Риторика та спічрайтинг

Лекція № 1

Тема: «**Риторика як наука і навчальна дисцпліна»**

**План**

1. Риторика як наука і навчальна дисципліна.

2. Основні поняття класичної риторики.

3. Основоположні розділи класичної риторики.

4. Зв’язок риторики з іншими науками.

**Література:**

1. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Риторика: Навч. посібник. – Львів: Світ, 2001. – 3-9 с.

2. Александров Дмитрий Николаевич. Риторика. Учебное пособие для вузов. – М.: Юнити, 1999. – 7-19 с.

3. Ивин А.А. Риторика. Искусство убеждать: Учебное пособие. – М., 2003. – С. 6-16.

4. Клюев Евгений Васильевич. Риторика. – М.. 1999. – С 9.

5. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика: Навч. посібник. – К.: Вища школа, 2003. – С. 6-16.

6. Молдован Валерьян Васильевич. Риторика загальна та судова. – К.: Юрінком Інтер, 1999. – 320 с.

7. Сагач Галина Михайлівна. Золотослів: Навч. посібник для середніх і вищих навч. закладів. – К.: Райдуга, 1993. – 378 с.

**Ключові поняття:** риторика, інтенція, диспозиція, елокуція, меморія, акція, топос, пафос, етос, логос, спічрайтінг.

Усе, що постає у людській свідомості, набуває форми слова. Система знаків, яку іменовано мовою, фіксує знання про світ, що оточує людину, є важливим чинником її самоусвідомлення, дає її змогу виразити свої ставлення до навколишньої дійсності. Мова виражає думку і почуття людей, вона є основним засобом їх спілкування.

Отже, одна із головних функцій мови – комунікативна, тобто функція спілкування. Виступаючи публічно, людина виражає, утверджує себе, одночасно впливаючи на інших. Красномовство – це сила, з допомогою якої вдається впливати на світ, змінювати його, реалізувати власну волю.

Термін “риторика” походить від грецького слова, яке означає наука про ораторське мистецтво, красномовство. Латиною поняття “красномовство” як “мистецтво говорити” позначається словом cloquentia – словенція. Наука про красномовство виникла як спроба осмислити закономірності гарного прозового мовлення, яке в активному суспільстві цінується значно менше, ніж художнє, поетичне слово. І все ж, поруч з поетами, які говорили про речі високі, використовуючи віршову форму, поставали оратори зі словом на політичні теми, промовами в суді тощо. У зв’язку з цим постала потреба вивчати закони ораторства, яке вже в античності стало справжнім мистецтвом.

Риторика – це наука про способи переконання, ефективні форми мовленнєвого впливу на аудиторію з урахуванням її особливостей.

Класична риторика – наука про загальні способи переконання у вірогідному чи можливому, що основані на чіткій системі логічних доведень, майстерність та мистецтво віднаходити ці способи і користуватися логікою аргументації; теорія художнього мовлення.

Сучасна риторика – це теорія та майстерність ефективного (доцільного, впливового, гармонійного) мовлення. Предметом сучасної загальної риторики є загальні закономірності мовленнєвої поведінки, що діють у різних ситуаціях спілкування, сферах діяльності, та практичні можливості використання їх з метою створення ефективного висловлювання. Ефективність мовлення визначається найменшими втратами в процесі його передавання від мовця до слухача у всіх трьох типах інформації, які зазвичай містять мовлення: понятійно-логічні, оціночні (+ або -), емоційні. Доцільність мовлення – це його відповідність основній меті мовця, його мовленнєвому наміру. Впливовість мовлення – це його здатність розбудити розум і почуття, змусити слухача спочатку прислухатися, прихильно та зацікавлено, а потім змусити прийняти те бачення оточуючого світу, яке йому запропонує мовець.

**Спічрайтінг (speech-мова і writing-писати) – це створення тексту промови для виступу перед публікою, аудіо або відео презентацій, а також сценарію для рекламного ролика.**

Риторика – це наука успіху. Однак він може залишитися тільки вербальним, словесним, перетворитися на віртуальний, якщо не смішний, коли в ньому не буде фахових, професійних складників.

Як і кожну науку, риторику треба вчити, нею треба оволодівати, бажано й шляхом критичного, реструктивного і конструктивного аналізів. Основними методами вивчення в давній риториці були повтори, декламації взірців і написання своїх промов за зразками. Проте не треба забувати, що риторика, можливо, як ніяка інша наука, є суто індивідуальною, особистісною. Цим вона цікава й потрібна, адже виховуємо особистість, але потребує ґрунтовної підготовки, такту, обережності, смаку, щоб чужа ідея, манера, фраза, прийом, слово стали твоїми, не перетворились на протилежність.

Риторика – це наука текстотворча, в центрі її – закони мислення і мовлення, механізми продукування тексту усного й писемного. Отже, потрібно ширше осягати предмет і сфери риторики та глибше проникати у зміст основних понять і категорій риторичної науки.

**Предмет риторики формувався у кількох вимірах. У вертикальному вимірі – це вивчення й опис усіх видів риторичної діяльності від задуму, ідеї до породження тексту, виголошення його і релаксації. Все це є предметом п'яти розділів класичної риторики: інвенції, диспозиції, елокуції, меморії та акції.**

**У горизонтальному вимірі – це риторика трьох основних родів промов – судових, дорадчих, епідейктичних (похвальних) – та кількох їх жанрових видів, технологія і методика підготовки та виголошення яких залежить від сфери, в якій реалізується красномовство (політичне, педагогічне, дипломатичне, сценічне та ін.). Накладали свій відбиток й історичні епохи та літературно-мистецькі стильові течії в національній культурі.**

Значення терміна «риторика» і його концепт виразніше проступає через його опозицію до інших термінів. Риторика – мистецтво прозової мови, тоді як поетика – мистецтво поетичної мови, хоча кожний з термінів поширив свій вплив і на «сусіда»: є риторика поетичної мови і поетика прозової мови. Риторика – це гарна або прикрашена мова, тоді як звичайна практична мова спеціальних прикрас не має. Риторика – це наука породження тексту, тоді як герменевтика – наука розуміння тексту. Лінгвістична риторика – це правила побудови мовлення на рівні фраз і понадфраз, це вчення про типи переносних значень, тропи і фігури та соціальне функціонування тексту як цілісних семіотичних (знакових) утворень...

Сучасна риторика як наука переконання засобами мови виходить далеко за межі публіцистичних промов. Вона має широке застосування в найрізноманітніших ситуаціях мовного спілкування як усього соціуму, так і окремих мовців.

Традиційно риторику сприймають як науку про красномовство. Однак у сучасному мовознавстві з'явилося і поняття «дискурсивна риторика», тобто риторика дискурсу як щоденного мовного спілкування в соціумі. Саме така риторика має перспективу широкого застосування у сучасному українському суспільстві, тому що вона з риторики красномовства транспортує технологічний апарат побудови висловлювань і текстів для мовного спілкування нащо-день у різних сферах життя.

Сприймаючи мову просто як засіб спілкування, ми, на жаль, спрощуємо і мову, і мовну свідомість, і свій мовний образ, тому що забули, що мова – це дар розуму і серця, яким треба користуватися майстерно, по-мистецькому. Залежно від того, що говорити і кому, риторика відповідає на питання, як говорити, для чого і де.

***2. Основні поняття класичної риторики***

Найпростіше визначення класичної риторики – мистецтво переконувати – реалізується через такі основні загальні поняття риторики, що мали назви в античній науці: логос, етос, пафос, топос.

***Логос***.

Логос як основна категорія класичної риторики покликаний був воєдино представляти думку і слово, що практично означало: слово має зміст, думку, воно має йти від розуму й апелювати до нього. Засновник риторичної науки Арістотель бачив Логос, тобто риторику як науку, що має два основні засоби переконувати: 1) силогізм (висновок від загального до часткового) і 2) ентимему (скорочений силогізм, в якому процедура міркування і висновку не повністю показана, а маємо ніби вже готовий висновок) – троп. Ентимема – це троп, а троп з погляду логіки – це скорочений силогізм. Перший спосіб реалізується у розділі «Диспозиція», де зосереджено всі правила розташування матеріалу і логічних процедур з ним, всі види силогізмів, типи аргументацій. Другий спосіб (коротке, ніби стиснуте міркування) розвинувся у розділі «Елокуція» в підрозділ елоквенції як система засобів фігурального мовлення (фігури слова і фігури думки).

***Етос.*** У давньогрецькій мові слово ethos означало звичай, звичка, характер, норов (від нього походить і сучасне слово етика) і в античній риториці спочатку вживалося як ознака до слова оратор, а потім закріпилося в риторичній науці як моральний принцип її. Етос є основою формування риторичного ідеалу.

***Пафос*** (гр. pathos – пристрасть, почуття) – це інтелектуальне, вольове, емоційне устремління мовця (автора), яке виявляється і в процесі мовної комунікації, і в його продукті – тексті.

Ці три основоположні категорії класичної риторики можна визначити як три важливі наукові критерії, успадковані й іншими філологічними (і не тільки) науками, що розвинулися дотично до риторики: критерій істинності (логос), критерій щирості (етос), критерій відповідності мовної поведінки (пафос).

**Топос** (гр. topos – місце), топіки – це риторичне поняття, що означає загальні місця у промові. До них належать найтиповіші часо-просторові мовні ситуації та описи їх, які легко запам'ятати і які майже у всіх мовців однакові (Моя сім'я; У магазині; У транспорті тощо). Антична риторика любила топоси і розробляла заголовки для них (логограми) та схеми, які легко можна було пристосувати до аналогічних ситуацій, а люди, що розробляли такі логограми, називалися логографами. Цій меті значною мірою служили й зразки промов з певних тем і для певних ситуацій.

**3.Основоположні розділи класичної риторики**

***Інвенція*** (лат. inventio – винахід, вигадка) – це перший розділ класичної риторики, в якому розробляється етап задуму, намірів, ідей, формулювання гіпотези майбутнього виступу. На цьому етапі промовець має систематизувати власні знання про реальні предмети, явища чи абстракції в обраній галузі, що стануть предметом промови, потім зіставити їх зі знаннями про інші і визначитись, який предмет і в якому обсязі промовець може представити у промові. Основне в інвенції – вдало, доречно вибраний предмет розмови і намір його представити та розкрити так, щоб досягти здійснення задуму.

***Диспозиція*** (лат. dispositio, від dispono – розташовую, розміщую) – це другий розділ риторики, в якому формулюються основні поняття про предмет виступу і визначаються правила оперування поняттями, тобто формуються аналогічні процедури. Основне призначення гарної диспозиції, тобто на етапі побудови промови, – запропонувати цілий набір положень і в такій послідовності, щоб вони не суперечили одне одному, а конкретно переміщувалися з однієї частини в іншу аж до закономірного висновку. Диспозиція пропонує також логічні операції, якими знімається суперечливість визначень.

***Елокуція*** (лат. eloguor – висловлююсь, викладаю) – третій розділ класичної риторики, в якому розкриваються закони мовного вираження предмета спілкування. Основний зміст елокуції з класичної риторики перейшов у сучасну стилістику (вчення про стилі і вчення про тропи та фігури).

Розробки першого і другого етапів – інвенції і диспозиції – в елокуції набувають мовного фігурального вираження і в резуль¬таті – додаткових змістових, оцінних, емоційних, вольових ефектів. Якщо перший і другий етапи підготовки промови підпорядковані суворій логіці операцій, то на третьому етапі – елокуції – зміст промови входить у зону паралогіки, яка допускає використання слів і виразів у переносному (фігуральному) значенні.

Такі порушення, зміщення логіки (паралогіка) створюють нові смисли і часом викликають ефекти неймовірної сили. Це зона використання мовних засобів, що здатні трансформувати основні зна¬чення слова у переносні (тропи), і мовних засобів, які здатні трансформувати значення синтаксичних структур та елементів думки (фігури). На етапі елокуції розвинулося вчення про стилі. Тому цей розділ риторики називають найкрасивішим і найефективнішим. Саме він приводить мовця до мети.

