

- Бесіда повинна відбуватися поетапно: момент встановлення зв'язку, виклад справи, обговорення проблеми, заключні слова.

- Необхідно дотримуватися максимальної лаконічності фраз, точності формулювань, однозначності висловлювань, чіткості дикції.

В умінні вести телефонні розмови є важливими:

- уміння уважно слухати;
- звичка записувати;
- уміння коректно ставити питання.

6. Публічний виступ

Жанрами публічних виступів є:

- доповідь;
- політична доповідь;
- звітна доповідь;
- ділова доповідь;
- промова;
- мітингова промова;
- агітаційна промова;
- ювілейна промова.

Доповідь – одна з найпоширеніших форм публічних виступів. Вона порушує нові проблеми, які ще потребують розв'язання.

Доповідач повинен знати заздалегідь тему засідання, конференції, круглого столу, зустрічі; склад аудиторії; хто виступатиме на зібранні.

Проголошення доповіді вимагає ґрунтовної підготовки. Необхідно визначити мету і завдання виступу, коло питань, які необхідно охопити.

Виступ повинен ґрунтуватись на найновіших дослідженнях і наукових публікаціях. Доповідь слід будувати, дотримуючись таких вимог: теоретична обґрунтованість, наведення переконливих прикладів, власне бачення проблеми. Наступний крок – написання плану доповіді на папері, що містить:

- вступ;
- основний текст;
- висновки.

Початок доповіді повинен чітко й переконливо відображати причину та мету виступу, розкривати суть конкретної справи, містити докази.

Завдання доповідача – привернути й утримати увагу аудиторії.

Необхідно висловлюватись чітко, логічно та змістовно, уникаючи зайвого. Речення повинні бути лаконічними. Доцільно інтонаційно виділяти найважливіші місця висловлювання і виражати своє ставлення до предмета мовлення.

В основній частині викладається суть проблеми. Необхідно пояснити кожен аспект проблеми.

Усі питання повинні бути висвітлені збалансовано. Високі вимоги ставляться до мови оратора: точність формулювань, стислість, доречність, доступність, виразність, інтонація...

Висновки повинні узгоджуватися із вступом. Підсумок усього сказаного.

Підготовка промови містить такі етапи: вибір теми – складання плану – збирання матеріалу – запис промови – тренування.

Оптимальною є така структура промови:

1. Вступ.
2. Головна частина.
3. Завершення.

Мета вступу – встановлення контакту з аудиторією.

Мета головної частини – обґрунтування тез оратора.

Мета завершення – закріплення оратором своїх положень у свідомості аудиторії.

Досить поширеним серед промовців є таке явище, як страх перед аудиторією. Може тремтіти голос, вкриватися червоними плямами обличчя, що іноді приводить до завчасного завершення виступу. Хоча боротьба зі страхом є складною, все ж можна дати кілька порад:

- Передусім необхідно добре підготуватися, найкраще записати усю доповідь на папері, а потім прочитати вголос. Отже, досконале знання теми, наявність плану, виступу.

- Необхідно уявити себе на місці слухача, оцінити свій виступ критично.

- Доцільно шукати підтримки в аудиторії (завжди є люди, котрі усміхнуться, схвально відреагують на Ваш виступ).

- Необхідно вірити в те, що ви виглядаєте і говорите добре.

- Бути впевненим. Зовнішня впевненість сприяє прояву внутрішньої впевненості.

- Необхідно створити потрібний настрій. Уявити, що всі слухачі – ваші друзі.

- Звичайною практикою є збільшення емоційного стану.

Дієвими є також жести. Вони посилюють емоційне звучання сказаного. Жести мають бути мимовільними. Застосовувати їх

варто, відчуваючи необхідність. Жести мають відповідати своєму призначенню.

Матеріали до лекції №5

Тема: Практичні аспекти риторики

- 1. Методика та етапи підготовки промови.**
- 2. Логіка та емоції в промові.**
- 3. Ораторські прийоми у літературній мові.**

1. Методика та етапи підготовки промови

Будь-яка промова чимось подібна до наукового дослідження. Якщо вона навіть не містить нових ідей чи відкриттів (як, наприклад, наукова лекція), то принаймні будується, як «пошук істини». Виступаючи перед аудиторією, оратор повинен проголошувати щось вагоме й нове. Виступ повинен бути актуальним, змістовним. Лише за таких умов його слухатимуть.

Оратор повинен ґрунтовно володіти основними аспектами проблеми, бути освіченим у галузі знання, яку пропонує увазі своїх слухачів. Малоерудованість відразу помітна, довіри в аудиторії такий оратор не викликає.

Промова, зазвичай, потребує попередньої підготовки, адже від ґрунтовності залежить вагомість і переконливість викладу. Освіченість має таку властивість: чим більше людина знає чужих думок, тим самостійнішим стає її власне мислення, тим оригінальніша вона у поглядах, а звідси – цікавіша для інших. Не слід лякатися того, що тема маловивчена, що з цього питання «мало літератури». Якщо і справді так, то це свідчить про те, що промовець вільний від чужих думок і має право викладати власні міркування.

