

Тема 1: Риторика та її роль у професійній діяльності юриста.

План

- 1.Риторика як наука та навчальна дисципліна. Мета та завдання курсу.
- 2.Закони ораторського мистецтва.
- 3.Види красномовства та сфери його застосування.
- 4.Невербальна риторика як система знаків.

Основні терміни та поняття: аудиторія, вплив, етос, логос, оратор, пафос, переконання, предмет риторики, промова, риторика.

1.Риторика як наука та навчальна дисципліна. Мета та завдання курсу.

Термін *«риторика»* походить від давньогрецького слова «оратор» і означає теорію ораторського мистецтва, науку красномовства. Близьким за значенням до нього є латинське слово *«oratoria»*. Ці терміни пов'язуються з публічними виступами, живим словом. Ще в давнину люди, які майстерно володіли мистецтвом красномовства (ритори, оратори), відігравали значну роль у суспільному житті.

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

Перша традиція найбільш яскраво представлена у творчості давньогрецького філософа Аристотеля (IV ст. до н. е.), котрий тлумачив риторику як *«мистецтво переконання»*. Відповідно до цієї традиції головне завдання оратора – переконання аудиторії.

Друга традиція репрезентована у доробку давньоримського ритора Квінтіліана (I ст. н. е.). У її межах риторика визначається як *«мистецтво говорити витончено»*. Відповідно до цієї традиції завдання оратора – краса, вишуканість, витонченість вираження думки, а переконання виступає як можлива, але далеко не головна мета.

Кожна з цих традицій містить у собі раціональне зерно. Проте наголошення лише на одному аспекті ораторської діяльності призводить до втрати цілісності у розумінні предмета й завдань риторики.

Ораторське мистецтво сприймається не стільки як наука про красномовство, скільки як наука про мовну і мовленнєву доцільність, про осмислену і коректну мовленнєву діяльність. Ораторське мистецтво означає не просто «говоріння», майстерність проголошення промови, а мовлення як соціальну дію, більше того – як взаємодію між мовцями.

Ораторське мистецтво – це мистецтво впливу на слухачів. Оратор впливає на людину всебічно: на її розум, почуття, настрої, бажання, вчинки та дії. У цьому, за Аристотелем, – найголовніше завдання промови. Водночас не менш важливі позиції іноді займає повідомлення, інформування інших про щось. І тоді на перше місце виходить витонченість у вираженні думки, на чому наполягав Квінтіліан. Ідеться про випадки, коли завдання оратора полягає в тому, щоб привернути увагу слухачів до чогось нового, цікавого, зробити так, щоб інші люди запам'ятали промову.

Таким чином, можна зафіксувати дві головні мети оратора, між якими простягається поле риторики, – *переконання та інформування* в процесі публічного виступу.

Нині очевидно, що сферою інтересу риторики є спілкування, комунікація. Інколи її навіть визначають як теорію та майстерність ефективного (цілеспрямованого, впливового, гармонійного) мовлення. Однак слід зауважити, що спілкування – це надзвичайно складний і багатогранний феномен, який вивчає багато наук, зокрема лінгвістика, психологія, філософія тощо. Тому в такий спосіб специфіка риторики не прояснюється. Завдання дисципліни мають вужчий характер. Спробуємо визначити особливості риторики через встановлення її предмета.

Предмет риторики – це публічний виступ у процесі комунікації.

Багато людей можуть навести приклади не тільки успішних промов, але й таких виступів, що завершувалися повним провалом. Виникають закономірні запитання: чи можливо передбачити

результат публічного виступу? чи може звичайна людина навчитися виголошувати промови? чи подібне вміння – це виключно природне обдаровання? Для відповіді на ці та інші питання, що пов'язані з мистецтвом публічних виступів, слід звернутися до надбань риторики, накопичених протягом майже 3 тис. років.

Риторика – це наука про способи підготовки та виголошення промови з метою певного впливу на аудиторію.