***Елоквенція*** – підрозділ елокуції – найбільшого розділу риторики, в якому досліджуються фігури слова (тропи) і фігури думки (риторичні фігури). Отже, цю частину можна назвати серцевиною красномовства. Іноді її просто називають красномовністю. В класичній давньогрецькій риториці від часів Горгія, римській часів Цицерона, традиційній ренесансній, просвітницькій, бароковій і особливо в шкільній риториці за тропами й фігурами закріплювалася прикрашальна функція. Це усолоджувало промови, але часто прикривало примітивний зміст, і цим викликало у XIX-XX ст. іронічні напади на риторику як пусту красиву забавку.

Нині утверджується погляд на тропи і фігури як на творчі елементи мови, що відбивають специфіку творчого мислення, худож¬нього бачення предмета мовлення, а не пусті прикраси: «Тропи не є зовнішньою прикрасою, певного роду апліке, що накладається на думку зовні, – вони складають суть творчого мислення, і сфера їх ширша, ніж мистецтво. Вони належать творчості взагалі»2. На підтвердження такої думки можна навести приклади наявності тропів і фігур у певних стилях, їх жанрах і конкретних типах текстів та сферах звучання живої мови, де немає й натяку на прикрашання. Наприклад, метафори й епітети в науковому та офіційно-діловому стилях: воронована криця, вушко голки, вушко ресори, носик чайника, ніжка стола, заява пішла тощо.

Тропи і фігури виникають в результаті складних семантико-синтаксичних процесів між словами і словосполученнями, і вже це також свідчить, що вони є простими засобами прямого прикрашання. Це метаболи – одиниці перетворення мислительної і мовної енергії та вербальної субстанції. Тропи і фігури є органічними складниками мови, а виявляються в тексті тільки у формі непрямої дії істинних ознак предметів.

***Меморія (лат***. memoria – пам'ять, згадка) – це наступний розділ риторики, призначення якого – допомогти оратору запам'ятати зміст промови так, щоб не розгубити не тільки фактичну інформацію, а й образність, цікаві деталі. Його можна назвати тренуванням пам'яті. Змістом цього розділу є мнемотехніка – система «секретів», прийомів запам'ятовування матеріалу, швидкого відтворення, розвитку оперативної пам'яті, вміння користуватися набором енциклопедичних знань з обраної галузі і суміжних, якими володіє промовець. По-сучасному це можна визначити як збагачення і впорядкування «банку даних».

***Акція*** (лат. actio – дія, дозвіл) – п'ятий розділ класичної риторики, призначення якого полягало в тому, щоб підготувати оратора зовнішньо і внутрішньо до виступу. Це найважливіший і найвідповідальніший етап риторичної діяльності оратора, бо на ньому під час виголошення промови за короткий час має реалізуватися вся тривала попередня підготовча робота і привести до очікуваної мети. Тут великого значення набуває самоконтроль оратора і його вміння «на ходу» коригувати свої дії, не чекаючи остаточного провалу промови, мобілізувати свої сили, активізувати увагу слухачів, достойно завершити акцію.

Оратор має зовнішньо добре виглядати, справляти приємне враження не тільки змістом промови, а й дикцією, силою звучання голосу, тоном, вмінням тримати паузу, мімікою, жестами, кінесикою.

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

**4.Зв'язок риторики з іншими науками**

Риторика пов'язана з іншими науками як пранаука, з якої вийшло мистецтво мовного спілкування в усіх наукових сферах. Найближче риторика пов'язана з ***філософією*** і є частиною її. Філософія вивчає загальні закони розвитку людини, природи, суспільства і формує світогляд людини; риторика вивчає й описує конкретні закони, закони ефективної мисленнєво-мовної діяльності, виробляє правила мовного спілкування, а також сприяє формуванню цілісного світогляду та морально-етичних норм людини.

Риторику і ***логіку*** єднає не тільки спільний генезис (логос), а й те, що основою кожної є мислення. У логіці йдеться про загальні закони мислення, його форми, види. В риториці основним є вербальне мислення. У логіці панує теорія доказу, в риториці найважливішими є аргументи переконання.

Аристотель зазначав, що риторика слугує уяві, як логіка – розумові. Логіка орієнтована на істину та діяльність, а риторика — ще й на вигадку та на ймовірне, вона творить мовлення, яке описує реальний і, можливо, уявний художній світ.

Спільними для риторики й ***етики*** є моральні закони. Риторика завжди стояла і стоїть на сторожі добра: «Риторика – найбільше для людей добро» (Платон). Моральний облік оратора і ритора забезпечує їм успіх або неуспіх.

Риторика є праматір'ю для лінгвістичних наук. Вона – попередниця ***граматики, культури мови, поетики, стилістики, лінгвістики тексту, соціолінгвістики, психолінгвістики***. Маючи багато спільних з ними аспектів, риторика основну увагу зосереджує на типах і видах мовленнєвої діяльності. Якщо більшість лінгвістичних наук досліджують готовий текст, мовні одиниці та явища, що відбуваються з ними, то риторика вивчає і вибудовує за авторською настановою тривалий шлях до готового досконалого тексту. І не до абстрактного тексту, а до типів і жанрових видів текстів відповідно до конкретної настанови.

Міцні і давні зв'язки риторики з г***раматикою***.

Риторика пов’язана з ***мовознавством***, мовознавство озброює її знанням законів, за якими формується людське мовлення.

***Літературознавство*** відкриває ораторові закони творення художнього образу словесними засобами.

***Психологія*** дає змогу ораторові контролювати власний душевний стан та настрій аудиторії.

***Фізіологія*** дає знання про мовний апарат, його можливості та принципи творення голосу.

**Методика виразного читання, основи рижесури й акторської майстерності** допомагають ораторові оволодіти голосом, поставою, жестикуляцією, мімікою.

Лекція №2

Тема: Еристика – мистецтво полеміки

План

1.Суперечка як предмет еристики

2. Типи суперечок.

Література:

1. Волков Б. С. Конфліктологія : Навчальний посібник для студентів вузів / Б. С. Волков, Н. В. Волкова. – М. : Академічний проект; Триста, 2005.

2. Кубрак О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування : Навчальний посібник з етики для студентів / О. В. Кубрик. – Суми : ВТД «Університетська книга », 2002. – 208 с.

3. Лебедєва Н. Г. Основи психології і педагогіки : конспект лекцій / Н. Г. Лебедєв, Д. О. Самойленко. – Алчевськ : ДонДТУ, 2000. – 174 с.

4. Максименко С. Д. Загальна психологія : Підручник / С. Д. Максименко. – Вінниця : Нова Книга, 2004. – 704 с.

5. Обознов Н. Н. Психологія роботи з людьми / Н. Н. Обознов, Г. В. Щокін. – Київ : Либідь, 1990.

1.Суперечка як предмет еристики

Термін "еристика" має давню історію. Він походить з грецької та означає "мистецтво суперечки". Спочатку під "еристикою" розуміли звід прийомів, якими потрібно користуватися в спорі, щоб одержати перемогу

**Еристика – це напрям досліджень, мета яких полягає в розгляді різноманітних характеристик (логічних, семіотичних, психологічних тощо) такого складного комунікативного процесу, як суперечка.**

Отже, предметом вивчення еристики є суперечка.

**Суперечка - це комунікативний процес, у якому наявне активне ставлення до точки зору співрозмовника, що виражене в її критичній оцінці.**

Будь-яка суперечка передбачає розходження в думках, зіткнення позицій. Кожна сторона активно відстоює свою точку зору та намагається розкритикувати точку зору супротивника. Якщо немає такого зіткнення думок, то немає й самого спору, а є якась інша форма комунікації. Наприклад, проповідь, молитва, лекція, інформаційна доповідь - це не суперечки. Якщо аргументація з приводу якогось питання спрямована на людей, які байдуже або позитивно (тобто некритично) ставляться до неї, то немає ніяких підстав вважати цю комунікативну ситуацію суперечкою.

**Учасники суперечки**

Обов'язкові учасники суперечки:

o пропонент;

o опонент;

o аудиторія.

**Пропонент - це той, хто висуває та обґрунтовує певну точку зору.**

Без пропонента не може бути суперечки, оскільки спірні питання не виникають самі по собі. їх повинен хтось сформулювати та поставити на обговорення. Точка зору пропонента може виражати власну думку або репрезентувати колективну позицію з того чи іншого питання.

**Опонент - це той, хто піддає сумніву або заперечує істинність або слушність точки зору пропонента.**

Опонент може бути безпосередньо присутнім і особисто брати участь у спорі. Але може бути й така ситуація, коли опонент безпосередньо не бере участі в ньому.

**Аудиторія - це колектив, який має свої переконання, свої позиції, точки зору з приводу обговорюваного питання.**

Аудиторія є головним об'єктом аргументативного впливу в спорі.

**Позитивні та негативні точки зору**

Суперечка має місце тоді, коли пропонент та опонент мають розходження в думках з приводу певного питання. Одна сторона висуває точку зору, а друга висловлює сумнів щодо неї або взагалі заперечує її. Таке розходження може бути виражене в точці зору явно (експліцитно) або неявно (імпліцитно).

**Точка зору - це думка, яка фіксує відношення людини до твердження, змістом якого є певна пропозиція.**

Щодо пропозиції можна зайняти позитивну, негативну або нейтральну позиції.

***Приклад*** Розглянемо твердження: "Неземні цивілізації існують".

Позитивна точка зору: *"Я думаю, що неземні цивілізації існують".*

Негативна точка зору: "Я *не думаю, що неземні цивілізації існують".*

Нейтральна точка зору: "Я *не знаю, існують чи ні неземні цивілізації".*

Розходження в думках, яке є передумовою будь-якої суперечки, передбачає, що один з учасників має позитивну або негативну точку зору відносно певного твердження, а другий учасник має сумніви щодо неї.

Можлива й складніша форма розходження в думках, коли друга сторона не тільки сумнівається, а й підтримує протилежну точку зору.

Нейтральну точку зору, як правило, ні пропонент, ні опонент не підтримують. Інакше комунікативний процес не можна було б кваліфікувати як суперечку.

**2.Типи суперечок**

Типи суперечок виокремлюють залежно від типів розходження в думках.

Розходження в думках залежно від кількості пропозицій, які містить точка зору може бути:

o одиничним;

o множинним.

Розходження в думках вважають **одиничним,** коли до уваги беруть точку зору, яка ґрунтується тільки на одній пропозиції.

Розходження в думках вважають **множинним,** коли до уваги беруть точку зору, яка ґрунтується більше ніж на одній пропозиції. Це відбувається, коли пропонент висловлює точку зору з приводу складної проблеми, яка містить багато пунктів, або дає відповідь одразу з цілого ряду питань.

Розходження в думках залежно від позиції, яку займає опонент у суперечці, може бути:

* незмішаним;
* змішаним.

Розходження в думках вважають **незмішаним,** коли тільки пропонент бере на себе зобов'язання захищати свою точку зору. Опонент піддає її сумніву: ставить запитання, але власної точки зору не висуває.

Розходження в думках вважають **змішаним,** коли відносно однієї пропозиції учасники спору висловлюють різні точки зору. При цьому кожна сторона аргументує свою позицію.

Наведені типи розходження в думках можуть комбінуватися різними способами. У результаті отримуємо різні типи суперечок.

**1. Суперечка ґрунтується на одиничному незмішаному розходженні в думках**

Пропонент висуває точку зору, яка ґрунтується на одній пропозиції, та бере на себе зобов'язання захищати її. Опонент піддає її сумніву: ставить запитання, але власної точки зору не висуває.

**2. Суперечка ґрунтується на множинному незмішаному розходженні в думках**

Пропонент висуває точку зору, яка ґрунтується більше ніж на одній пропозиції. Опонент піддає її сумніву: ставить запитання, але власної точки зору не висуває.

**3. Суперечка ґрунтується на одиничному змішаному розходженні в думках**

Пропонент висуває точку зору, яка ґрунтується на одній пропозиції. Опонент піддає її сумніву та висуває протилежну точку зору. При цьому кожна сторона аргументує свою позицію.

**4. Суперечка ґрунтується на множинному змішаному розходженні в думках**

Пропонент висуває точку зору, яка ґрунтується більше ніж на одній пропозиції. Опонент піддає її сумніву та висуває протилежну точку зору. При цьому кожна сторона аргументує свою позицію.

Зверніть увагу на те, що під час аналізу різних типів суперечок треба вміти відрізняти головне розходження в думках від другорядних, які виникають у ході обговорення

Можна виділити декілька класифікацій суперечок. По-перше, суперечка за формою може бути дискусією, полемікою, диспутом або дебатами.