Споконвіку значними недоліками промови вважалися переказ чужих думок без власної оцінки. Але сама лише «власна» позиція може інколи засвідчити хіба що малокомпетентність промовця. Отже, «знання – сила»!

Як усяка інтелектуальна діяльність, підготовка промови процес творчий, і кожен має право використовувати власну методику. Інколи можна почути думку, наче промовці самі дивуються, як у них складається той чи інший текст, особливо імпровізація. Але більшість початківців нерідко ніяковіють, якщо їм доводиться звертатися із своїм словом до великої аудиторії. Матеріал вони переписують з певних джерел, але, слухаючи такий виступ, відразу помітна незграбність,

некомпетентність, маловченість і відсутність впевненості в собі. Такий промовець викликає лише співчуття.

Підготовка промови містить такі етапи: вибір теми – складання плану – збирання матеріалу – запис промови – розмітка тексту знаками партитури – тренування.

Вибір теми.

Термін «тема» походить від грецького «положення, основа». За Сопером, *«тема – це те, про що йдеться»*.

Часто лектору пропонують виступити на чітко визначену тему. Так, академічна доповідь у стінах вищого навчального закладу визначається навчальним планом чи науковим керівником. Тема завжди конкретна, стосується одного питання. У межах однієї теми є ще підтеми. Необхідно зважати на свої можливості, оскільки можна взятися за велику й актуальну тему, але не впоратися з нею. Отже, доцільно обирати тему під силу ораторові. Відомий знавець техніки спілкування Дж. Карнегі неодноразово зазначає, що розуміння між людьми виникає лише тоді, коли звертатися до іншого з великим і щирим інтересом до його проблем. Зокрема, легко зацікавлюються відповідною темою фахівці. Якщо оратор говоритиме, наприклад, із фахівцями й засвідчить знання специфіки їхньої праці, стурбованість проблемами галузі, – можна сказати, він близький до успіху. Слід уникати загальних фраз і банальних істин: аудиторія слухатиме не того, хто знає загальновідоме, а того, хто підкаже, як вирішити нагальні проблеми. Отже, володійте своїм матеріалом краще, ніж слухачі. Належного іміджу вам додадуть стриманість і скромність. Отже, тему слід подавати як проблему, завдання для вирішення.

Наведемо чинники зацікавлення темою:

1. Основні інтереси аудиторії. Оратор повинен знати, до кого саме він звертається: до філологів, спортсменів, медиків, до шанувальників книги, науковців.
2. Новизна теми.

Обираючи тему, слід відразу ж з'ясувати для себе, якої конкретної мети ви прагнете. Адже тримати людей у напруженій цікавості можна й дві години, але вони можуть розійтися, знизуючи плечима: а що, власне, оратор нам хотів сказати?

Тож вибирайте теми, які ви спроможні пояснити.

Складання плану.

Плани бувають трьох видів: простий, складний і цитатний. Простий план – це низка непоширених речень. Наприклад:

Тема: «Види красномовства та сфери його ужитку».

План

1. Академічне красномовство.
2. Політичне красномовство.
3. Юридичне (судове) красномовство.
4. Церковне красномовство.
5. Суспільно-побутове красномовство.

Складний план – це своєрідне поширення простого плану шляхом розгалуження основних питань. Крім того, до нього, зазвичай, вводять вступ та висновки. Наприклад:

Тема: «Види красномовства та сфери його ужитку».

План

I. Вступ. Потреба у видовій диференціації красномовства залежно від сфери його ужитку.

II. Основна частина. Диференціація видів красномовства.

1. Академічне красномовство:

- лекція;
- диспут;
- реферат;
- виступ на науковій конференції.

2. Політичне красномовство:

- політична промова;
- політична інформація;
- політична бесіда.

III. Висновки. Оратор повинен дотримуватися жанрово-видових норм красномовства.

Цитатний план – це план, подібний до простого, але замість непоширених речень тут вживаються цитати, які конденсують суть цього питання. Наприклад:

Тема: «Види красномовства та сфери його ужитку»

План

1. «Академічне красномовство – це ораторське вміння науковця та викладача, який доповідає щодо результатів дослідження чи популяризує досягнення науки».

2. «Політичне красномовство – це виступ оратора, що виражає інтереси тої чи іншої партії (політичної сили) чи роз'яснює будь-яку суспільно-політичну ситуацію».

З античних часів прийнято певну схему промови (вступ, основна частина, висновки). Подальший досвід деталізував її (вступ є зацікавленням; основна частина – описом, оповіддю та міркуванням; висновки – це переконання).

Попрацювавши за цією схемою, набуваємо вміння миттєво схоплювати матеріал, систематизувати його в пам'яті, вмить імпровізувати переконливу й ґрунтовну промову.