Провідною рисою публічного виступу оратора є однобічний вплив на слухачів. Оратор, звичайно, повинен враховувати «фактор» аудиторії. Однак активна протидія слухачів не передбачається, на відміну, наприклад, від суперечки. Успіх ораторської промови визначається тим, чи вдалося мовцеві досягти своєї мети під час впливу на аудиторію.

Вплив – це дія на стан, думки, почуття і вчинки іншої людини за допомогою вербальних і невербальних засобів, у результаті якої відбуваються зміни в поглядах чи поведінці.

Проте обмеження риторики винятково категорією переконання призводить до її звуження, що не є виправданим в аналізі сучасних комунікативних ситуацій. Тому більш доцільно користуватися терміном «успіх публічного виступу», який далі може конкретизуватися залежно від мети оратора (переконання чи інформування).

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



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

Аудиторія – це група людей, у думках чи поведінці яких мають відбутися зміни, до яких прагне оратор.

Промова – це мовленнєве повідомлення, з яким оратор звертається до аудиторії.

Ораторське мистецтво виконує такі функції:

- 1) конструктивна (формулювання думок);
- 2) комунікативна (функція передачі інформації та організація взаємодії);
- 3) емотивна (вираження ставлення людини до того, про що вона говорить);
- 4) вплив на інших під час спілкування;
- 5) переконання аудиторії й моделювання спілкування.

Щоб реалізувати ці функції, юрист (чи будь-який інший оратор) має знати, що саме його співрозмовники (або широка аудиторія) хочуть почути, з чим вони не погодяться; які слова подіють на слухачів; які конкретні засоби використовуються для найефективнішого впливу.

2. Закони ораторського мистецтва

Закони риторики – це загальні правила, на яких ґрунтується теорія ораторського мистецтва. З-поміж них виокремлюються найголовніші.

Концептуальний закон риторики – базовий закон риторики, що є першим кроком ідеомовленнєвого циклу – винайдення задуми, ідеї (створення концепції). Сутність закону полягає в пошуку істини шляхом всебічного аналізу предмета (передбачення наслідків своїх дій, визначення мети діяльності, виділення головного і другорядного, логічна побудова діяльності тощо).

Закон моделювання аудиторії передбачає системне вивчення аудиторії, тобто тих, на кого розрахований виклад концепції (один суб'єкт чи соціальна група) на основі трьох ознак: соціально-демографічних, соціально-психологічних та індивідуально-особистісних.

Стратегічний закон риторики визначає системну побудову програми впливу на конкретну аудиторію. Стратегія дій має таку послідовність: визначення цільової настанови; виокремлення з концепції питань, орієнтованих на певну аудиторію, та їх аналіз; формулювання тези (система коротких відповідей суб'єкта на поставлені питання).

Тактичний закон риторики дозволяє вибудувати систему дій для підготовки ефективної реалізації стратегії. Складовими цього закону є аргументація та активізація мисленнєвої та емоційно-чуттєвої діяльності аудиторії. Тактичний закон дає суб'єкту змогу знайти ефективні засоби впливу на аудиторію, завдяки чому реалізується цільова настанова промови (завдання і надзавдання), поширеться теза.

Закон ефективної комунікації включає в себе систему дій оратора з метою налагодження контакту з аудиторією на всіх етапах комунікації як необхідну умову ефективної реалізації продукту мисленнєво-мовленнєвої діяльності.

Системно-аналітичний закон передбачає аналіз якості й ефективності продукту мисленнєво-мовленнєвої діяльності. Він ґрунтується на самоаналізі (оратор аналізує власну промову, дії) й аналізі інших (оратор аналізує дії й поведінку інших людей).

Мовленнєвий закон риторики стосується вираження думки в дієвій словесній формі. Він фокусує в собі цінний досвід різних лінгвістичних дисциплін (стилістика, прагматика, культура мовлення, лінгвістика тексту тощо) щодо створення повноцінної комунікації і завдяки цьому стає тією базою, яка дає можливість людині навчитися гарно говорити (унікати комунікативних провалів, помилок) і навіть набути ораторської майстерності.

