлення, спілкування, думок, ідей, пропозицій.

Дипломатичне красномовство в Україні сьогодні активно розвивається, закладаються основи українського національного красномовства дипломатів суверенної незалежної держави, яка посідає гідне місце на міжнародній арені.

Красномовство людини, яка повинна ефективно діяти словом у різних комунікативних ситуаціях, зокрема під час спілкування з іноземцями, повинна містити елементи дипломатичного красномовства, яке дозволить досягнути поставленої мети шляхом професійного володіння живим переконуючим словом.

4.5. Військовий жанр

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

Українське військове красномовство найяскравіше подане в ораторській спадщині часів Запорізької Січі, у документах, матеріалах, спогадах провідних військових діячів періоду Великої Вітчизняної війни, коли хід військових подій часом безпосередньо залежав від сили переконуючого слова командувача.

Усім пам'ятне військове красномовство князів Київської Русі, котрі завжди попереджували ворогів про те, що йдуть на них війною: „Йду на ви!”

Мова військових відзначається лаконізмом, наближеністю до розмовного мовлення, насиченістю, прислів'ями, приказками, афоризмами, оригінальністю, доцільністю, кмітливістю, дотепністю.

Військове красномовство має кілька основних різновидів: промова-наказ, інструктивна промова, виступ на військово-політичну тему, заклик. Комісари Великої Вітчизняної війни активно використовували такий різновид військового красномовства, як бесіда перед боєм, щира бесіда після бою, де

послугувалися емоційно-психологічними чинниками, зокрема гумором, гострим дотепним слівцем.

4.6. Рекламний жанр

Рекламне красномовство — один із різновидів соціально значущого красномовства, що активно розвивається на Заході і починає розвиватися у незалежній демократичній Україні.

Рекламне мовлення на Заході розуміється як особлива сфера практичної діяльності, продуктом якої є словесний твір — рекламний. Його основні риси — зміст і зовнішнє оформлення. У рекламі наявні елементи правових та етичних характеристик. Друкована реклама має на меті привернути увагу покупця, зацікавити, викликати бажання придбати товар, що рекламується. Логічна сторона тексту підпорядкована естетичній, вона повинна бути максимально зручною для сприйняття, а також бути чіткою, привабливою, емоційною, як певний вид кодових ідеологічних текстів.

Рекламне красномовство в Україні робить перші кроки на шляху завоювання як внутрішнього, так і зовнішнього ринку, йому ще бракує професіоналізму, культури, інколи зраджує почуття міри й смаку, вже з'являються свої штампи, кліше, які не приваблюють аудиторію, відлякують „крикливістю”, наполегливістю.

Викладач повинен глибоко вивчати, аналізувати такі аспекти діалогу, як логічний (суттєва форма мислення), соціологічний (між різними соціальними групами), лінгвістичний (роль слова у діалогічному спілкуванні, сутність словесної творчості, структура, функції мови), психологічний (аналіз душевного стану співрозмовників), історичний досвід (осмислення багатючих за змістом, яскравих за формою взірців), педагогічний (вчити вести творчий діалог, прищеплювати бажання висловлювати ідею, ділитися своїми думками, переконаннями, формувати почуття поваги до співрозмовника), політологічний (ідейно-політичний аспект діалогу, застосування, з'ясування ідейно-політичних моментів у різних формах діалогу).

Такою є загальна схема розподілу жанрів ораторського мистецтва на основні роди й види. Вона, звичайно, дещо спростовує реальну дійсність і не дає можливості побачити всю багатоманітність живого мовлення, спілкування з метою формування переконань на традиціях як античного світу, так кращих набутоків світової і національної риторичної спадщини.

Усі жанри мовлення, як величне й невмируще досягнення культури давнього світу, тісно й органічно пов'язані із суспільно-політичним життям, побутом, виражають ментальність народу, є способом мислення творців унікальної риторичної спадщини — скарбниці усього людства.

Кожне нове покоління робить свій внесок у духовно-інтелектуальне життя суспільства, додає нові цінності до вироблених пращурами, і через духовну спадкоємність нові покоління здатні сприймати, розуміти, розвивати мистецькі цінності, створені іншими людьми сотні, тисячі років тому, вічні й нетлінні цінності, до яких з повним правом можна віднести ідею Цицерона про необхідність збереження принципу природності ораторського мовлення як вищої якості красномовства. Цього можна й треба досягати у всіх жанрах мовлення. Справжній оратор повинен дбати про довіру аудиторії до свого слова, могутність авторитету слова через гармонію двох видів краси — чарівності та достоїнства.

Література

Основна

1. Абрамович С. Д., Чікарькова М. Ю. Риторика. – Львів, 2001.
2. Бабич Н. Д. Основи культури мовлення. – Львів, 1990.
3. Богдан С. К. Мовний етикет українців: традиції і сучасність. — К., 1998.
4. Бутенко Н. Ю. Комунікативні процеси у навчанні: Підручн. – Вид. 2-ге, без змін. – К.: КНЕУ, 2006. – 384 с.
5. Вандишев В. М. Риторика: екскурс в історію вчень і понять: Навч. посібн. – К: Кондор, 2006. – 264 с.
6. Ільченко І.І. Основи риторики: Навчальний посібник. – Запоріжжя, ЗНУ, 2010. – 82 с. 5.