Збирання матеріалу.

Матеріал для промови може конденсувати власний і чужий досвід. Матеріалом з власного життя можуть бути: власні думки, спостереження, емоції. Матеріал, що містить чужий досвід – це, насамперед, книги, журнали, газети. Якщо промовець підкріплює власні думки цитатами, то вони набувають більшої значущості. Існує певна система правил, що допомагає швидше знаходити матеріал для промови і правильно ним користуватися.

Типи підготовки до публічного виступу:

- написання усього тексту промови;
- запис головних положень (тез та аргументів);
- виголошення промови експромтом.

Перший тип підготовки (написання тексту) рекомендується для відповідальних, офіційних ситуацій. Написання повного тексту промови певним чином дисциплінує оратора, адже в нього є можливість ретельно продумати формулювання власних думок і чітко розрахувати тривалість промови.

Виступ з попередньо написаним текстом промови може здійснюватися трьома шляхами:

- промову читають за рукописом;
- промову вивчають напам'ять;
- промову виголошують з опорою на текст.

Найменш прийнятною для успішного публічного виступу є промова, яку читають за рукописом. Оратору важко встановити контакт з аудиторією тому, що записи утворюють певний бар'єр між ним та слухачами. Погляд оратора зосереджений на тексті, а не на аудиторії. Відповідно, йому важко стежити за реакцією слухачів. Аудиторія навряд чи позитивно сприйматиме таку промову.

Промова, яку вивчають напам'ять, вимагає чималих зусиль від оратора. Вона сприймається позитивно.

Найбільш прийнятною є промова, яку виголошують з опорою на текст. В аудиторії складається думка про вільне володіння оратором даним матеріалом. У досвідченого оратора в таких випадках є можливість під час виступу вносити зміни до промови залежно від реакції слухачів.

На початкових етапах бажаним є писати текст промови. Такі вправи сприяють формуванню стилю та вдосконаленню навичок письмової комунікації.

Другий тип підготовки (запис головних положень) є оптимальним для досвідченого оратора. Промова допускає зміни під час виступу залежно від того, як аудиторія її сприймає.

Риторика рекомендує певні положення записувати, а при виступі зачитувати. Це цитати й цифровий матеріал.

Якщо оратор вибирає такий тип підготовки до промови, то йому доцільно записати:

- 1) перші та останні фрази промови;
- 2) формулювання тез та аргументів;
- 3) цитати й цифровий матеріал.

Третій тип підготовки (умовно) – це імпровізована промова. Проте, як відомо, найкращий експромт – підготовлений експромт. Перевагою імпровізованої промови можна вважати розвиток впевненості у собі. Якщо ораторові вдалось підготувати промову за кілька хвилин, тоді його виступ був успішним. З іншого боку, це може призвести до того, що в подальшій діяльності оратор відмовлятиметься від ретельної підготовки й буде покладатись на натхнення.

Таким чином, для здобуття майстерності в мистецтві публічних виступів потрібно:

- готуватись до промови (писати текст або головні положення);
- читати промову тільки в тих випадках, коли вибір слів має надзвичайно важливе значення.

Джерела знаходження матеріалу

Перед оратором часто постає запитання про те, де взяти матеріал для промови? Найбільш вагомим способом знаходження інформації є, звичайно, читання. На сьогодні можна обрати чимало видань для ознайомлення. Однак потрібно вміти з ними працювати. І лише невелика кількість видань є достатньо інформативними.

Є три етапи роботи з літературою:

- 1) відбір літератури;
- 2) ознайомлення з відібраною літературою;
- 3) опрацювання відібраної літератури.

Підсумком першого етапу (відбору літератури) є список джерел. Щоб відібрати необхідні книги, достатньо проглянути їх «по діагоналі», тобто ознайомитися з анотацією, змістом, переглянути перший і останній розділи, звернути увагу на стиль викладу.

Підсумком другого етапу (ознайомлення з відібраною літературою) є розмітка матеріалу в різних книгах. Значно

спростовують цю процедуру випадки, коли книги є власністю оратора. Тоді маркером виокремлюють ключові слова, фрази, абзаци. Корисно робити закладки або виписувати номери відповідних сторінок.

Підсумком третього етапу (опрацювання відібраної літератури) є виписки з книг. Якщо думка сподобалась, її потрібно обов'язково виписати. Однак виписки теж треба робити грамотно. Більшість теоретиків риторики рекомендують робити виписки на картках: кожному виписку на окремій картці. При цьому зверху вказують тему, якої стосується запис, а внизу – вихідні дані джерела. Бібліографічний опис джерела повинен складатися з таких компонентів: автор, назва книги, місто, видавництво, рік видання, кількість сторінок, сторінка. Наприклад:

Сосюр Ф. де. Курс загальної лінгвістики. – К.: Основи, 1998.– 324 с. – С. 28.