3. Види красномовства та сфери його застосування

Розрізняють кілька видів красномовства: суспільно-політичне, академічне, судове, церковне, дипломатичне, військове, ділове.

Суспільно-політичне красномовство – це виступ оратора, що виражає інтереси тієї чи іншої партії (політичної сили) або роз'яснює якусь суспільно-політичну ситуацію. Суспільно-політичне красномовство як один із засобів боротьби за владу або гармонізацію суспільних відносин заявило про себе у найдавніші часи, коли люди намагалися вирішувати соціальні конфлікти не тільки зброєю, а й силою переконання. Колискою політичної культури і батьківщиною політичного красномовства стала антична Греція. Політичне красномовство формувалося на ґрунті т.зв. епідейктичної (урочистої) риторики, але без пишнот та панегірично-урочистого тону. Власне, важко провести межу між красномовством епідейктичним та політичним. Так, Демосфен був яскравим представником епідейктичної урочистості й водночас гостроактуальним політичним оратором. Після македонського завоювання активність політичних сил знизилася, що призвело до швидкого занепаду політичного красномовства. Проте воно встигло досягти у Греції значного розвитку. Словом оратора на агорі (місце публічного зібрання афінян, афінське віче) вирішувалися долі окремих осіб, долі цілих країн і народів. Політичне красномовство, як правило, пов'язане з соціальним розшаруванням суспільства, зіткненням інтересів різних класів і партій. Через це політичний оратор є ангажованим («завербованим»). Він може вкладати у свою промову яскраве особисте ставлення до тієї чи іншої проблеми, але сама проблема залишається надособистісною. Це визначає підвищену ідейність політичної промови. Водночас у жодній іншій галузі не простежується такої динаміки зміни позицій, використання політичної програми в особистих інтересах, а часом і просто демагогії. Популістський оратор завжди апелює до маси, пропонує оманливо легкі рішення, щоб домогтися бажаної політичної мети. Проте відповідальність політичного оратора дуже велика, адже він мобілізує до активної діяльності тисячі людей, його слово стає дією. Політичне красномовство диференціюється на такі основні жанри: політична промова, доповідь, виступ, огляд, бесіда. Вони розрізняються більшим чи меншим обсягом та вагомістю змісту. Наприклад, політична доповідь виголошується звичайно на партійних засіданнях й окреслює стратегію політичної діяльності даної партії. Огляд чи бесіда обираються політиками, які хочуть знайти свою аудиторію на виборчій дільниці. Політичний виступ чи промову ми часто чуємо з екрана телевізора чи по радіо – наприклад, виступи депутатів у Верховній Раді. За сферою функціонування політична промова диференціюється на парламентську, мітингову та воєнну. У моменти суспільного неспокою, революцій або соціальних перетворень широке розповсюдження знаходять мітингові промови. У періоди стабілізації суспільного життя переважає інтерес до парламентського красномовства. У наш час швидко розвивається як парламентське, так і мітингове красномовство. Особливого значення політичне красномовство набуває в умовах широкого тиражування його засобами масової комунікації – у пресі, радіо, телебаченні.

Академічне красномовство – це ораторська діяльність науковця, викладача, що доповідає про результати дослідження, популяризує досягнення науки. Сфера його застосування – шкільна