Дискусія (від лат. (dіscussiо - дослідження, розгляд) – це публічна суперечка, мета якої полягає у з'ясуванні й порівнянні різних точок зору, у знаходженні правильного рішення спірного питання. Дискусію можна також кваліфікувати як своєрідний спосіб пізнання. Вона дозволяє краще зрозуміти те, що не є достатньо чітким і зрозумілим. Навіть якщо учасники дискусії не приходять до спільного висновку, все ж таки взаєморозуміння між протилежними сторонами посилюється. Безпосередня мета дискусії - це досягнення консенсусу між учасниками суперечки стосовно проблеми, що обговорюється. У зв'язку з цим застосування некоректних прийомів, спрямованих на обдурювання співрозмовника, в такій суперечці заборонене. У протилежному випадку дискусія може припинитися і виникне конфліктна ситуація.

Унікальним прикладом такого виду суперечки є дискусія, яка відбулася між двома видатними фізиками Н. Бором та А. Ейнштейном. Ця дискусія тривала протягом декількох десятиліть. Вони сперечалися і усно, і письмово, і на відстані, і при зустрічі. Іноді суперечка була по-академічному строгою, а інколи була схожою на вибух.

Причина дискусії полягала в обговоренні проблематики квантової механіки, із створенням якої значно змінилися погляди фізиків на оточуючий світ. Дискусія викликала значний інтерес серед науковців: за нею уважно слідкували, в ній брали участь найвидатніші вчені - соратники Бора й Ейнштейна. Відомий голландський фізик Пауль Еренфест був «секундантом» суперечки. Він допомагав організовувати зустрічі між сперечальниками, вів їхнє листування, стимулював до активних дій.

У цій дискусії не було переможців. Ніхто нікого не переконав. Кожний з учасників залишився на своїй позиції.

 А. Ейнштейн помер раніше Н. Бора на сім років. Однак Бор до останнього продовжував подумки сперечатися зі своїм опонентом. Саме про це свідчить одна цікава подробиця його життя. Останній малюнок, який Бор зробив на дошці в кабінеті за день до смерті, відтворював ейнштейнівський «ящик з фотоном», розмірковувати з приводу якого Бор, мабуть, ще продовжував.

Хоча до спільної думки два найвидатніших фізики нашого століття так і не дійшли, однак їх дискусія була напрочуд плодовитою. Вона не зводилася до фіксування різних точок зору. Вчені спільно намагалися знайти істину, тому метою їхньої дискусії було не знищення, а, навпаки, збагачення один одного. В результаті уточнювалися їхні позиції, виправлялися неправильні визначення, будувалися нові аргументації. Вчені не були ворогами, вони з великою повагою ставилися один до одного, про що свідчать численні факти. Так, в одному із листів А. Ейнштейн, звертаючись до свого опонента, пише: «Дорогий, якщо не сказати любий, Боре!». У приватній бесіді в Москві Бор говорив: «Ейнштейн був не тільки генієм, а й прекрасною і дуже доброю людиною. Його посмішка ще й зараз перед моїми очима».

Полеміка (від грецьк. роlemikos - ворожий, войовничий) - це суперечка, в якій є конфронтація, протистояння, протиборство сторін, ідей і думок. У зв'язку з цим її можна визначити як боротьбу принципово протилежних думок з якогось питання, як публічну суперечку з метою захисту, відстоювання своєї точки зору і спростування протилежної.

Із цього визначення випливає суттєва різниця між полемікою, з одного боку, та дискусією - з іншого. Якщо Учасники дискусії або диспуту, відстоюючи протилежні Думки, намагаються дійти консенсусу, якоїсь єдиної думки, знайти спільне рішення, встановити істину, то мета полеміки зовсім інша. Тут потрібно отримати перемогу над супротивником, відстояти і захистити свою власну позицію. Прийоми, які застосовуються в полеміці, повинні бути коректними, однак у практиці сучасної комунікації в подібного типу суперечках часто застосовуються також некоректні прийоми.

 Диспут (від лат. disputо - досліджую, сперечаюсь) та дебати (від франц. dеbate- сперечатися) як види суперечки в літературі часто розглядаються як схожі поняття.

Відмітні ознаки диспуту такі:

•Диспут – це завжди публічна суперечка.

Предметом диспуту як публічного спору виступає наукове або суспільно важливе питання.

•Організаційні форми диспуту можуть бути різноманітними: обговорення дисертації, публічний захист тез тощо.

•На відміну від дискусії диспут не тільки з'ясовує підстави, а й виявляє позиції сперечальників. Нерідко останнє в диспуті стає головним.

Дебати – це суперечки, які виникають при обговоренні доповідей, виступів на зборах, засіданнях, конференціях тощо. Мета дебатів - визначення ставлення учасників обговорення до спільних для всіх тез виступу.

Окрім наведеної вище класифікації суперечок існують також інші. Так, залежно від мети розрізняють: суперечку заради істини, суперечку заради переконання, суперечку заради перемоги і суперечку заради суперечки.

Суперечка заради істини, або діалектична суперечка, у чистому вигляді зустрічається рідко. (Тут слово «діалектична» застосовується в своєму первісному значенні. Діалектикою у Стародавній Греції називали мистецтво досягнення істини в процесі бесіди). У такій суперечці дуже старанно підбираються та аналізуються доводи тих, хто сперечається, ретельно оцінюються позиції та точки зору протилежних сторін, тобто, по суті, ведеться спільний пошук істини. Такий спір можливий лише між компетентними, обізнаними з цією проблемою людьми, які зацікавлені в її вирішенні. Девізом такої суперечки можна назвати вислів: «Платон мені друг, але істина дорожча». її учасники, як правило, глибоко поважають один одного, взаємно спонукають до уточнення формулювань та визначень, проявляють толерантність, намагаються прояснити точку зору співрозмовника, погоджуються з положеннями супротивника, які здаються правильними. Образно учасників суперечки заради істини можна уявити як двох людей, що розпилюють однією пилкою стовбур дерева. Як підкреслював відомий філософ та логік Сергій Поварнін, цей вид суперечки «дає, окрім безперечної користі, істинну насолоду та задоволення і є насправді «розумовим банкетом».

Цікаву характеристику саме цього виду спору дає відомий польський філософ і логік Тадеуш Котарбінський (1886-1981), який називає суперечки заради істини «предметними дискусіями». Він пише; «Хто хоче з'ясувати істину, той не менш старанно шукає її і в переконаннях, і в припущеннях супротивника, хоча останні спочатку і не погоджуються з його власними поглядами. Щоб витягти ц також звідти, він намагається допомогти супротивнику знайти для його думки слова, які б найбільш точніше виражали її. Він намагається, як кажуть, зрозуміти супротивника краще, ніж той сам себе розуміє. Замість того, щоб використовувати кожний слабкий пункт аргументації супротивника для розвінчування та знищення тієї справи, яку він відстоює, учасник предметної дискусії докладає зусиль до того, щоб витягти із міркувань супротивника все те цінне, що допоможе виявленню істини. І в цьому немає протиріччя. Це немов би певний розподіл праці: «Ти будеш намагатися відстоювати свою гіпотезу, а я свою, і подивимося, що з цього вийде. Я буду намагатися спростувати твої твердження, а ти - мої. Давай у нашому дослідженні спростовувати все, бо тільки таким способом можна виявити те, що спростуванню не піддається. Те, що при цьому встоїть, і буде спільно знайденою істиною. Нехай же вона і буде єдиним переможцем у цій суперечці».

Метою діалектичної суперечки є передусім досягнення істини. Істина, як правило, пов'язана з певними описами, тому суперечка про неї - це суперечка про відповідність опису, який наводить сперечальник, реальному станові речей. У зв'язку з цим суперечку заради істини можна також назвати суперечкою про описи. Говорити про перемогу в подібних спорах немає сенсу: коли в результаті суперечки відкривається істина, то вона стає надбанням обох сторін. Дискусія між Н. Бором та А. Ейнштейном, описана вище, якраз і репрезентує такий вид спору.

Завданням суперечки може бути не тільки перевірка істинності якогось положення, а й переконання іншої людини. Тут важливо зазначити два моменти: людина може переконувати іншу людину або тому, що сама щиро вірить в те, що є предметом переконання, або тому, що «так треба» з огляду на певні обставини, хоча сама насправді не поділяє думки, які відстоює (наприклад, офіційні проповідники різних вчень, сект, агітатори, торгові представники різноманітних фірм тощо). Прийоми, які застосовуються у подібних суперечках, можуть бути як коректними, так і некоректними, головне - переконати співрозмовника у слушності своєї думки.

Метою суперечки буває не тільки дослідження істини чи переконання, а й перемога. Мотиви проведення такого спору можуть бути різноманітними. Один вважає, що обстоює справедливість, інший - захищає суспільні інтереси, третій нав'язує свою думку, тому що у нього великий життєвий досвід і він знає, як повинно бути, четвертому потрібно самоутвердження тощо. Головне завдання, що стоїть перед суперечниками в цьому випадку, полягає у тому, щоб «взяти гору» над супротивником за будь-яку ціну, використовуючи будь-які методи. Така суперечка називається ще еристичною суперечкою. Іноді можна зустріти також назву «парламентська суперечка».

Характерною ознакою еристичної суперечки є те, що вона є суперечкою про цінності, про ствердження якихось власних оцінок і критику протилежних. У зв'язку з цим метою такої суперечки завжди є перемога, а не досягнення істини. Причому перемога тут витлумачується як ствердження якоїсь системи цінностей (оцінок або норм) і відповідно до цього - прийняття конкретного напряму майбутньої діяльності. До речі, суперечка заради істини також може перетворитися на суперечку заради цінностей, якщо вона буде орієнтуватися не на істину, а на перемогу однієї зі сторін.

Слід зазначити, що у процесах реальної комунікації суперечка заради перемоги зустрічається значно частіше, ніж суперечка заради істини. Остання, як правило, має місце в науковій діяльності, але й там нерідко переростає в суперечку про цінності.

Суперечки також можна розрізняти за кількістю осіб, що беруть участь в обговоренні проблемних питань. За цією ознакою виділяють три види спорів: суперечка-монолог (людина сперечається сама з собою, це гак званий внутрішній спір), суперечка-діалог (сперечаються дві особи) та суперечка-полілог (спір ведеться кількома особами).

У свою чергу, суперечка-полілог може бути масовою (усі присутні беруть участь у спорі) і груповою (спірне питання вирішує окрема група осіб у присутності всіх учасників).

І, нарешті, за способом ведення боротьби думок суперечки поділяють на усні та письмові. Усна форма спору передбачає безпосереднє спілкування конкретних осіб. Такі суперечки, як правило, обмежені за часом і замкнені в просторі: проводяться на конференціях, засіданнях, заняттях тощо.

Письмова форма суперечки передбачає опосередковане спілкування учасників спору. Такі суперечки триваліші за часом, порівняно з усними.

Лекція № 3

*Тема: «Комунікативна риторика»*

*План*

1.Комунікативна компетентність як система внутрішніх ресурсів, необхідних для побудови ефективної комунікації в певному колі ситуацій міжособової взаємодії.

3.Спілкування як складний соціально-психологічний процес взаєморозуміння між людьми, засоби спілкування татипи співбесідників.

*Література*

Основна:

1. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Мовленнєва комунікація: Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – С. 355-369.
2. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Риторика: Навч. посібник. – Львів: Світ, 2001. – С. 198-204.
3. Коваленко С.М. Сучасна риторика: Навчально-практичний посібник. – Тернопіль: Мандрівець, 2007. – С.57-63.
4. Риторика, или Ораторское искусство: Учеб. пособие для студентов вузов/Автор-составиталь И.Н. Кузнецов. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – С.91-102.

Додаткова:

1. Карнеги Д. Как вырабатывать уверенность в себе и добиться влияния на людей путём публичных выступлений. – М., 1989.
2. Монахова Т. Дискурсивна риторика: Навч. посібник. – Миколаїв: Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2006. – С.18-25.