У сучасному світі потужне джерело інформації – це інтернет. Робота в інтернеті значно економить час. Тут можна віднайти матеріал щодо будь-якої теми різної складності. Однак доцільно здійснювати попередній перегляд того, що пропонують пошукові системи.

Не варто виписувати все, що здається цікавим. Такі записи великі за обсягом і ними незручно користуватися. Виписувати потрібно лише цінні думки. Для ораторської діяльності найважливішою залишається авторська розробка предмета промови. Саме в такий спосіб оратор може сформулювати ті положення й у тому вигляді, в якому їх повинні сприйняти слухачі.

Диспозиція (лат. «disposition» – «розташування») – це розділ риторики, який вивчає структуру ораторської промови.

Оптимальною є така структура промови:

1. Вступ.
2. Головна частина.
3. Завершення.

Вступ до промови

В ораторській промові вступ має найважливіше значення. Мета вступу – це встановлення контакту з аудиторією. Якщо у перші хвилини оратору це не вдалося зробити, тоді навряд чи його виступ буде успішним.

Поширеними є три прийоми, які використовують у вступі:

- привертання уваги аудиторії;
- «початок здалеку»;
- «несподіваний вступ».

Перший прийом (привертання уваги аудиторії): оратор засвідчує своє право говорити на певну тему. Маються на увазі ситуації, коли аудиторія готова слухати, але потрібно стимулювати її інтерес до доповідача. Риторика в подібних випадках рекомендує тактику, що зорієнтована не на презентацію особистості оратора, а на презентацію його ставлення до того, що відбувається. До прикладу:

Шановні слухачі! Ви вже прослухали цікаві та яскраві виступи моїх колег з проблем... Я сам з великим задоволенням прослухав їх і тепер продовжу цю тему. Хочу запропонувати вам своє бачення цих питань.

Другий прийом («початок здалеку») використовується, зазвичай, в конфліктній аудиторії. Завдання оратора полягає в тому, щоб налаштувати аудиторію на позитивне сприйняття промови.

Риторика в подібних випадках рекомендує створити, за змогою, «нейтральне» тло для подальшого спілкування. Для цього можна:

– вказати на неможливість односторонньої оцінки певного явища й тим самим налаштувати слухачів до готовності вислухати інші погляди;

– використати «обхідний маневр», тобто виразити думку аудиторії як власну й поступово завести її у «безвихідь» (показати, що наслідки з цього положення неслухні, хибні).

Третій прийом («несподіваний вступ») передбачає безпосереднє звертання оратора до основної проблеми. Зазвичай, подібний прийом використовується у тих ситуаціях, коли аудиторія зацікавлена в розгляді певної теми. Тоді оратору потрібно розпочати промову з сильної риторичної фігури. Здебільшого такою фігурою виступає риторичне запитання. Класичним прикладом подібного вступу є початок Цицероном своєї першої промови проти Катиліни:

«Доки ж ти, Катиліна, будеш зловживати нашим терпінням?»

Як довго ще ти, у своїй люті, будеш знущатися з нас? До яких меж ти будеш хизуватися своїм нахабством, що не знає шор? Невже тебе не збентежили на Палатині, ні варта, що обходить місто, ні страх, що обхопив народ, ні присутність всіх чесних людей, ні вибір цього так надійно захищеного місця для засідання сенату, ні обличчя і погляди присутніх? Невже ти не розумієш, що твоя змова вже відома всім присутнім і викрита? Хто з нас, на твою думку, не знає, що робив ти останньою, що

попередньою ніччю, де ти був, кого скликав, яке рішення прийняв? О часи! О звичаї!».

Вибір оратором прийому вступу диктується особливостями конкретної мовленнєвої ситуації, насамперед характером аудиторії. Перші фрази мають бути ретельно підготовлені, адже саме вони мають важливе значення для встановлення контакту зі слухачами.

У риторичі є також універсальні прийоми вступу, які можна використовувати в ораторських промовах на будь-яку тему в будь-якій аудиторії:

- цитата;
- яскравий приклад;
- комплімент;
- проблемне запитання.

Загальні характеристики першої частини промови можна окреслити таким чином: вступ має бути коротким та яскравим.

Головна частина.

Способи подання матеріалу.

Загальна мета головної частини – це обґрунтування тез оратора.

Матеріал може подаватися шляхом:

- природним;
- штучним.

Природний або історичний шлях подання матеріалу характеризується найменшим втручанням оратора у виклад. Матеріал викладається у хронологічній послідовності від ранньої події до пізньої. Цей спосіб зображує події так як вони відбувались у реальній дійсності. Роль оратора в таких випадках подібна до ролі літописця (головне – не забути, що за чим відбувалось). Перевагою історичного способу є прозорість такого подання матеріалу для аудиторії. Він легко сприймається, запам'ятовується, не викликає напружень думки.

Природний шлях викладу рекомендують використовувати у промовах, мета яких полягає в інформуванні аудиторії.