(різних рівнів) та наукова аудиторія. Слово походить від грецького «академія» – так називалися сади, що начебто належали міфічному героєві Академу. Згодом так почали називати філософську школу, засновану Платоном саме в цій місцевості. У Європі академічне красномовство динамічно розвивалося в середньовічних університетах. Але особливого розквіту воно набуло в постренесансний період, коли наука, звільнившись від схоластичних моделей, почала широко проникати у світ матеріальних явищ і описувати його. Ускладнилася робота вищої та середньої шкіл, виникала наукова педагогіка (Ян Амос Коменський). В Україні зародження академічного красномовства пов'язане з функціонуванням Острозької школи та Києво-Могилянської академії. Згодом воно розвивалося у стінах кількох університетів (Львівський, Харківський, Київський, Одеський). Головні риси академічного красномовства – доказовість, бездоганна логічність, точність мислення, чітка, позбавлена будь-якої двозначності, термінологія. Наука, як відомо, є точним описуванням реальних, матеріальних явищ світу. Наукове описування цих явищ в усному слові і живить академічне красномовство. Суттєво, що результати наукових досліджень мусять бути донесені до громадськості (не кажучи вже про студентів та учнів) у дещо спрощеній (адаптованій) формі. Водночас школярі та студенти мусять опанувати мову науки, її термінологію та спосіб викладення. Ідеалом наукової лекції є виклад, адекватний складності об'єкта дослідження. До жанрів академічного красномовства належать: наукова доповідь, наукове повідомлення, наукова лекція (вузівська та шкільна), реферат, виступ на семінарському занятті, науково-популярна (публічна) лекція, бесіда. Лекція – основний жанр академічного красномовства. Це монологічний вид виступу, але погано, якщо лекція перетворюється тільки на монолог викладача без зворотного зв'язку з аудиторією. Аудиторія повинна не тільки слухати, а й активно сприймати матеріал. Для цього існує певна система прийомів: наприклад, проблемний виклад теми, коли лектор не дає готових оцінок, а розглядає різноманітні точки зору, які існують у науці, що можуть навіть суперечити одна одній, – це провокує інтерес слухачів до матеріалу та їх розумову активність. Досвідчені викладачі широко використовують також різноманітні форми діалогу зі слухачами: колоквиум, дискусію, диспут, усну рецензію, обговорення. Деякі з цих жанрів мають письмові аналоги: наукова доповідь – стаття, усна рецензія – письмова рецензія тощо. Однак на письмі автор пов'язаний законами писемної форми – він не може жестикулювати, висловлювати свої емоції, робити паузи. В аудиторії ж оратор може вдаватися до різних засобів впливу на слухачів, до акторських прийомів включно.

Судове (юридичне) красномовство – це ораторські виступи юристів, підсудного та цивільних осіб у процесі розгляду судової справи з позицій законодавства. Судове красномовство виникло в Давній Греції як апології – промови на захист самого себе, які писали для населення логографії-софісти. Тоді не було ані державного звинувачення, ані попереднього судового слідства. У родових полісах суд вершили племінні вожді-царі. В античні часи роль судді взяла на себе держава, відкинувши сваволю полісного суду. Кожен міг звинуватити будь-кого в злочині, а захищатися людина мусила сама, зібравши для того необхідний матеріал і виклавши його красномовно перед судом. Логографи-софісти постали внаслідок того, що не всі вміли себе оборонити. Інколи, правда, замість звинуваченого дозволяли виступати іншій особі, але обов'язково громадянину цієї держави. Судова промова мала таку структуру: вступ (у якому прагнули схилити до себе суддів); оповідь (виклад фактів справи з точки зору виступаючого); докази своєї правоти й полеміка з супротивником, якого чорнили скільки могли; висновок, що мав стандартний вигляд. Вступ та висновки були шаблонними. Сучасний суд дуже відрізняється від судочинства античної пори. Це складна процедура, учасники якої чітко розподіляють ролі: прокурор, адвокат, свідки тощо. Античний «захист самого себе» поступився всебічному вивченню особистості підсудного та обставин справи. Кожне слово тут повинно бути вагомим і точним, особливо в суді першої інстанції, важливою частиною якого є дебати. Успіх справи, торжество справедливості неможливі без відповідної підготовки судочинця чи просто того, хто виступає в суді. Дуже важливо, щоб усі, хто має слово у процесі, вміли виступати публічно, мали відповідну риторичну підготовку. Особливої уваги потребує підготовка судової промови. Важливо визначити її предмет, види та функції, специфіку словесного оформлення. Судова промова – це промова, звернена до суду та інших учасників судочинства і присутніх при розгляді кримінальної, цивільної, адміністративної справи, в якій містяться висновки щодо тієї чи іншої справи. У суді виступають з промовами прокурор (обвинувач) та адвокат (захисник). Зазвичай визначають прокурорську (обвинувачувальну) та адвокатську (захисну) промови. Крім того, у судових суперечках часом беруть участь громадський обвинувач і громадський захисник, цивільний позивач і цивільний відповідач (або їх представники); потерпілий та його представник, нарешті —