7. Корняка О. Мистецтво гречності. – К., 1995.
8. Культура української мови: Довідник / За ред. В. Русанівського. – К., 1990.
9. Коваленко С. М. Сучасна риторика: Навчально-практичний посібник. – Тернопіль: Мандрівець, 2007. – 184 с.
10. Колотілова Н. А. Риторика: Навч. посібн. – К.: Центр учб. літератури, 2007. – 232 с.
11. Кравець Л. В. Риторика як класична основа системи освіти європейських народів // Рідні джерела. — 2000. — № 4. Кравець Л. В. Риторика від джерел до сучасності // Укр. мова і л-ра. — 2000. — № 5.
12. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика: Підручник. – К.: Вища школа, 2006. – 310 с. 7.
13. Навчальний посібник з курсів «Основи риторики» і «Професійна риторика» / Укл. І. Гузенко. – Львів: ЛДУФК, 2006. – 76 с.
14. Онуфрієнко Г. С. Риторика: Навч. посібн. – К.: Центр учб. літератури, 2008. – 592 с.
15. Олійник О. Б. Основи ораторської майстерності: Навч. посібн. – К.: Кондор, 2010. – 181 с.
16. Олійник О. Б. Риторика: Навч. посібн. – К.: Кондор, 2009. – 170 с.
17. Олійник О. Б. Сучасна ділова риторика: Навч. посібн. – К.: Кондор, 2010. – 166 с.
18. Програми з курсів «Основи риторики» та «Професійна риторика» / Укл. І. Гузенко. – Львів: ЛДУФК, 2006. – 148 с.
19. Радевич-Винницький Я. Етикет і культура спілкування. – Львів, 2001.
20. Риторика: Навч.-метод. посібн. з курсів «Основи риторики» та «Професійна риторика» / Укл. Гузенко І. І. – Львів, 2014. – 328 с. `
21. Сагач Г. М. Риторика. – К., 2000.
22. Сагач Г. М. Золотослів.–К., 1993.
23. Стельмахович М. Український мовленнєвий етикет // Народознавство. – 1997. – № 38.
24. Томан І. Мистецтво говорити. – К., 1986.

25. Чак Є. Мовний етикет: «Щасливенько!» // Дивослово. – 1998. – № 10.

Додаткова

1. Кочан І. Лінгвістичний аналіз тексту. —Л., 1999.
2. Кульч З. Риторичний словник. – К., 1997.
3. Мацько Л. І. Лінгвістична риторика // Наука і сучасність. — К., 1999.
4. Овчиннікова А.П., Хаджирадева С.К. Основи ораторської майстерності в умовах конфліктної взаємодії: Навчальний посібник. – Одеса: Пальміра, 2005. – 179 с.
5. Риторика: Загальна та судова. – К., 2002.
6. Савенкова Л. О. Комунікативні процеси у навчанні: Навч. посібник. – К.: КДЕУ, 1996.
7. Савенкова Л. О. Педагогічне спілкування: Навч. посібник. – К.: КДЕУ, 1997.
8. Сагач Г.М. Ділова риторика: мистецтво риторичної комунікації. – К.: Зоря, 2003. – 250 с. 10.
9. Сагач Г. М. Похвальне красномовство. – К., 1996.
10. Хоменко І.В. Еристика: мистецтво полеміки. – К.: Юрінком інтер, 2001. – 192 с.
11. Чмут Т. К. Культура спілкування. Навч. посібник – Хмельницький: ХІРУП, 1996.
12. Чулінда Л. І., Ларимський І. С. Риторична майстерність. – К., 2000.

Інформаційні ресурси

1. Онуфрієнко Г.С. Риторика: <http://nashaucheba.ru/v56330/%D0>
2. Риторика загальна та судова: Навч. Посіб. / С.Д.Абрамович, В.В.Молдован, М.Ю.Чикарькова: <http://pravouch.com/page/ritorika/ist/ist-23— idz-ax296—nf-22.html>
3. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика: Підручник. libfree.com/114950447_ritorikavitchiznyana_ritorika.html
4. Колотілова Н.А. Риторика: Навчальний посібник. http://pidruchniki.ws/15840720/ritorika/ritorika_-_kolotilova_na
5. Ткаченко Л.П. Риторика як компонент освіти в давньому Римі http://www.nbuu.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Pfto/2010_9/files/pd910_03.pdf

6. Ораторське мистецтво (Н.П.Осипова, В.Д.Воднік та ін.)

<http://books.br.com.ua/themes/7/322>

7. Навчально-методичний комплекс дисципліни «Риторика»:

http://sites.znu.edu.ua/bank/index.php?action=url/view&url_id=1199