Штучний шлях викладу характеризується ієрархічністю, коли оратор сам впорядковував певний матеріал, при цьому він міг порушувати хронологію, ставити наслідки перед причинами. Подібне упорядкування матеріалу вимагає від оратора досить високого рівня майстерності.

Штучний шлях реалізується такими способами:

- дедуктивним;
- індуктивним.

При штучному впорядкуванні промови в риторичі пропонують певний порядок розташування аргументів. Він полягає в тому, що спочатку подаються сильні аргументи, потім – слабкі, а наприкінці – найсильніший аргумент.

Завершення промови дає можливість оратору посилити переконливість своїх думок, які було обґрунтовано в основній частині. Загальна мета завершення – закріплення оратором своїх положень у свідомості аудиторії.

Найбільш поширеними є прийоми:

- формулювання;
- апелювання.

Перший прийом (формулювання висновків) полягає в тому, що оратор повертається до найважливіших пунктів головної частини.

Формулювання висновків є досить поширеним способом завершення ораторських промов. Оратор ще раз наголошує на важливих думках свого виступу. При цьому доцільно перераховувати ті пункти, які повторюють за допомогою конструкцій:

По-перше... По-друге... По-третє...

Другий прийом (апелювання) полягає у тому, що оратор намагається емоційно завершити свою промову та вплинути на почуття аудиторії. Найчастіше використовується тоді, коли оратор намагається сформулювати у слухачів намір певним чином діяти.

Вибір прийому завершення диктується конкретними умовами спілкування. Насамперед оратору слід зважити на мету промови. Для інформативних промов більше підходить завершення через формулювання висновків, а для переконуючих – апелювання.

Останні фрази завершення мають бути ретельно продумані оратором, адже вони сприяють закріпленню того враження, яке склалось в аудиторії під час усієї промови. Прийоми завершення у промові: цитата, ілюстрація, подяка аудиторії. При виборі прийому завершення як подяки оратору не слід обмежуватися фразою: «Дякую за увагу»! Конкретизуйте комплімент аудиторії, наприклад:

«На завершення я б хотіла подякувати вам за те, що так уважно мене слухали і задавали цікаві запитання. Дуже приємно було з вами співпрацювати» або *«Дякую за увагу. Було дуже приємно виступати у вашій уважній і доброзичливій аудиторії»*.

Ефективне завершення виступу має таке саме значення як і вдалий вступ.

Спробуємо застосувати почуті теоретичні знання на практиці. Звернімо увагу на промову на тему: «Що означає жити гарно?»

Життя єдине, неповторне, радісне і сумне, сповнене глибоких переживань, солодке, як мед, і гірке, як полин. За нього треба боротись, щоб, оглядаючись на прожиті роки, не вважати їх втраченими чи даремно прожитими.

Як часто ми поспішаємо, не встигаємо, марно гайнуємо час, іноді залишаємось на одинці з інформаційною агресивністю суспільного життя, прагнемо плисти за течією. Та легкий шлях – не завжди правильний шлях.

Нам дано життя – шлях обираємо самі. Тому у кожного із нас під небесами своя висота. Вона залежить від обривів душі, від її глибини. Учімося жити так, аби людям, які перебувають поруч з нами, стало трішечки тепліше, даваймо можливість світити у світі іншим.

Який зміст ми вкладаємо в поняття «жити гарно»?

Кожен із нас хоче жити гарно. Всі ми мріємо про це. Я переконана, що не можна поганими засобами досягнути доброї мети. Постараюся жити з чистою душею і мати справжніх друзів. Думаю, що кожній людині для щастя потрібна доброта. Найперше уявлення про доброту ми отримуємо в родині від матері, батька, бабусі, інших близьких людей. Ми повсякденно відчуваємо доброту вчителів, батьків, друзів, які піклуються про нас. Вдячні тим людям, які допомагають безкорисливо.

Загальний смисл існування для всіх людей – любити життя і робити його кращим. Кожен, хто з'явився на світ, претендує на щасливу долю.

Фейєрбах писав: «Прагнення до щастя – це прагнення прагнень». Хто віднаходить своє щастя у праці, хто – у великій кількості грошей, а хто – в коханні, а хто – у подоланні себе, у самовдосконаленні.

Життя – це можливість

Скористайся нею.

Життя – це краса,

Милуйся нею.

Життя – це мрія,

Здійсни її.

Життя – це виклик,

Прийми його.

*Життя – це багатство,
Не розтрать його.
Життя – це кохання,
Насолоджуйся ним сповна.
Життя – це таємниця,
Пізнай її.
Життя – це фортуна,
Шукай цю мить.
Життя таке чудове,
Не згуби його,
Це твоє життя, борись за нього!
Духовний заповіт Матері Терези*

2. Логіка та емоції у промові

Є думка, наче промова повинна бути насамперед «емоційною», насиченою живими та відкритими почуттями, інакше, мовляв, виникає враження нещирості. Не заперечуючи справедливості таких вимог, зазначимо, що лише емоціями аудиторію переконати важко. Вислухавши емоційну, але малозмістовну промову, слухачі розходяться з невиразним почуттям невдоволення: начебто все було й щиро, й гаряче, але про що, власне, говорив оратор?