підсудний, у ролі захисників якого можуть виступати його близькі родичі, опікуни або піклувальники. Судова промова мусить висвітлити громадську точку зору та оцінку злочину, особи підсудного з погляду того чи іншого учасника дебатів. Проте право пропонувати міру покарання або думку про невинність підсудного мають лише прокурор та адвокат; інші лише уточнюють деталі, які допомагають об'єктивно змалювати стан справи. Судова промова ефективно впливає на суд, допомагає формуванню переконань суддів та присутніх у залі суду громадян.

Церковне красномовство – це проповіді, бесіди, напуття, коментування Біблії в практиці різноманітних християнських конфесій. Основним жанром церковного ораторства є проповідь – коментар до Біблії (хоча християнин мислиться як місіонер, що проповідує при будь-якій нагоді). Більше того, саме завдяки апеляції до Писання громадські та інші інтереси людини стають значнішими, більш узагальненими. Політичний чи інший аспект, якому потрібно надати місце в проповіді, має органічний зв'язок зі Святим Письмом. Проповідник не відділяє Біблію від світського життя, а навпаки – інтенсивно їх поєднує. У церковній практиці здавна усталилося читання Нового Заповіту відповідно до річних свят та повсякденних богослужінь. Літургічні читання в церкві, починаючи з Пасхи, поділяються на щотижневі цикли, які в сумі своїй підпорядковані розкриттю змісту Нового Заповіту як Божественного Об'явлення. В усьому цьому є продуманий план, символіка та розвиток ідеї. Саме тому священник мусить чітко усвідомлювати, який з моментів цього плану він сьогодні висвітлює людям, яким чином він пов'язаний з тим, про що говорилося минулого разу, як сьогоднішня проповідь готує розуміння проповіді наступної, що виголошуватиметься потім. Тема церковного оратора вже сотні років визначена наперед церковним календарем. Але така визначеність зовсім не означає, що церковний оратор позбавлений клопотів: розумова робота тут так само потрібна, як і в галузі світського красномовства. Проповідникові навіть важче, бо він мусить знайти популярні ходи й прийоми, які б наблизили Святе Письмо до людини.