Ключові слова :*мовленнєва комунікація, комунікативний процес, види, етапи та рівні спілкування, вербальне та невербальне спілкування, комунікативні ролі,комунікативна компетентність, прийоми й види слухання, засоби спілкування, типи співбесідників.*

*І. Комунікативна компетентність як система внутрішніх ресурсів, необхідних для побудови ефективної комунікації в певному колі ситуацій міжособової взаємодії*

Мовленнєва комунікація – це спілкування словом через використання засобів мовлення. Спілкуються між собою вчитель та учень, політичний лідер і народна маса, прокурор, адвокат і підсудний, проповідник і паства. Спілкування – це спроба порозумітися, психологічна готовність до взаємодії.

*Комунікативний процес* – це обмін інформацією між людьми, метою якого є забезпечення розуміння інформації.

Основні функції комунікації такі:

1. інформативна – передача істинних або помилкових відомостей;
2. інтерактивна (спонукальна) – організація взаємодії між людьми, наприклад, як погоджувати дії, розподілити функції, вплинути на настрій, переконання, поведінка співбесідника, використовуючи різні форми дії: навіювання, наказ, прохання, переконання;
3. перцептивна – сприйняття партнерами по спілкуванню один одного та встановлення на цій основі взаєморозуміння;
4. експресивна – збудження або зміна характеру емоційних переживань.

*Комунікаційний процес умовно розбивають на п'ять етапів.*

Iетап – початок обміну інформацією;

II етап – втілення ідеї в слова, символи, повідомлення;

1. етап – передача інформації через використовування вибраних каналів зв'язку;
2. етап – одержувач інформації переводить вербальні (словесні) і невербальні символи в свої думки – цей процес називають декодуванням;

V етап – етап зворотного зв'язку – відгук одержувача на отриману інформацію. Ефективність управління персоналом пропорційна ефективності комунікаційних процесів в організації.

Як правило, *виділяють наступні види комунікацій:*

* формальні (визначаються організаційною структурою);
* неформальні (наприклад, канал розповсюдження чуток);
* вертикальні (міжрівневі): зверху вниз і від низу до верху;
* горизонтальні — обмін інформацією між різними співбесідниками для узгодження дій;
* міжособові – усне спілкування опонентів в будь-якому з перерахованих видів комунікацій.

Горизонтальні потоки повідомлень в організації мають місце частіше, ніж вертикальні. Одна з причин полягає в тому, що люди більш розташовані говорити вільно і відкрито з рівними собі, ніж із старшими.

Частіше за все виділяють чотири комунікативні ролі:

1. *«вартовий»* – контролює перебіг інформації до іншої людини в одній і тій же комунікаційній сіті;
2. *«лідер думок»* – здатний робити вплив на установки і поведінку деяких інших людей (вплив неформальним чином);
3. *«зв'язний»* –ланка між угрупуваннями в комунікаційній сіті;
4. *«прикордонник»* – людина в комунікаційній сіті, має високий ступінь зв'язку з організаційним оточенням.

*Комунікативна компетентність – здатність встановлювати і підтримувати необхідні контакти з іншими людьми.*

Для ефективної комунікації характерний: досягнення взаєморозуміння партнерів, краще розуміння ситуації і предмету спілкування (досягнення більшої визначеності в розумінні ситуації сприяє дозволу проблем, забезпечує досягнення мети з оптимальним витрачанням ресурсів).

Комунікативна компетентність розглядається як система внутрішніх ресурсів, необхідних для побудови ефективної комунікації в певному колі ситуацій міжособової взаємодії.

*Тактика спілкування* – реалізація в конкретній ситуації комунікативної стратегії на основі володіння техніками і знання правил спілкування. Техніка спілкування – сукупність конкретних комунікативних умінь говорити і умінь слухати.

*Уміння слухати – це фундамент мистецтва спілкування (С.Поварін)*

Уміння слухати є одним з головних показників культури людини. Одним з найважливіших моментів в будь-якому слуханні є момент зворотного зв'язку, завдяки якому у співбесідника і створюється відчуття, що він говорить з живою людиною, яка слухає і розуміє його. Причому в будь-якому висловлюванні існує принаймні два змістовні рівні: інформаційний і емоційний. В зв'язка з цим зворотній зв'язок теж може бути двох видів - віддзеркалення інформації і віддзеркалення почуттів того, хто виступає.

*Можна виділити наступні види слухання: пасивне, активне, емпатичне .*

Спілкування, будучи складним соціально-психологічним процесом взаєморозуміння між людьми, здійснюється наступними основними каналами: мовним (вербальним – від лат. verbalis – усний, словесний) і немовним (невербальним). Мова, як засіб спілкування, одночасно виступає і як джерело інформації, і як спосіб взаємодії із співбесідником.

*До структури мовного спілкування входять:*

1. Значення слів, фраз («Розум людини виявляється в ясності його мови»). Грає важливу роль точність вживання слова, його виразність і доступність, правильність побудови фрази і її дохідливість, правильність вимови звуків, слів, виразність і значення інтонації.
2. Мовні звукові явища: темп мови (швидкий, середній, сповільнений), модуляція висоти голосу (плавна, різка), тональність голосу (висока, низька), ритм (рівномірний, переривистий), тембр (розкотистий, хрипкий, скрипучий), інтонація, дикція мови. Спостереження показують, що найпривабливішою в спілкуванні є плавна, спокійна, розмірена манера поведінки.
3. Виразні якості голосу – характерні специфічні звуки, що виникають при спілкуванні (сміх, хмикання, плач, шепіт, зітхання і ін.); розділові звуки (кашель); нульові звуки (паузи), а також звуки назалізації («хм-хм», «е-е-е» та ін.).

Дослідження показують, що в щоденному акті комунікації людини слова складають 7%, звуки і інтонації – 38%, немовна взаємодія – 53%.

*IV.Типи співбесідників*

Кожна людина володіє своєрідною, неповторною манерою спілкуватися. Будь-який співбесідник унікальний. Основними критеріями для класифікації типів ділових співбесідників є наступні: компетентність, відвертість і щирість; володіння прийомами спілкування з іншими учасниками бесіди, зацікавленість в темі і успіху бесіди.

В класифікації представлено дев'ять «абстрактних типів» співбесідників:

1***.*** *Безглузда людина, «нігіліст».* Така людина часто виходить за рамки теми ділової бесіди. В ході бесіди вона нетерпляча, нестримана і збуджена. Своєю позицією і підходом вона збентежує співбесідників, не усвідомлено провокує їх на те, щоб вони не погоджувалися з її аргументами і висновками.

*З нею рекомендується поводитися таким чином:*

1. постаратися обговорити з нею можливі суперечні моменти наперед, до початку групової бесіди;
2. не втрачати холоднокровності і упевненості у власній компетентності;
3. якщо є можливість, включати у формулювання рішення її слова;

• перш ніж відхилити її рішення, надати іншим можливість відкинути його;

• постаратися встановити з нею контакт, зробити його своїм прихильником;

• розмовляючи з нею віч-на-віч, щоб зрозуміти істинні причини її негативної позиції;

• в критичний момент припинити групову бесіду, щоб дати їй охолонути.

2. *Позитивна людина.* Це, звичайно, найприємніший тип ділового партнера. Доброзичливий і працелюбний, він прагне співпраці при проведенні дискусії.

*До нього доцільно зайняти наступну позицію:*

• спонукати його до активної участі в дискусії;

• намагатися, щоб решта учасників бесіди розділяла його,позитивный підхід до рішення дискусійних питань;

• в критичних ситуаціях шукати допомоги і підтримки саме у нього.

3.*Всезнайко.* Він упевнений в тому, що все знає краще за всі. У нього про все є своя думка, і він постійно вимагає слова.

*При спілкуванні з ним слід дотримуватися наступних правил:*

1. посадити його поряд з ведучим бесіду;
2. час від часу делікатно нагадувати йому, що інші теж повинні висловитися;
3. попросити його, щоб він і решті співбесідників дозволив взяти участь у прийнятті рішення;
4. надати йому можливість резюмувати, формулювати проміжні висновки;
5. іноді ставити йому складні спеціальні питання, на які у разі потреби може відповісти хто-небудь з учасників бесіди.

4.*Базіка.* Часто нетактовно і без причини перериває хід бесіди. Не звертає уваги на час, який витрачають всі учасники бесіди на вислуховування його просторових висловів.

*Як до нього можна ставитися:*

1. як і «всезнайку», посадити ближче до ведучого бесіду або іншої авторитетної особи;
2. коли він почне відхилятися від теми розмови, його потрібно зупинити;
3. якщо він відхилиться від теми ще далі, запитати його, в чому він бачить зв'язок з предметом обговорення;
4. запитати поіменно учасників бесіди, яка їх думка;
5. наперед (або після перерви) обмежити час окремих виступів і всієї бесіди, встановити регламент.

5. *Боягуз****.*** Цей тип співбесідника характеризується недостатньою упевненістю в собі при публічних виступах. Він охочіше промовчить, ніж скаже що-небудь таке, що, на його думку, може показатися іншим дурним або навіть смішним.

*З таким співбесідником потрібно обходитися особливо делікатно:*

1. ставити йому ясні, конкретні питання;
2. продемонструвати доброзичливість, зацікавленість, щоб він розвинув своє зауваження;
3. якщо він все ж таки зважився заговорити, застосовувати нерефлексивне слухання і спонукати до цього інших учасників бесіди;
4. допомагати йому формулювати думки, використовуючи прийом з'ясування;
5. рішуче запобігати будь-яким спробам насмішок, саркастичним висловам на свою адресу;
6. застосовувати формулювання типу: «Всім би було цікаво (корисно) почути вашу думку»;
7. спеціально підкреслювати всі позитивні моменти його висловів, але не робити цього зверхньо.

6. *Холоднокровний, неприступний співбесідник****.*** Така людина замкнута. Часто відчуває себе і тримається відчужено, не включається в ситуацію ділової бесіди, оскільки це здається їй негідним її уваги і зусиль.

*В цьому випадку будь-якими засобами необхідно:*

• зацікавити його, привернути до обговорення проблеми;

• застосувати прийом віддзеркалення відчуттів, наприклад, звернутися до нього з такими словами: «Здається, ви не зовсім задоволені тим, що було сказане? Звичайно, нам всім би було цікаве взнати, чому». В перерві спробувати з'ясувати причини такої поведінки.

1. *Незацікавлений співбесідник.* Тема бесіди його взагалі не цікавить. Він би охочіше «проспав» всю бесіду.

*Тому потрібно:*

1. ставити йому питання інформативного характеру, залучаючи його до бесіди;
2. з'ясовувати його точку зору, уникати питань, на які можна обмежитися словами «так і ні»;
3. ставити йому питання на тему розмови з тієї області, в якій він вважає себе компетентним;
4. з'ясувати, що цікавить особисто його.
5. *Важливий птах*. Такий співбесідник не виносить критики — ні прямої, ні непрямої. Він відчуває і поводиться як особа, яка стоїть вище за інших.

*Істотними елементами позиції до нього є наступні:*

1. не можна дозволяти йому розігрувати роль гостя;
2. час від часу просити висловлюватися з якого-небудь питання всіх співбесідників по черзі;
3. не допускати ніякої критики на адресу осіб як присутніх, так і відсутніх;
4. не гарячкувати через його манеру «взагалі». Пам'ятати, що ваша мета — конструктивне проведення бесіди «тут і тепер»;
5. до певного моменту погоджуватися з ним, що зменшить його бажання суперечити і підготувати його до контр-аргументування: «Ви абсолютно маєте рацію. Чи врахували ви те, що..?»

9. *Чомучка****.*** Здається, що цей співбесідник тільки для того і створений, щоб складати і ставити питання, незалежно від того, чи мають вони реальну основу або надумані. Він просто згорає від бажання питати. Як поводитися з таким співбесідником?

*Тут може допомогти наступне:*

1. на питання інформаційного характеру відповідати відразу;
2. при груповій бесіді привертати до відповідей на його питання, що мають відношення до теми розмови, всіх учасників;
3. при індивідуальній бесіді переадресовувати питання до нього самого: «Цікаве питання. Хотілося б взнати, що ви самі про це думаєте?»;
4. відразу визнавати його правоту, якщо не можете дати потрібну відповідь.

Мета приведеної класифікації — показати різноманітність типів співбесідників. Кожний за бажанням може продовжити і уточнити класифікацію, ґрунтуючись на власному досвіді організації і проведення ділових бесід.

Дуже важливо звернути увагу на те, що одна і та ж людина може змінюватися залежно від значущості теми, ходу бесіди, типу інших її учасників і т.д.