Як зазначив Сопер: *«Під час промови важливо не те, що відбувається на трибуні, важливо, що відбувається у свідомості слухачів».*

В основі логічного аналізу закладено вибір системи цінностей: щось ми вважаємо прямим, а щось – кривим. Будь-яка промова має в основі аксіологію (вчення про цінності, розмежування добра та зла). Перед виступом оратор повинен чітко усвідомити, що саме він виголошує як непорушну істину. Погане враження справляє той, хто починає шукати істину безпосередньо на трибуні.

Логіка як метод переконання аудиторії.

Система логічних доказів – авторитетних посилянь, статистики, різноманітних прикладів і висновків – працює на переконання слухачів. У мисленні здавна виділяють два методи – індукцію та дедукцію.

Індукція – це хід думки від часткового до загального. Наприклад, *Василь говорить грамотно, цікаво та змістовно. Василь – добрий ритор. Отже, добрий ритор говорить грамотно, цікаво і змістовно.*

Дедукція, навпаки, – хід думки від загального до часткового. Наприклад, *Добрий ритор говорить грамотно, цікаво і змістовно. Василь – добрий ритор. Отже, Василь говорить грамотно, цікаво і змістовно.*

Індуктивну логіку доцільно застосовувати при узагальненні великого за обсягом статистичного матеріалу.

Ораторові не слід порушувати закони логіки. Слово «логіка» (грец. побудований на міркуванні) означає науку про форми та засоби висловлення думки. Термін пов'язаний з поняттям «логос» – слово, зміст, основа, наука. Антична та середньовічна наука вивела такі закони логіки:

1. Закон тотожності (всяка суть збігається сама із собою). На практиці це означає, що ми дотримуємося певного значення слова, уникаючи варіантів. Наприклад, якщо ми говоримо про дівочу косу, то слово «коса» ми маємо вживати лише у цьому значенні (пор.: «коса» як інструмент косаря).

2. Закон протиріччя (жодне судження не може бути водночас істинним і помилковим). Якщо вислови суперечать один одному, вони не можуть бути істинними.

3. Закон виключеного третього (істинним може бути або вислів, або його заперечення). Із двох висловів, що суперечать один одному в один і той самий час у відношенні до одного і того самого предмета (явища, особи) лише один – істинний.

4. Закон достатньої підстави (будь-яке судження, що приймається, має бути належним чином обґрунтоване). Достатньою підставою для оратора можуть бути: фактичний матеріал, цитати, наочність. Усе це дає змогу переконати аудиторію у справедливості своєї думки.

Логічні помилки виникають, коли порушено вищезазначені закони логіки або логічні прийоми використано недобросовісно.

Основні види логічних помилок.

1. Підміна тези (побудова виступу на неправильних поглядах). Наприклад: *«Вивчати логіку не треба, бо без неї можна прожити».*
2. Неврахування полісемії слова. Наприклад: *«Чи будемо ми сьогодні ввечері дивитися фільм? – Подивимося»* (слово «подивимося» може означати і те, що співрозмовники подивляться фільм, і сумнів у цьому).
3. Об'єднання неспіввідносних понять. Наприклад: *«Цей чоловік має прекрасні жінку і авто».*
4. Повторення доказу (тавтологія). Наприклад: *«Цього не може бути, бо такого не може бути».*

5. Неправильна побудова речення.

Наприклад: *«Іван – сирота. Його батько помер, коли йому було 16 років»* (незрозуміло, кому було 16 років – батькові чи синові).

Знання законів і типів логічних помилок допоможе промовцеві уникнути смішного й незграбного становища, коли його докази нікого не переконують.

Логічні моделі, наведені вище, потрібно мати на увазі при підготовці матеріалу, складанні плану виступу, написанні тексту. Ви повинні знати, що помилкові положення Вашого виступу можуть у будь-який момент бути скеровані проти вас.

Емоційність промови

Оратор потрапляє в атмосферу аудиторії, яка вже емоційно налаштована. Це люди, що мають власну думку з питань, які Ви висвітлюватимете, і відповідний настрій почуттів. Звертайте увагу на вік аудиторії – це допоможе обрати правильну та цікаву саме для цієї категорії людей тему промови й передбачити реакцію аудиторії. Наприклад, якщо аудиторія дитяча, то потрібно зважити, що діти не можуть спокійно сидіти упродовж, скажімо, години, їхня увага зосереджується на інших об'єктах. Тому у виступі перед дитячою аудиторією оратор повинен обов'язково змінювати форми розповіді, вводити у розповідь елементи гри, бесіди. Молодіжна аудиторія достатньо емоційна та відверта: оратор повинен бути готовий до найнесподіваніших запитань. Зріла аудиторія менш емоційна, вона, на відміну від юнацької, передусім, слухатиме ввічливо, але її важче зацікавити, її непросто захопити якоюсь ідеєю – словом, переконати.