Суспільно-побутове красномовство – це влучне, гостре або урочисте слово з приводу якоїсь важливої події у приватному житті або певної гострої чи цікавої ситуації. Теоретики Греції та Риму розрізняли красномовство залежно від сфери його застосування. Пишні церемонії, які відігравали велику роль у житті античного суспільства, не мислилися без риторики. Урочисте красномовство, згідно з античними класифікаціями, часто ідентифікували з політичним. У пізній античності виділялося вже й суто побутове красномовство («Нікомахова етика»), яке називали тоді гомілетикою (грецький письменник римської пори Плутарх у «Застільних бесідах» назвав гомілетикою вміння не пережартувати й не пересваритися під час бенкету). Склалося також як особливий жанр надгробне слово, яке існувало в усній формі (пригадаймо промову Перікла, присвячену безсмертній пам'яті афінських синів, що полягли в бою). Віршова форма утворила в цій сфері особливий жанр лірики – епітафію («У цій бо могилі лежить рятівник Симоніда з Кеоса. Мертвий живому добром відплатив за добро»). Таким чином, соціально-побутове красномовство виникало не лише у вирі подій сьогодення, а живилося епідейктичним та політичним красномовством. Нині жанрами соціально-побутового красномовства є: ювілейні промови, привітальне слово, застільне слово (тости), надгробне (поминальне) слово. Тут найчастіше йдеться про величання, похвалу тієї чи іншої особистості, групи або явища, тобто можна сказати, що ці промови за своїм духом є панегіричними. Характерною рисою подібного красномовства є ритуальність (хрестини, весілля, похорон, ювілей тощо), що відбивається на стилі промови. Найчастіше такі виступи бувають імпровізаціями, які не готуються заздалегідь. Це невеликі, лаконічні тексти, що не вимагають обов'язкової, звичайної для інших галузей риторики твердої схеми побудови (вступ, основна частина, висновки). Логічна основа тут може бути послаблена; панує емоційна стихія. Ораторові не обов'язково демонструвати академічну ерудицію, знання законів або пропагувати істини релігії (хоча окремі елементи такого роду тільки прикрашають подібне слово). Зате оратор щедро черпає приклади з життєвого матеріалу, з фольклору (анекдота чи притчі). Стиль може бути від урочисто-величального (наприклад, на похороні) до «зниженого». Важко класифікувати численні приклади гострого та переконливого слова в побуті: це може бути «дискусія» про ціну краму на базарі, сварка двох сусідів чи залицання хлопця до дівчини. Але очевидно, що сфера застосування красного слова тут справді безмежна.

4. Невербальна риторика як система знаків

У комунікації виділяють два блоки:

- вербальний;
- невербальний.

Вербальний блок – це ті фактори, які пов’язані безпосередньо з промовою (аргументація, критика, структурування тексту, словесне вираження матеріалу тощо). Різноманітні прийоми вербального впливу на аудиторію розглядатимуться у наступних розділах риторики.

Невербальний блок – це ті фактори, які наявні у спілкуванні, Але безпосередньо не пов’язані з текстами (пози, жести, міміка, мова простору, одягу, кольорів, манера спілкуватися тощо). На етапі виголошення промови саме невербальні прийоми впливу оратора на аудиторію відіграють надзвичайно важливу роль.

Знаки невербального спілкування різноманітні. Вони включають:

- мову жестів і поз;
- мову міміки;
- парамовленнєві характеристики;
- мову простору;
- мову одягу та мову кольорів тощо.

Майже всі ці мови мають національну специфіку, вони відрізняються в різних культурах. Тому не слід захоплюватися однозначним тлумаченням окремих невербальних сигналів, а слід розглядати їх в усій сукупності, разом із текстом промови.

Слід підкреслити, що велике значення для успішного виступу перед аудиторією має **перше враження**. Встановлено, що під час лекції зміни в оцінці лектора складають лише 4-6%, при цьому за фактором «довіри» – не більше 1%. Перше враження є сильним, яскравим, таким, що добре запам’ятовується, тобто надзвичайно стійким. Якщо надалі його треба корегувати, змінювати, то це вимагатиме від оратора значних зусиль. Згадаймо приказку: «Не буде другого шансу створити перше враження». Основою формування в аудиторії першого враження про оратора є зоровий образ. Наведемо вже класичну статистику щодо каналів отримання інформації при першій зустрічі: **55%** інформації визначається тим, що люди **бачать** при першій зустрічі (насамперед мовою жестів і поз); **38%** інформації визначається тим, що люди **чують** (парамовленнєвими характеристиками); **7%** інформації визначається тим, що люди **говорять** (власне текстами співрозмовників).

Щодо специфіки поведінки оратора в аудиторії в межах риторики пропонують кілька основних порад.