Отже, для якісної мовленнєвої комунікації слід враховувати тип співбесідника, комунікативні ролі, прийоми й тактики слухання, види спілкування, вербальні та невербальні засоби спілкування.

Лекція № 4

Тема: Спічрайтинг як технологія підготовки політичних текстів

План

1. Спічрайтинг: сутність та історія виникнення.
2. Теоретичне дослідження політичного спічрайтингу.
3. Етапи роботи спічрайтера у підготовці письмових замовлень.

*Студент повинен знати:*

* засади діяльності спічрайтера;
* основні поняття, тлумачення і терміни спічрайтингу, риторики, ораторського мистецтва;
* етичні принципи діяльності спічрайтера ;
* типи мовлення, види промов;
* технології регулювання взаємодії оратора і аудиторії за допомогою вербальних і невербальних засобів;
* основні закони і закономірності діяльності спічрайтера і підготовки промов;
* композицію промови;
* специфіку роботи над кожним зі структурних елементів промови;
* специфіку роботи з різними психологічними типами аудиторії;
* специфіку підготовки промов для різних соціологічних моделей аудиторії;
* види аргументів;
* види допоміжного матеріалу в промові;
* історію становлення спічрайтингу як гілки риторики і ораторського мистецтва;
* специфіку публічного мовлення залежно від характеру політичного устрою, суспільного ладу;
* особливості політичного публічного мовлення;
* особливості мовленнєго впливу в різних сферах і комунікативних ситуаціях.

*Студент повинен уміти:*

* визначати мету підготовки публічного виступу;
* формувати композицію промови;
* виробляти стратегію публічного виступу;
* застосовувати різні види аргументів у публічному виступі;
* застосовувати різні засоби мовленнєвого впливу в тексті публічного виступу;
* готувати тексти промов відповідно до сфери, теми, характера аудиторії, часу, місця виступу тощо;
* аналізувати готовий публічний виступ за системою критеріїв;
* виголошувати промову.

Завдання

Обгрунтувати своє бачення посадової інструкції для спічрайтера як співробітника ПР відділу політичної партії \ доброчинної організації \ владної структури. Мета – з’ясувати рівень обізнаності студентів в даній царині, визначити власний погляд студентів на обов’язки спічрайтера.

Література:

1. Бредемайер Карстен. Искусство словесной атаки. Практическое руководство \ Карстен Бредемайер; Пер. с нем. – 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 187 с.
2. Ковтун Т.В. Риторика. Хрестоматія. – К.: КиМУ, 2003. – 80 с.
3. Куньч Зоряна. Риторичний словник. – К.: Рідна мова, , 1997. – 341 с.
4. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика: Навч. Посібник. – К. : Вища школа, 2003. – 311 с.
5. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века. – «Рефл-бук» «Ваклер», 2001. – 349 с.
6. Сагач Г.М. Риторика: Курс лекцій. – К.: ІСДО, 1993. – 148 с.
7. Хоменко І.В. Еристика. Мистецтво полеміки: Навч. Посібник. – К.: Юрінком Інтер, 2001. – 192 с.
8. Спічрайтинг: сутність та історія виникнення.

Наше сьогоднішнє суспільство неможливо уявити собі без інтенсивних інформаційних обмінів – останнє десятиліття XX сторіччя ознаменувався розвитком і формуванням нової комунікаційного середовища, коли інформаційні потоки поступово стають важелями управління суспільними процесами. У багатьох країнах, що обрали шлях демократичного розвитку, в цей період відбувається становлення системи активних публічних комунікацій, учасниками яких стають державні та суспільні інститути, громадяни як члени соціуму. Виходячи з останнього визначення, можна вивести визначення поняття «спічрайтинг».

Спічрайтинг –

1) специфічна РR-технологія, представлена ​​у вигляді техніки підготовки і написання РR-тексту, призначеного для усного виконання, а також консалтинг першого (посадової) особи щодо організації публічного виступу та його виконання. У вузькому сенсі – написання тексту усного публічного виступу для керівника (посадової особи) базисного суб'єкта РR; 2) різновид професійної РR-діяльності, що полягає в складанні тексту усного публічного виступу для першого (посадової) особи суб'єкта РR та консалтингу даної особи по організації і виконанню публічного виступу;

3) навчальна дисципліна, розділ ділової риторики.

В основі спічрайтингу лежать базові навички: розуміння поведінки людини і навички маніпулювання їм, але відточені до досконалості. До них можна віднести:лінгвістику,риторику,психологію,рекламу,НЛП.Знання основ цих наук дозволяє створити досить яскравий і цікавий текст. А головне – правильно підготуватися до виступу, грамотно його провести і впливати на публіку бажаним чином. Відповідно до вимог сьогодення виділяються два основних види спічрайтинг: діловий іполітичний.

Керівники компаній, чиновники, публічні особи – всі вони зобов'язані виступати на різного роду заходах, привертаючи увагу до себе своїм красномовством.Сьогодні в політиці цінуються і поважаються саме ті люди, які можуть словом повести за собою народні маси. Цікавий текст виступу – це робота професійного спічрайтера. При створенні такого виступу необхідно володіти навичками психолога, піарника, журналіста.

Промови, виступи завжди були істотним елементом соціального управління.

Написання текстів – промов, ньюз-релізів (прес-релізів), аналітичних статей, рекламних текстів, описів продуктів і послуг, листів редактору, репортажів, нарисів, есе та інших текстів – вимагає спеціальних знань і навичок, щоб ваші аргументи і факти не були порожніми звуками, стрясати повітря конференц-залу. І тут на допомогу приходять такі фахівці, як спічрайтери. Спічрайтер – 1) особа, що займається професійної РR-діяльністю по складанню тексту усного публічного виступу для першого (посадової) особи суб'єкта РR та консалтингу, що стосується організації і виконання публічного виступу; 2) найменування професійної посади спеціалізації РR-професії, що полягає в складанні тексту усного публічного виступу для першого (посадової) особи суб'єкта РR та консалтингу по організації і виконанню публічного виступу.

Етапи підготовки ораторської мови спічрайтерами:

* аналітична робота: збір та обробка матеріалів;
* створення тексту для публічного виступу (компонування фактів та приведення матеріалу в потрібну форму);
* шліфовка тексту під конкретну персону;
* шліфовка тексту вичитуванням;
* оформлення.

Цілі й мотиви публічного виступу з точки зору РR-фахівця:

* інформування громадськості про значну подію в житті компанії (освоєння нової продукції або технології, розширення або скорочення виробництва з відповідною зміною чисельність робочих місць, зміна цінової чи тарифної політики компанії та ін);
* поліпшення відносин з деякими категоріями громадськості (власний персонал фірми, зовнішні акціонери, постачальники, споживачі, кредитори, інвестори, місцева громадськість та ін) і досягнення кращого взаєморозуміння з окремих питань;
* спростування сформованого громадської думки щодо компанії чи іншим аспектам її функціонування.

Спічрайтінг як особлива технологія РR має свої відмінні від практичної риторики риси, які можна коротко сформулювати наступним чином: усне публічне інформування цільової громадськості від імені першої особи з позицій суб'єкта і в інтересах цього суб'єкта.

Лекція 5

Тема: *Чорна риторика – мистецтво маніпуляції*

План

1.Теоретичні засади та основні положення чорної риторики.

2.Принципи чорної риторики.

3.Основні правила чорної риторики.

Література

* 1. Остроухов В. Інформаційна безпека / В. В. Остроухов. – 2010 р.
  2. Сагач Г. М. Ділова риторика: мистецтво риторичної комунікації. Навч. посіб. / Г. М. Сагач. – К. : Зоря, 2003. – 255с.
  3. Бредемайер К. Чорна риторика. Влада і магія слова / К. Бредемайер, 2007. – 184с.
  4. <http://forum.script-coding.com/BlackRhetoric.html> – електронний ресурс.
  5. http://tululu.org/read52008/16/ – електронний ресурс
  6. <http://bookclub.in.ua/book_66_page_2> – електронний ресурс

**Риторика** – один із найважливіших розділів піару. Ще Аристотель визначав риторику як «здатність знаходити можливі способи переконання щодо кожного предмета». Риторичні знання, що сформувалися в еллінській культурі, стали надбанням мистецтва публічного спілкування, аргументування, які були сприйняті людством.

Чорна риторика визначається науковцями як **маніпулятивна технологія чорного піару.** Трансформаціяриторичних установок, нехтування правилами гри – знак історично обумовленої зміни суспільної свідомості, а також не завжди виправданого зменшення ролі моральних принципів у політичному та інших видів комунікації.

Остроухов В. В. дає визначення **чорної риторики** – це мистецтво спілкування, це наука про ефективне застосування мовних компонентів.

Чорна риторика, як і чорний піар, базується на комунікативних властивостях мови, її невичерпних можливостях. Кожна фраза є в цьому випадку мовним чинником – поводження людини, виявлене через мову, що є відбиттям її внутрішніх установок і переконань. Подібний підхід ґрунтується на таких положеннях:

1. Апеляція або вимоги, що втримуються в нашій мові, ініціюють дію, і саме це є її основною метою.
2. Наша мова допомагає нам послідовно керувати своїми діями не тільки через перспективні цільові стратегії, але, як не видно, через проголошення зовсім утопічних ідей, головним чином, однак, за допомогою винесення оцінок, суджень шляхом вигідної маніпуляції або ефективної маніпуляції.
3. Наша мова підмінює собою дію. Наприклад, проголошені пункти передвиборчих програм депутатів найчастіше не бувають реалізовані: вони легко будують утопічні плани і терплять крах при спробі їх запровадити в життя, ігноруючи той факт, що слово повинно підтверджуватися справою.
4. Наша мова легітимізує наші дії.
5. Наша мова сама є дією: усяка зловмисна неправда, будь – яке лжесвідчення, кожне окремо взяте образливе висловлювання підкреслюють злочинність дій, ініційованих словами.

**Основні правила чорної риторики.**

1. **Він або Я –** всі послання потрібно провадити від першої особи, щоб продемонструвати свою значимість і свою позицію. Філософи розглядають сучасну соціально – політичну ситуацію як не визначену і цю невизначеність співвідносять зі страхом особистості, соціальної групи, окремого політика робити заяви від власного імені і відповідати за них, або страхом ідентифікувати аудиторію, щоб та згодом не зажадала звіту про проголошені й заявлені декларації.
2. **Використання самоіронії –** стилістичної фігури, що пропонує реципієнтові трансформувати зміст почутого з точністю до навпаки.
3. **Гостра влучна цитата в потрібний час дорожча золота.** Але ще кращим є повторення власної основної думки. Перед кожною розмовою**,** виступом, зустріччю необхідно мати про запас одну вражаючу тезу, яка б містила зміст усього сказанного. Сааме цей вислів може послужити опорою, за допомогою якої мовець зможе встояти на ногах у будь-якій критичній ситуації й несприятливій дискусії. Ця фраза може зміцнити позицію мовця і збільшити ефективність його виступу.
4. **Вдале визначення ролі неможливо переоцінити.** Режисуйте свої виступи. У цьому світлі логічним виглядає зауваження німецького соціолога та філософа В. Лепевієса, який займається проблемами культури й політичної історії: « Гарної ідеї недостатньо. Критичне значення має постановче втілення. У політиці потрібна поза «. Загальновідомо, що Джорж Буш, знаючи свої недоліки у публічних виступах, регулярно займався з викладачами – лінгвістами, психологами, фахівцями зі зв’язків з громадськістю, – що допомагало йому продумувати свою роль публічної людини й вигострювати мовну майстерність.
5. **Потрібно завжди говорити правду, але говорити правду треба не завжди.** Фахівці у сфері комунікації називають це «селективною правдою». Щоб уникнути прямої відповіді на небажане питання, рекомендується використовувати дотепність, іронію й спритність.
6. **Учіться знаходити потрібні слова в будь –яких ситуаціях, намагайтеся зберегти ініціативу.** На думку піар – фахівців, найгірше, що може статися з політиком, це якщо під час його виступу хтось вирве ініціативу із його рук. « ніколи не мовчи» – ось девіз успішного політика, але він допускає наявність у свідомості певних шаблонів спеціально розроблених для критичних ситуацій.
7. **Грайте можливостями мови, це демонструє вашу впевненість у собі.** Негайно припиняйте будь – які спроб вербальної провокації. Як правило, втрачаючи ініціативу, ми спохвачуємося тільки тоді, коли вжити саходів до виправлення ситуації буває занадто пізно. Поставити вербального агресора на місце не так вже і складно, але для цього потрібно діяти швидко, рішуче та креативно. Чим довше триває обмін ударами, тим менше у вас шансів вийти з ситуації тріумфатором.
8. **Іноді варто залишити протилежну сторону стояти під дощем.** Тобто не приймати вибачень. Прийняті вибачення часто призводять до того, що людину це нічому не навчить, і ситуація може повторитися.
9. **Відповідайте не на всі питання.** Необхідна гнучкість реагування на питання: відповісти на питання значить погодитись із правильністю його постановки. Чорна риторика – це маніпулювання всіма необхідними риторичними, дидактичними та іншими прийомами, для того, щоб направляти бесіду у потрібне вам русло й підводити опонента або публіку до бажаного висновку та результату.