Щоб не відмежовувати себе від аудиторії, досвідчені оратори послуговуються займенником «ми», а не «я»: *«Ми розглянемо»*, *«Ми побачили»*. Це допомагає аудиторії бути активною у творчому процесі, а не пасивним слухачем.

Переконати можна і шляхом логіки, і засобами художнього слова. Народ віддавна користувався художнім словом, навіть коли не знав грамоти: *«Насупився, мов чорна хмара!»* – говорилося про лихого, непривітного чоловіка, від якого чекаєш щомиті *«грому й блискавки»*. Нехтувати такими можливостями слова промовцеві не варто.

3. Ораторські прийоми у літературній мові

Основним матеріалом оратора є слово. Словниковий запас культурної людини – багатий, гнучкий. Грамотна, чиста мова відразу створює враження освіченості, інтелігентності. Оратор як

носії культури повинен послуговуватися, передусім, літературною мовою, нормованою правилами граматики. Промова, в якій багато помилок, не лише створює негативне враження про самого оратора, але й утруднює сприйняття самої промови, відволікає від теми.

Культура мови оратора – «це процес свідомого добору та використання тих мовних засобів, які допоможуть лекторові швидко й результативно досягнути мети в кожній конкретній ситуації публічного виступу».

Найпоширеніші мовні помилки, яких слід уникати ораторові:

1. Неправильний наголос. Іноді від наголосу може залежати і семантика (значення) слова, наприклад: орган – орган.

2. Неправильна вимова окремих звуків.

3. Невміння розрізняти окремі морфеми у слові. Наприклад, префікси: «*Він обирав капелюх в магазині*» (не «обирав», а «вибирав»).

4. Вживання дієслова-зв'язки «буде» (майбутній час) в контексті теперішнього часу. Наприклад: «*Шевченко буде великий український поет*» (не «буде», а «є»).

5. Тавтологія – повторення однокореневих слів. Наприклад: «*Він переконливо переконав усіх у своїй правоті*».

6. Використання плеоназмів (слів одного значення). Наприклад: «*Поет у своїх віршах зобразив дійсність, реальне життя*».

7. Слова-паразити: ну, скажімо, зрозуміло.

Троп – грец. (зворот) – вживання слова чи виразу в переносному, образному значенні. Троп є обов'язковим елементом поетичної мови і нерідко – красномовства, його можна назвати формою художнього мислення. Тропи поділяють, зазвичай, на два розряди: прості (епітет та порівняння) і складні (усі інші).

Порівняння

Це зіставлення одного предмета з іншим на основі їх спільної ознаки; своєрідний живопис словом, спрямований на те, щоб розбудити уяву слухача (читача): «*Зорі – то людській душі*» (П. Куліш); «*Ой ти дівчино, з горіха зерня*» (І. Франко); «*Не русалонька блукає, то дівчина ходить...*» (Т. Шевченко). Порівняння відіграють важливу роль при описах, вони допомагають уявити об'єкт розмови.

Епітет

Грец. (додаток). Епітет образно визначає річ, людину чи дію, виокремлюючи найхарактернішу чи вражаючу якість. «*Чи слід*

молодиці світити грішним волоссям проти Божого сонця?» (І. Нечуй-Левицький).

Метафора

Грец. (перенесення) – перенесення значення (ознаки) слова за принципом подібності на ін. Наприклад: *чаша терпіння, у чужу душу не влізеш, випити гірку чашу*. Метафору можна назвати «головним» тропом. У «Поетиці» Арістотеля наголошено на важливості опанування метафорами і зазначається, що вміння складати гарні метафори – ознака справжнього таланту.

Уособлення

Надання одухотвореності силам природи та присвоєння людських рис тваринному світу: *лисичка-сестричка*. Уособлення характерне для фольклору з його міфопоетичною свідомістю, використовується також літераторами: *«А ліс шумить, стогне...»* (О. Кобилянська).

Персоніфікація

Цей прийом характерний для старовинної риторичної літератури: *«Туга зійшла по Руській Землі»* («Слово про полк Ігорів»); *«В хустках всміхаються личка жоржин, в смужках сховались коралі шипшин»* (О. Олесь). Особливу художню силу мають персоніфіковані звертання: *«Вітре буйний, вітре буйний! Ти з морем говориш. Збуди його, заграй ти з ним, спитай синє море»* (Т. Шевченко).

Алегорія

Грец. (іносказання) – зображення абстрактного поняття чи явища через конкретний образ. Алегорія однозначна (на відміну від символу), вона схожа на емблему. Наприклад: відома всім алегорія кохання – серце. Яскравими взірцями алегоричних текстів є притчі, прислів'я, приказки: *«слово – срібло, мовчання – золото»* (Народна творчість).