По-перше, що стосується **мови жестів і поз**, то оратору варто виступати стоячи й використовувати жести відкритості (жести розкритими руками у напрямку до слухачів; горизонтальна жестикуляція, а не вертикальна та ін.). Вони сприймаються аудиторією (здебільшого підсвідомо) як такі, що свідчать про намір спілкуватися. Відповідно, слід уникати закритих жестів, які можуть сприйматися не тільки як свідчення небажання спілкування, а й агресії (стиснуті кулаки, схрещені руки, схрещені ноги тощо). Оратор має також пам’ятати про так звані жести-поплавки, які виражають нервування, невпевненість у собі, хвилювання: ручка в руках, папка, аркуші паперу, особливо, коли з ними роблять якісь маніпуляції; часте прокручування окулярів, волосся, обручок, ланцюжків, годинників, комірців, краваток тощо. Аудиторія позитивно сприймає впевненого у собі оратора, тому таких жестів теж слід уникати. Загалом жести виконують різні функції в процесі спілкування. Однією з них є риторична функція. У таких випадках здебільшого значення певних жестів може бути охарактеризоване в термінах риторичних фігур. Г.Є. Крейдлін з цього приводу пише: «При застосуванні риторичних жестів акцент зі слова переноситься на візуальний образ, який це слово породжує; слова повинні бути побачені – у цій тезі криється сутність ораторського прийому використання такого риторичного жесту».

По-друге, що стосується **мови міміки**, то важливим є **зоровий контакт** оратора з аудиторією протягом усієї промови. Він повинен дивитися на всіх слухачів таким чином, щоб не виділяти когось персонально. У великій аудиторії варто розбити зал на сектори й у процесі виступу переводити погляд повільно по черзі з одного сектора на інший. Оратору не слід дивитися повз слухачів (у простір), на підлогу, ноги, стелю, у вікно, розглядати сторонні предмети. У таких випадках саме ці предмети, а не слухачі будуть поглинати промову. Не дивлячись в аудиторію, оратор і не звертається до неї. Проте тривалий пильний серйозний погляд в очі може викликати в слухача відчуття тиску, неспокою. Тому краще дивитися в обличчя, а не прямо в очі. Як вираження зацікавленості погляд в очі сприймається тоді, коли він є короткочасним.

По-третє, що стосується *парамовленнєвих характеристик*, то оратору варто звернути увагу насамперед на інтонацію. Протягом всієї промови її треба змінювати, а не говорити монотонно. Звичайно, що інтонація має узгоджуватись зі змістом промови. Стосовно *гучності*, то в аудиторії оратору слід говорити голосніше, ніж він говорить звичайно. Оптимальним темпом вважається промовляння не більше 120 слів за хвилину. Досить важливим ораторським прийомом є пауза. Вона вимагає певного тренування. Насамперед не слід заповнювати паузу різноманітними вигуками («м-м-м», «е-е-е», «ну» тощо). Зазвичай пауза здається довшою тому, хто говорить, ніж тому, хто слухає. Вона може тривати до 4-х секунд, перш ніж аудиторія почне думати, що у виступі щось не так. Оратор повинен робити невеликі паузи до та після важливих думок, щоб слухачі могли їх осмислити. Крім того, перед важливою думкою потрібно також трохи понизити голос. Починати та завершувати публічний виступ оратору варто з погляду на слухачів та паузи.

Для оратора при виступі важливе значення має також володіння простором. *Мова простору* складається з кількох компонентів. Зокрема, виділяють 4 зони дистанції у спілкуванні: інтимна, особиста, соціальна, публічна.

Інтимна дистанція (до 50 см – це зона спілкування між близькими людьми. У процесі комунікації не варто втручатися в інтимний простір, спроба подібних дій сприймається як агресія. Справа в тому, що людина намагається підкорити собі довколишній невеликий простір і розглядає його як частину себе. Найвність відстані не менше 50 см між слухачами під час промови здатна забезпечити можливість критичного сприйняття того, що їм говорять.

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

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

Публічна дистанція (більше, ніж 3 м) – це відкрита зона для виступу оратора перед аудиторією.