**Запитання, як інструмент чорної риторики.**

1. **Відкриті питання.** Позитивна риса відкритих питань – те, що співрозмовникові дається можливість детально і ґрунтовно на них відповісти, не обмежуючись лаконічними « так» або «ні». Одночасно відкриті питання стимулюють мотивацію співрозмовника, його включеність в розмову, роблять людину красномовнішою.
2. **Альтернативні запитання.** За допомогою альтернативних запитань ми ставимо співрозмовника в ситуацію обмеженого, але добровільного вибору з двох можливостей, аспектів або фактів у формі «або-або» або просимо обрати між двома або декількома предметами, речами.
3. **Закриті питання**. Позитивними цілями закритих питань, навпаки, є прагнення обмежити красномовство співрозмовника, уточнити який – небудь факт, акцентувати увагу на окремому вислові. До негативних цілей закритих питань належать бажання за допомогою питань отримати потрібну вам відповідь, спонукати співрозмовника до неправильних висновків
4. **Сократівські питання**. Цей прийом був основою методу викладання старогрецького філософа Сократа, який задавав своїм учням ряд послідовних питань і у такий спосіб підводив вихованців до важливого висновку, який вони робили самостійно. Позитивні цілі сократівських питань – зробити так, щоб співрозмовник, відповідаючи на питання, прийшов до розуміння істин, які не міг осягнути раніше, і сформував світогляд, що поєднує новий погляд на певні ідеї і речі, але одночасно не суперечить важливим для нього цінностям, нормам і уявленням про світ.

Дуже цікавим поглядом на чорну риторику є погляд Б. Карстена. Він визначає чорну риторику як зодягнену в слова домінанту переможця, вона переконлива за допомогою послідовного використання всіх засобів та інструментів, доступних у мовній сфері: вербальних, невербальних, тобто мовно – тілесних сигналів, що супроводжують мову.

Він зазначає такі прийоми та інструменти чорної риторики:

1. **Спосіб вираження повинен бути простим та влучним**. Живе і влучне використання мовних засобів – ключ до комунікативного успіху. При цьому сила мови полягає не тільки в ясності простих розумових ходів, а й у витонченості тонких умовиводів, мета застосування яких зрештою одна: бути гранично переконливими.
2. **Мовець повинен чітко виділяти у своїй промові основні положення.** Основні позиції необхідно викласти протягом декількох секунд або однієї хвилини, головна думка повинна бути зрозумілою і переконливою.
3. **Переконлива головна думка фокусує в собі всі послання.** Соціальний звуковий фон супроводжує мова, гасла акцентують ідею. Ці стислі в кулак аргументи – ні в якому разі не ідеї на шляху до фрази, а команди змінити що-небудь, порівняні з заголовками плакатів, які, за висловом Нормана Майлера, подають «події світової історії у формі пігулки». Не тільки Шоу було відомо про те, що вдалий бойовий клич забезпечує половину перемоги.
4. **За фокусуванням послання йде постійне повторення  основної думки.** Класична фраза Катона «Вважаю, що Карфаген повинен бути зруйнований» давно вже нагадує нам про те, що повторення головної думки надійно закріплює її у свідомості співрозмовника, роблячи її все більш привабливою і переконливою.
5. **Контраст «чорне – біле» заявляє про вашу позицію.** Навіть якщо мова або аргументація надає співрозмовнику цілий калейдоскоп можливостей для реакції, в протиставленнях «так чи ні», «або-або», «чорне або біле» проявляється певна спрямованість, переконаність мовця. Необхідність вибору ускладнює доступ до головної думки.
6. **Стирання кордонів між правдою і брехнею, інформацією і навмисним її приховуванням надає перевагу.** Той, хто пункт за пунктом оскаржує окремі аргументи або взагалі все, що чує, приводить співрозмовників в замішання. Але тільки той, хто встромляє ніж в найвразливіше місце, домагається успіху.
7. **Успіх приносять тільки адресні висловлювання.** Той, хто займається лише спростуванням аргументації супротивника, залишає йому масу можливостей піти від поразки. Змусити суперника говорити, привести його в збентеження – ось чого треба домагатися, заперечуючи йому. І тоді успіх гарантований.

**Нечесні прийоми ведення дискусій і подачі інформації у чорній риториці.**

1. **Бийте на емоції**. У першу чергу потрібно звертатися не до розуму , а до почуттів людини. Якщо вплив на людину відбувається на емоційному рівні, поза його свідомого контролю, раціональні контраргументи не спрацьовують. Емоції і почуття можуть поширюватися подібно епідемії, змушуючи маси людей. Людина, стаючи частиною маси, потрапляє під владу пристрастей. Повторюйте доводи з усе зростаючою напругою, використовуйте «свідчення очевидців», які несуть опору на елементи особистісного досвіду людини. Створіть у аудиторії емоційну залежність.
2. **«Свідчення очевидців».** Дуже ефективний прийом, який використовується для створення емоційного резонансу . Приводьте приклади опитування кількох «випадкових» людей, із слів яких формується необхідний смисловий і емоційний ряд. Сильний ефект можуть дати кричущі бабусі , засмучені діти, молоді інваліди.
3. **Психологічний шок.** Один з різновидів використання емоційного резонансу . Психологічний шок зазвичай знімає весь психологічний захист, і пропаганда безперешкодно проникає в мозок. Наприклад, фільм, що показує наслідки війни, справляє найсильніший вплив на підсвідомість та націлює громадську думку проти боку, яка здійснила акт руйнування ( незалежно від того, чи є справедливими цілі цієї сторони).
4. **Використовуйте повторення.** Люди схильні називати істиною інформацію, яка найбільш знайома. Найвидатніших результатів у впливі на громадську думку досягає той, хто здатний звести проблеми до найпростіших слів і виразів і у кого вистачає мужності постійно повторювати їх у цій спрощеній формі, незважаючи на заперечення високочолих інтелектуалів. Повторення володіє гіпнотичним впливом. Повторення одних і тих же тверджень призводить до того, що до них звикають і починають приймати не розумом, а на віру. Людині завжди здається переконливим те, що він запам'ятав, навіть якщо запам'ятовування відбулося в ході чисто механічного повторення.Повторення – головний засіб пропаганди і переконання. Повторення найбільш важливих положень під час дискусії закріплює їх у свідомості співрозмовника .
5. **Створюйте асоціації.** Механізм асоціацій використовується в рекламі. Якщо поруч з рекламованим товаром виявляється відомий спортсмен, артист, виникає асоціація. Якщо товар рекламується за допомогою жартів, смішної історії, також виникає асоціація. Красивих людей вважають більш процвітаючими, більш чуйними, більш серцевими вони володіють кращим характером в порівнянні з фізично менш привабливими людьми і ми часто діємо у відповідності з цими припущеннями.
6. **Використовуйте метафори.** Наприклад: «не можна бути трошки вагітною». Поетична метафора створює в уяві барвистий образ. Вона надає чудодійний ефект і надовго відбирає здоровий глузд. Переконати людей, в голови яких вбита проста та приваблива помилкова метафора, буває дуже важко. Досягти чогось за допомогою логіки тут неможливо, потрібно запускати контр метафору . Як переконують аналогії і метафори ? У двох словах, аналогія або метафора упереджує, висуваючи одні порівняння на перший план, приховуючи при цьому інші і забезпечуючи структуру для додання потрібного сенсу інформації, потенційно допускає двояке тлумачення.
7. **Використовуйте неправдиву екстраполяцію.**
8. **Схиляйтесь на анонімні авторитети.** Посилання на авторитет надає вагу висловам. Наприклад: «Вчені встановили, що ...», «Лікарі рекомендують ...», «З надійного джерела стало відомо, що ...». Якщо подана таким чином інформація виявиться брехнею, звинуватити буде нікого, тому що джерело не ідентифіковане.
9. **Використовуйте іноземні слова, терміни.** Використовуйте традиційні, загальновживані штампи, що додають солідності вашим висловлюванням. Ці штампи діють гіпнотично, більшість людей, вбираючи їх, просто цього не помічає.
10. **Сенсаційність або терміновість**. Прийом, що забезпечує необхідний рівень нервозності і підриває психологічний захист. Ця нервозність, відчуття безперервної кризи, різко підвищує сугестивність людей і знижує здатність до критичного сприйняття. Будь-яка маніпуляція досягає успіху, коли вона випереджає процес мобілізації психологічного захисту аудиторії, коли їй вдається нав'язати свій темп свідомості людей.
11. **Фокусуйте увагу реципієнта на другорядних речах, які затуляють дійсно важливі проблеми**.
12. **Вмійте змусити слухати себе.** Потрібно вміти пробитися через негативну схильність аудиторії або обійти її, щоб мати можливість впливати на людей. Наприклад, людина випадково наткнулася на раніше незнайому інформацію. Ознайомилася з нею, побачила цікаву для себе постановку питання, цікаву інформацію, відповідь на якусь хвилюючу її проблему. І тільки потім дізналася, що це написано «чужим» . Знай він це раніше – він можливо, не став би читати або слухати. А тепер – інша справа. Схильність виявилася прорвана. Зустрінеться тепер людині інформація з того ж джерела або аналогічного змісту, він вже не відштовхне її . При повторних контактах може пробудитися ще більший інтерес. Непомітно для себе він може взагалі повністю переорієнтуватися. При цьому не виключено, що він буде переконаний , ніби не змінив своїх поглядів. Але пояснювати світ він вже почав з інших позицій.
13. **Викликайте довіру, зачаровуйте** . Створіть собі імідж людини, якій можна вірити.
14. **Підробка під погляди, смаки і схильності цільової аудиторії.** Розкрийте духовні цінності, моральні та етичні концепції цільової аудиторії, і встановіть ідентичність цих цінностей з цінностями, які ви пропагуєте.
15. **Подача матеріалу під таким кутом, немов думка яку ви пропагандуєте – лише розвиток прийнятих в даній аудиторії уявлень.** Тут ставка робиться на поступове, неквапливе, залучення в орбіту потрібних поглядів. Повільне, приховане залучення в сферу впливів нерідко виявляється досить ефективним для людей зі слабкими поглядами, що не визначили для себе прихильності до певного кола людей , образу думки і способу життя, наприклад, для молодих людей. Взагалі, викликання довіри – найважливіший прийом пропагандиста. Люди погоджуються з тим, чому вірять, а зовсім не з тим, що краще аргументовано, тому що це дозволяє витратити значно менше розумових зусиль. Здатність вселяти симпатію і довіру – магічна куля, тому що якщо ви подобаєтеся аудиторії, люди пробачать вам практично все, що ви робите неправильно, коли ж ви їм не подобаєтеся, то не допоможе навіть абсолютно точне слідування всіма правилами. Фабрикація довіри здатна привести до культу особистості. Замість того щоб самим міркувати про важливі проблеми, ми звертаємося за їх рішенням до лідерів, які заслуговують довіри .
16. **Залякуйте**. Ілюзорна або реально існуюча небезпека якогось явища багаторазово посилюється і доводиться до абсурду з метою створення сприятливої ​​обстановки для маніпуляції свідомістю. Як діє апеляція до страху: увага одержувача фокусується на болісному страху. У такому переляканому стані важко думати про щось інше, крім позбавлення від цього страху . Потім пропагандист пропонує спосіб позбутися від даного страху – просту , здійсниму реакцію, яка випадково опиняється саме тим, чим пропагандист і хотів вас змусити зайнятися .
17. **Використовуйте ефект первинності**. Людина, яка сказала світу перше слово, завжди права. При надходженні суперечливої ​​інформації (перевірити яку неможливо ) люди схильні віддавати перевагу тій, що надійшла першою. Змінити вже сформовану думку дуже важко.
18. **Звинувачуйте.** Статус, що звинувачує в суспільній свідомості сприймається як більш високий, ніж у обвинуваченого. Публіка завжди віддає перевагу повірити хоча б і на 90 % недоведеним звинуваченням, ніж спростуванню, хоча б воно було обґрунтовано на всі 100.
19. **Критикуйте**. Критикувати й викривати значно легше, ніж пропонувати щось конструктивне, адже «ламати – не будувати».
20. **Розпускайте чутки.** Людська природа така, що більшість людей знаходять деяке задоволення в вислуховуванні і повторенні чуток. Найбільший ефект роблять циркулюючі в суспільстві міфи , чутки і плітки.
21. **Дозуйте позитивні і негативні елементи**. Для того щоб позитивна оцінка виглядала більш правдоподібною, до характеристики описуваної точки зору потрібно додати трохи критики, а ефективність засуджує позиції збільшується в разі присутності елементів похвали.Використовуйте недоречне вихваляння з метою навмисної дискредитації. Дуже швидко це всім набридає, і починає викликати роздратування. Взагалі, негативна інформація сприймається публікою набагато більш охоче, ніж позитивна.
22. **Тотальна цькування свого опонента може в підсумку викликати жалість і симпатію до нього у широкої аудиторії, «ефект бумеранга» .**