Метонімія

Грец. (перейменування) – перенесення назви з одного предмета на інший за умови суміжності значень. Наприклад: *читати Франка* (як сам автор, так і його твори); *вивчали Шевченка* (твори Шевченка), *не має серця* (жорстокий).

Синекдоха

Грец. (співвідношення) – різновид метонімії, перенесення значення з одного слова на інше на основі кількісних відношень. Наприклад: *перемовитися словом; він має світлу голову; учень тепер вже зовсім не той*.

Гіпербола

Грец. (перебільшення) – художнє перебільшення: *«Мало який птах долетить до середини Дніпра»* (М. Гоголь). Основне призначення гіперболи – звернути увагу на предмет, виокремити позитивні чи негативні якості: *умру зі сміху; море сліз; горами хвилю підійма.*

Літота

Грец. (простота) – художнє зменшення. Наприклад: *від Ніжина до Києва рукою подати; у цій же річці чаплі по коліно.*

Евфемізм – заміна священних, стилістично неприйнятних для якоїсь групи слів описовими синонімічними словами (зворотами). Наприклад: заміна в Біблії та в повсякденній мовній практиці імені Божого словом Господь.

Амфіболія

Грец. (двозначність) – троп, в якому спостерігається гра непроясненим значенням слова. Наприклад: *заєць в тролейбусі* (про кого йдеться – про лісового звіра в незвичній ситуації чи про безквиткового пасажира?).

Асиндетон

Грец. (безсполучниковість). Може передавати статичність зображуваного явища, описуючи його внутрішню динаміку. Наприклад: *«прийшов, побачив, переміг».*

Синтаксичний паралелізм

Повторення однакової структури речень. Наприклад: *«учення – світ, а невчення – тьма»* (присл.), *«Що снилося, то снилося! А що я кажу, то вже кажу!»* (О. Кобилянська).

Хіазм

Грец. (зворотний) – порядок слів, при якому спостерігається синтаксичне «перехрещення» на зразок літери Х. Класичний приклад хіазму: *«одні живуть, аби їсти, інші їдять, аби жити».*

Риторичні вигуки

Для ораторської мови характерні риторичні вигуки, які є гаслами. Наприклад: *«шануйте своїх батьків!»*

Антитеза

Грец. (протиставлення) – протиставлення антагоністичних явищ: *«питання життя або смерті»* (присл.).

Парадокс

Грец. (дивний, неочікуваний) – це неочікуване судження, висновок, що не співпадає із загальноприйнятою думкою чи з логікою попереднього тексту. Одним із найвідоміших парадоксів є парадокс Сократа: *«Я знаю, що я нічого не знаю».*

Епістрофа

Грец. (обертання) – риторична фігура, що складається з повторення одного і того ж слова чи звороту. Наприклад: *«Тільки з тобою я не сама, тільки з тобою я не на чужині. Тільки ти вмієш рятувати мене від самої себе»* (Л. Українка).

Еліпсис

Грец. (вада, дефект) – пропуск слова, яке легко відтворити, воно наче «підказується» контекстом. Наприклад: *«Собаки щоночі вили – [тому що] вмирущого чули»* (П. Мирний).

Ремінісценція

Лат. (спогад) – це відгомін добре відомого тексту, який у всіх на пам'яті. Наприклад: *«От і згадали ми Івана незлим, тихим словом»*. Ремінісценція, зазвичай, виступає як ознака високого стилю, але, як бачимо з наведеного прикладу, може виступати як іронічний прийом.

Параномазія – стилістична фігура, що виникає на каламбурному зближенні близьких за звучанням, але різних за змістом слів: *«Талант твій латаний»* (Т. Шевченко); *«Зимно, зимно, вітер над землею віє. І кричить, і виє, і когось шукає»* (О. Олесь).

Риторичне запитання. За лексико-граматичним вираженням ця давня риторична фігура не відрізняється від звичайного запитання. Специфіка риторичного запитання полягає в тому, що воно не потребує відповіді на відміну від звичайного: *«Душа полів, ти пам'ятаєш стерні? Оцю печаль, покинутість оцю?»* (Ліна Костено).

Риторичне звертання – фігура античної риторики, що виражає не лише власне звертання, а й реакцію, ставлення мовця до ситуації спілкування, ідей мовця: *«Верни до мене, пам'яте моя!»* (В. Стус).

Риторичний оклик – фігура, що виражає захоплення, яке мали б зрозуміти усі і приєднатися до мовця: *«Чоловіче мій, запрягай коня! Це не кінь, а змії – миготить стерня»* (Л. Костенко).

Іронія – різновид антифразису, в якому з метою прихованого глузування вживається слово з позитивним значенням. У вузькому значенні іронію розуміють як вживання слова з позитивною оцінкою для вираження негативної оцінки: *сила жінки в її слабкості; найкраща оборона – це напад; найкращий експромт добре піготовлений*.

Тавтологія – стилістична фігура, яка утворюється в результаті повтору тих самих споріднених слів: *любити великою*