Таким чином, виголошувати промову потрібно з публічної відстані, особливо у великих аудиторіях. Під час виступу оратору слід наближатися до слухачів. Наприклад, якщо оратор виступає з трибуни, то корисним є виходити час від часу з-за неї та ставати поруч. Хоча більш вдалим є взагалі стояти поруч з трибуною, а не за нею. Рухатись по аудиторії слід повільно і не дуже захоплюватись цим прийомом.

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

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

Невербальні сигнали аудиторії можна звести до 3-х головних:

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

Отже, під час публічного виступу оратору потрібно постійно стежити за своєю аудиторією і самому грамотно застосовувати невербальні сигнали спілкування.

Практичне заняття 1

Завдання 1. У робочі зошити занотуйте відповіді на питання, скориставшись матеріалами лекції №1 та рекомендованою літературою. Підготуйтеся до обговорення на практичному занятті. Ілюструйте свої відповіді презентаціями, відеоприкладами (фрагменти телевізійних програм, фільмів тощо).

Питання для обговорення

1. Предмет і завдання риторики як навчальної дисципліни.
2. Риторика як наука і мистецтво.
3. Види красномовства і сфери його застосування.
4. Невербальний блок комунікації у риторичі.

Завдання 2. Підготуйте реферати і науково-популярні повідомлення на запропоновані теми (за бажанням).

Теми рефератів, повідомлень, презентацій

1. Функції ораторського мистецтва.
2. Основи ораторського мистецтва.
3. Закони ораторського мистецтва.
4. Жанри ораторського мистецтва.
5. Особливості академічного красномовства.
6. Військова риторика.
7. Стильові риси суспільно-політичної риторики.
8. Стильова специфіка церковної риторики.
9. Соціально-побутове красномовство.
10. Стилї мовлення.
11. Мова і мовлення як основи ораторської майстерності.
12. Невербальні засоби мовлення та їх роль у риторичі.
13. Вимоги до зовнішнього вигляду оратора.

Завдання 3. Підготуйте творчі завдання (за вибором). Апробуйте їх на практичному занятті.

Творчі завдання

1. Підготуйте кросворд на тему: «Види красномовства і сфери його застосування».
2. Напишіть есе на тему: «Риторика у моїй майбутній професії».
3. Підготуйте усний виступ на тему: «Риторика: наука чи мистецтво?».

Завдання 4. Доберіть відеоматеріали про видатних ораторів. Зверніть увагу на індивідуальний стиль їхніх промов (тема, ідея та способи їх презентації, методи активізації уваги слухачів, невербальні засоби мовлення). Коротко запишіть свої спостереження у робочі зошити. Підготуйтеся до усного відтворення написаного на занятті.

Завдання 5. Запишіть у зошити основні терміни. Підготуйтеся до їх усного чи письмового відтворення.

Завдання 6. Виконайте тестові завдання і підготуйтеся до тестового контролю:

1. Метою вивчення навчальної дисципліни «Риторика» є
 - а) формування знань про теоретичні основи риторики та судового красномовства, застосування на практиці набутих ораторських умінь та навичок;
 - б) вироблення свідомих аргументованих дій на інших людей з метою прийняття ними певних тверджень або намірів;
 - в) створення мовленнєвих повідомлень для впливу на волю слухача;
 - г) створення мовленнєвих повідомлень для впливу на Розум слухача.
2. Риторика – це наука, яка вивчає:
 - а) способи ефективного мовлення;
 - б) способи емоційного впливу на слухача;
 - в) способи переконання під час публічних виступів;
 - г) способи підготовки та виголошення промови з метою певного впливу на аудиторію.
3. Риторика як «мистецтво переконання» визначав:

- а) Аристотель;
- б) Квінтіліан;
- в) Сенека;
- г) Платон.

4. Термін «*риторика*» походить від давньогрецького слова

- а) «оратор»;
- б) «оркестр»;
- в) «орати»;
- г) «ораторія».

5. Предмет риторики – це

- а) текст промови;
- б) публічний виступ у процесі комунікації;
- в) усний виступ;
- г) письмовий текст.