При використанні зазначених прийомів слід також звернути увагу на деякі особливості, які є підґрунтям вдалого завершення дискусії і роблять мову більш переконливою. Для того щоб продемонструвати власну перевагу у співбе­сіді, можна використовувати різноманітні прийоми, здатні викликати у партнера певне невдоволення. При цьому не­обхідно зважати на мету дискусії. Застосування прийомів чорної риторики дає змогу захопити домінуюче положення або ж нейтралізувати домінуюче положення партнера.

Досягнення успіху у дискусії забезпечує, як правило, не те, про що говориться, а те, як певна інформація доходить до слухачів. Слід змінювати спосіб піднесення інформації залежно від того, хто її сприйматиме. Інколи варто відстоювати позицію, яка не зовсім відповідає дійсності, але дозволить вийти зі складної ситуації переможцем. У випадках, коли використання такого прийому є альтернативою цілковитого провалу, блеф є виправданим. **Блеф** –це чергова можливість зайняти домінуючу позицію.

Слід уважно стежити за інформацією, яка надається. Не можна допускати заміни основної інформації другорядною, оскільки це може відволікати увагу від обставин, які є справді важливими для прийняття рішення.

У той же час не можна забувати і про мовчання. Дехто сприймає його як елемент часткової згоди, а дехто – як найсильнішу відповідь, здатну вплинути на результат вербального протистояння. У разі, коли мовчання інтерп­ретується не належним чином, завжди є можливість виправити ситуацію на свою користь.

Для досягнення бажаного результату слід також зважати на наявність «третьої сторонни». Дане питання було досліджено в роботі Т. Хазагерова та Л. Ширіної. На їх думку, особі, яка переконує, завжди вигідно звернутись за допомогою до «третьої сторонни». Відповідно, комунікативна установка об'єкта переконання, яку прагне подолати суб'єкт, завжди може сформуватися під впливом «третьої сторони». Проте справа не лише в обізнаності. «Третя сто­рона» здається більш об'єктивною, менш зацікавленою ніж той, хто переконує.

«Третя сторона» може бути індивідуальною особою (реальною чи міфічною), конкретним або знеособленим колективом. Під час переконання вона може згадуватись безпосередньо або лише натяком. Слід розрізняти набли­жену і віддалену «третю сторону». Наближена – та, чиї спостереження, міркування й симпатії безпосередньо впливають на комунікативну установку. Віддалена – та, котра своїми спостереженнями, роздумами та оцінками укріплює або розширює довіру до найближчої «третьої сторони». У ролі «третьої сторони» може виступати й сама особа, яка переконує. Йдеться про випадки, коли вдалий досвід особи, яка прагне переконати, є підтвердженням його авторитету, навіть якщо не має прямого зв'язку з конкретною комунікативною установкою.

Отже, чорна риторика – це маніпулювання всіма необхідними риторичними, діалектичними, евристичними й рабулістичними прийомами для того, щоб спрямовувати бесіду в бажане русло й підводити опонента або публіку до бажаного висновку й результату. Використання маніпулятивних, аргументативних та вербальних прийомів чорної риторики є запорукою вдалого завершення дискусії. Прак­тика використання таких прийомів впливає не лише на здатність переконувати людей у правильності своїх твер­джень, але й на можливість своєчасно розпізнавати засоби чорної риторики та вживати відповідні контрзасоби.

**Запитання**

* 1. Дайте визначення поняттю «Чорна риторика» за Б. Карсеном
  2. Дайте визначення комунікативним поняттям, які мають значення для розуміння технік і прийомів чорної риторики ( риторика, техніка, діалектика)
  3. Дайте своє визначення поняттю « чорна риторика» ( кажен різне поняття)
  4. Назвіть декілька принципів чорної риторики
  5. Нащвіть декілька правил чорної риторики?
  6. Чи можливе використання чорної риторики у політичному процесі, якщо так, то чому?
  7. Чи потрібне використання метафор у чорній риториці?
  8. Чи згодні ви з твердженням, що чорна риторика – це вдосконалене мистецтво маніпуляції? Якщо так, то чому? ( Дати грунтовну відповідь)
  9. чи грають роль і чорній риториці такі факти як завнішній вигляд та жестикуляція мовця? Якщо так, то чому? ( Дати грунтовну відповідь)

**Завдання**

1. Опрацювати літературу по темі, скласти конспект.

2. Піготувати виступ ( тема за власним вибором) та використати в ньому, чоритири – п`ять прийомів чорної риторики.

**Тести**

* 1. **Чорна риторика – це**

**А) маніпулятивна технологія чорного піару;**

**Б) один із розділів діалектики;**

**В) наука про чесне застосування мовних засобів;**

**2. Діалектика –це**

**А) один із розділів техніки;**

**Б)практичні навички, певні знання, майстерність, здібності того, хто їх застосовує**;

**В)здатність вести діалог і переконувати партнера по дискусії у своїй правоті**;

**3. За допомогою альтернативних запитань ми:**

**А) спонукаємо співрозмовника до неправильних висновків;**

**Б)стимулюємо мотивацію співрозмовника, його включеність в розмову;**

**В)ми ставимо співрозмовника в ситуацію обмеженого, але добровільного вибору з двох можливостей;**

**4.чи можна використовувати неправдиву екстраполяцію?**

**А) Так;**

**Б) Ні;**

**5. у наведеному переліку підкресліть правила чорної риторики ( декілька)**

**А) Спосіб вираження повинен бути простим та влучним;**

**Б)Використання самоіронії;**

**В) Переконлива головна думка фокусує в собі всі послання;**

**Г)Учіться знаходити потрібні слова в будь –яких ситуаціях, намагайтеся зберегти ініціативу;**

**Д) Схиляйтесь на анонімні авторитети;**

**Є) За фокусуванням послання йде постійне повторення  основної думки;**

**6. Чи є вірним твердження «Позитивна риса відкритих питань – те, що співрозмовникові дається можливість детально і ґрунтовно на них відповісти, не обмежуючись лаконічними « так» або «ні».**

**А) Так;**

**Б) Ні;**

**7. Нечесними прийомами ведення дискусій і подачі інформації у чорній риториці є:**

**А) прийом «Він або Я»;**

**Б)використовуйте ефект первинності;**

**В) відповідайте не на всі питання;**

**8. Чи є вірним визначання: «Чорна риторика – це той спосіб інформаційно-психологічного впливу на особистість, за яким кожний політичний лідер повинен володіти поза залежністю від того, використовує він її у своїй комунікації чи ні. Знати прийоми чорної риторики потрібно для того, щоб уміти їй противостояти».**

**А) Ні;**

**Б) Так;**

**В) не можу відповісти;**

**9. хто може бути « Третьою стороною» для досягнення результатів у мистецтві ведення дискусії ( допускається дві правильні відповіді)**

**А) Будь – хто;**

**Б) Тільки спеціально вибрана для цього людина;**

**В) Ви особисто;**

**10. Творче завдання.**

**На вашу думку, чи можливе застосування чорної риторики в політиці, якщо так, то яким чином? Та який це може мати вплив на хід історії?**

**Завдання до практичних занять**

Практичне заняття № 1

*Риторика як наука та навчальна дисципліна*

*План*

1. Предмет і основні завдання курсу риторики.

2. Основні закони риторики.

3. «Золоті правила» риторики.

4. Зв’язок риторики з іншими науками.

5. Ораторське мистецтво в житті сучасної людини.

Студенти повинні ***знати***:

* специфіку риторичної науки;
* закони риторики;
* значення ораторського мистецтва в житті сучасної людини;
* «золоті правила» риторики.

Студенти повинні ***вміти***:

* використовувати закони риторики в комунікації.

*Ключові слова:* логічні докази, типи логічних помилок, основні закони логіки, мотивація, налаштованість аудиторії.

*Практичні завдання*

1. Опрацювати теоретичний матеріал за планом.
2. Підготують промову на одну з тем:
3. Чи врятує світ Краса?
4. Умій глядіть на землю з висоти, не смій на неї звисока дивиться!
5. Ота стежина в отчім краї...
6. Кохання-це...

4.Законспектуйте схему оцінювання виступу:

Схема оцінки ораторського виступу

1) тема

2) тривалість

3) Критерії оцінки лекції: 5 4 3 2 1 0

4) зв’язок із життям (врахування практичних завдань держави, колективу, врахування нових напрямків)

5) інформованість на рівні: 1) фактів, 2) зв’язків, підходів, висновків, 3)аспектів естетики

6) побудова виступу (логіка плану, частин, послідовність)

7) аргументованість (логіка доведень, адекватність прикладів теорії; при відповідях на запитання)

8) контакт із аудиторією (врахування психології, реакції)

9) володіння матеріалом (ступінь незв’язності текстом, володіння картою, дошкою, таблицями та под.)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

10) культура мови (правильність, багатство, емоційність, використання ораторських прийомів та под.)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

11) техніка мови (дикція, інтонація, темпо-ритм)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Всього за виступ:

1. Найбільш вдале у виступі
2. Суттєві упущення
3. Побажання

5.Вивчіть «золоті правила риторики».

*«ЗОЛОТІ ПРАВИЛА» РИТОРИКИ*. *ФОРМУЛА ЦИЦЕРОНА*

*Оратор – це той, хто будь-яке питання (вимога І)*

*викладе зі знанням справи (2), струнко (ЗА)*

*з гідністю (4) при виконанні.*

1. Кожну свою думку, кожну тезу оратор повинен довести своїй аудиторії. Обов’язковістю доказу, аргументованістю теза відрізняється від гасла.

2. Досвідчений оратор повинен говорити так, щоб його мова відрізнялась стрункістю, витонченістю, гідністю.

3. План доповіді повинен бути підготовлений на основі античної системи (лекція принесла аудиторії максимум користі та задоволення)

Теза – думка, яку необхідно обґрунтувати,

Гасло – коротка, чітка фраза. яка швидко запам’ятовується і не потребує ніяких доказів.

Епістема – найвищий тип достовірного абсолютного знання.

*Питання для самоконтролю*

1. Що вивчає риторика?

2. Чому цей предмет вивчали та вивчають у цивілізованих державах?

3. Назвіть основні поняття риторики, розкрийте їх сутність.

4. Дайте характеристику розділам класичної риторики.

5. Поясніть формулу Цицерона.

*Література*

1. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Мовленнєва комунікація: Підручник. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – С. 249-293.
2. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Риторика : навч. посібник. – Львів : Світ, 2001. – С. 133-136.
3. Александров Д.Н. Риторика : учебное пособие. – 3 вид. – М. : Флінта: Наука, 2004. – С. 58-61.
4. Ивин А.А. Риторика. Искусство убеждать : учебное пособие. – М., 2003. – С. 3-9.
5. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика : навч. посібник. – К. : Вища школа, 2003. – С. 6-16.

Практичне заняття № 2

*Логічні та емоційні засади промови*

*План*

1. Логічні докази автором своєї правоти:

а) система логічних доказів;

б) логічна побудова виступу;

в) типи логічних помилок.

2. Психологічні докази автором своєї правоти:

а) психологічна налаштованість аудиторії;

б) бажання та сподівання людей;

в) логічна та психологічна мотивація.

Студенти повинні **знати**:

* основні закони логіки;
* різновиди логічних помилок;
* емоційні моменти комунікації;
* типові бажання та сподівання людей при підготовці будь-якої промови.

Студенти повинні ***вміти***:

* використовувати закони логіки у комунікації;
* виявляти та виправляти логічні помилки у тексті;
* сполучати логічні та емоційні засади промови для досягнення успіху.

*Ключові слова:* логічні докази, типи логічних помилок, основні закони логіки, мотивація, налаштованість аудиторії.

*Практичні завдання*

І. Відтворіть пропущену ланку в доказах. Визначте, які з доказів побудовані на індукції, а які – на дедукції.

1. Усі вчителі навчають учнів. Віра Петрівна навчає учнів.
2. Коля знає п’ять мов. Коля – поліглот.
3. Я вступ~~а~~ю в університет. Я – абітурієнт.
4. Ми любимо говорити про природу. Ми любимо говорити про тварин.

5) У цій родині всі вміють дотепно жартувати. Мар’яна вміє дотепно жартувати.

II. Визначте, який з текстів побудований за допомогою дедукції, а який – за допомогою індукції. Підсумуйте це в коротких тезах.

1) Ви запитуєте, як він опинився в будинку? Для цього було дуже багато способів, але він обрав найпростіший. Виходячи з того, що багато людей не закривають на ніч вікна, а тільки прикривають їх, він спробував пройти через вікно – доторкнувся до нього, і воно відчинилося. В ньому йому майже "допоміг" сам господар квартири. Тоді злочинець прослизнув на кухню. Він знав, що саме тут він може знайти інструмент для скоєння злочину. І він не помилився.

2) Сьогодні, коли Петро збирався на роботу, в нього спочатку згорів сніданок, потім він зробив праскою велику пляму на сорочці і ще довго чекав на тролейбус. Через все оте він запізнився. "Який же я нещасливий!" – подумав він.

III. Прочитайте даний текст. На якому логічному законі його побудовано? Обґрунтуйте свою думку.

Гомерівський епітет – поетичне означення, яке характерне для Гомерового епосу ("Іліада", "Одіссея"). Дві ознаки характеризують ці епітети: вони складені, об’єднують два корені і постійні, тобто назавжди закріплені за певними словами або іменами. Наприклад: світлоока богиня, швидконогий Ахіллес, сріблолукий Аполлон, золототронна Гера, хитромудрий Одіссей і т.д. Український перекладач "Одіссеї" Б. Тен користується епітетами многослізний, богорівний тощо (Словник літературознавчих термінів).

IV. Визначте логічні помилки в наступних реченнях та класифікуйте їх:

1. Цією пральною машиною користуємося я та моя донька. їй вже більше сімнадцяти років.
2. Він мав чарівну доньку та велику квартиру.
3. Учителька питає учня:
4. Послухай, Сергійку, якщо я кажу: "Я красива" – який це час?
5. Минулий, Валентино Василівно (І.Страшко).
6. Синтаксис – це не фонетика, а фонетика – не синтаксис.
7. Що ви кажете! Вона не може вийти заміж, тому що ніколи цього не робила!
8. "Спартак" – це погана команда, тому що мій тато ніколи не вболіває за неї, а тільки – за "Динамо".
9. Розмова в Києві перед Золотими Воротами:
10. Невже ці ворота й насправді золоті?
11. Так. Золоті.
12. Після лекції у нас був гарний настрій. Отже, якщо у вас поганий настрій – ходіть на лекції.
13. Діти не можуть мати своєї думки, бо вони ще малі.
14. Він ніколи не мовчить, коли його питають. Отже, він – відмінник.
15. Ми можемо не читати цей твір, тому що він стоїть останнім у списку літератури.

V. Опишіть нинішню політичну ситуацію в Україні, виклавши власні суб’єктивні емоції. Потім перепишіть цей текст, користуючись самими лише логічними доказами. Порівняйте обидва тексти. Який текст – перший чи другий – дався вам легше? Спробуйте поєднати обидва тексти в новий варіант.

4. Вправа для розвитку усного мовлення

«Агітаційна тема» з виступом до 4 хвилин:

1. Фільм, який треба подивитися.
2. Книга, яку варто прочитати.
3. Як позбавитися шкідливої звички?
4. Нам потрібні милосердні люди.
5. Юні водії небезпечні.
6. Сон повинен бути достатнім.
7. Як обрати гарну професію?
8. Дорога річ себе виправдає.
9. Не шкодуйте грошей на адвоката.

*Запитання та завдання для самоперевірки:*

1. Яке фізіологічне підґрунтя існує в сфері розмежування раціонального та емоційного в нашій духовно-психічній діяльності?
2. Чи промова обов’язково мусить бути насиченою емоціями? Чи може оратор зовсім обійтися без емоцій? Чи є емоція інформаційними моментом?
3. Як впливає на виклад матеріалу оратором система його моральних цінностей (аксіологія)?
4. На чому базується система логічних доказів у виступі оратора?
5. Що таке індукція та дедукція? Наведіть власні приклади.
6. Що таке доказ за аналогією? Чому ним треба користуватися обережно?
7. Які основні закони логіки не слід порушувати оратору?
8. Що таке логічна помилка? Пригадайте види логічних помилок та спробуйте дати свої приклади.
9. Чи може оратор апелювати до самої лише логіки? Чи тільки логікою визначаються вчинки людей?
10. Що таке психологічна налаштованість аудиторії?
11. Як оратор мусить враховувати бажання та сподівання людей?
12. Чому вправний оратор вміло поєднує в промові логічні та емоційні моменти? Як, на вашу думку, це можна зробити?

*Література:*

1. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Риторика : навч. посібник. – Львів : Світ, 2001. – С. 163-173.
2. Вандишев В.М. Риторика: екскурс в історію вчень і понять : навч. посібник. – К. : Кондор, 2003.– С.155-172.
3. Гурвич С.С., Погорелко В.Ф., Герман М.А. Основы риторики. – К., 1988. – С. 71-102.
4. Эрастов Н.П. Сочетание требований логики и психологии в лекции. – М., 1980. – С. 15-34.
5. Ивин А.А. Искусство правильно мыслить. – М., 1990. – С. 55-78.
6. Клюев Е. Риторика (Инвенция. Диспозиция. Элокуция). – М, 1999. – С. 82-137.
7. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика : нНавч. посіб. – К. : Вища школа, 2003.
8. Сопер П. Основы искусства речи. – М., 1995. – С. 234-273.

Практичне заняття № 3

*Види красномовства та сфери його застосування*

*План*

1. Основні роди, види і жанри красномовства.

2. Типи промов за знаковим оформленням та закріпленням.

Студенти повинні ***знати***:

* основні роди, види , жанри красномовства та їх характеристики.

Студенти повинні *вміти*:

* готувати і виголошувати різні типи промов, аналізувати їх.

*Ключові слова:* види красномовства, жанри красномовства, промов, , гомілетика, діалогічне красномовство.

*Практичні завдання:*

1. Опрацювати теоретичні питання за планом.
2. Виконати одне із завдань:
   1. Підготувати і виголосити дорадчу промову з вільної теми.
   2. Підготувати і виголосити звинувачувальну промову з обраної теми.
   3. Підготувати похвальну промову громадського звучання (до урочистого засідання).
   4. Підготувати вітальну промову ювілярові.
   5. Підготувати вітальну промову для близької людини.
   6. Підготувати подячну промову рідній школі.
   7. Підготувати дорадчу промову до Дня знань.
   8. Підготувати подячну промову батькам.
   9. Підготувати порадчу про книжки.
   10. Підготувати прощальну промову для однокурсників при врученні дипломів.
   11. Підготувати епідейктичну промову своєму університетові і місту, в якому навчаєтесь.

*Питання для самоконтролю*

1. Які види, роди і жанри красномовства ви знаєте?
2. Назвіть основні ознаки академічного красномовства.
3. Які риси притаманні політичному та дипломатичному красномовству?
4. Чим відрізняється соціально-побутове красномовство від інших видів красномовства?
5. Які характеристики притаманні діалогічному красномовству?
6. Який вид красномовства називається еристикою, який – гомілетикою?

*Література*

1. Абрамович С. Риторика та гомілетика. – Чернівці, 1995. – С. 41-85.
2. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Мовленнєва комунікація: Підручник. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – С. 57-107.
3. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика : навч. посіб. – К. : Вища школа, 2003. – С. 190-233.
4. Молдован В.В. Риторика: загальна та судова. – К., 1999.
5. Сагач Г. М. Золото слів : навч. посібник. – К. : Райдуга, 1993. – С. 110-159.

Практичне заняття № 4

*Історичні витоки риторики. Риторика античності*

*План*

1. Міфологія риторики.

2. Ораторське мистецтво Давнього Світу.

2.1. Основні риси риторики Давнього Сходу.

2.2. Риторика Давньої Месопотамії.

2.3. Риторика Давньої Індії.

2.4. Риторика Давнього Ірану.

2.5. Риторика Давнього Китаю.

3. Античне ораторське мистецтво.

3.1. Становлення риторики в Давній Греції (Передумови формування красномовства у Стародавній Греції: епічна і лірична поезія. Принцип змагальності. Великі політичні оратори Фемістокл, Аристид, Перикл. Софісти. Софістика – духовне дітище демократії. Скептицизм і релятивізм у софістиці. Софісти Корак і Тисій як перші вчителі мудрості. Філософія і логіка Горгія. Горгіанські фігури. Судове красномовство у Стародавній Греції: Антифонт, Андокід і Лісій. Лисій як логограф і класик мистецтва етопеї. Ісократ – творець школи красномовства. Стиль і методи ораторського мистецтва в особистій практиці та у школі Ісократа. Принципи моральності, точності і правдивості. Концепція влади Ісократа. Іронія і маєвтика в еристиці Сократа. Внесок Платона в формування теорії і практики античної риторики. Життя і боротьба Демосфена – видатного політичного і судового оратора Стародавньої Греції. Стиль, метод і основні риторичні фігури в його ораторському мистецтві. Красномовство «Філіппік». «Риторика» Аристотеля. Дорадчі, судові і епідейктичні риторичні промови: їх мета і посилки. Філософ про щастя і щасливу долю. Аристотель про мету риторики, про причини, що збуджують довіру до оратора, і про характер пристрастей. Топи і ентимеми. Стиль і структура промови оратора).

3.2. Римський період розвитку античного красномовства (Марк Туллій Цицерон – видатний мислитель, ритор і публіцист республіканського Риму. Стиль і методи ораторського мистецтва Цицерона. Діонісій Галікарнаський про сполучення, оформлення й обробку слів. Гай Юлій Цезар. Красномовство в імператорському Римі: Марк Фабій Квинтиліан, Пліній Молодший, Луцій Анней Сенека, Корнелій Тацит. Деметрій про простий, величний, витончений і могутній стилі ораторського мистецтва. Еллінське відродження: Апулей і Плутарх. Літаній – учитель риторики і граматики з Антіохії).

Студент повинен ***знати***:

* історію виникнення красномовства у Давній Греції та Давньому Римі;
* причини піднесення риторики в Афінах;
* життєвий та творчий шлях видатних риторів Давньої Греції та Давнього Риму;
* значення античного ораторського мистецтва.

Студент повинен ***вміти***:

* визначати функції та роль риторики у Давній Греції та Давньому Римі.

*Ключові слова:* розвиток античного красномовства, еристика, софістика, міфологія риторики.

*Практичні завдання*

1. Опрацювати теоретичні питання за планом.
2. Зробити презентацію до одного з питань.

*Питання для самоконтролю*

1. Чому красномовство виникає, формується і набуває найвищого розвитку саме в Давній Греції?
2. Чи у всіх областях Греції однаково розвивалося та функціонувало красномовство?
3. Що спричинило піднесення риторики в Афінах?
4. Які види давньогрецького красномовства були найрозвиненішими?
5. Чому саме софістика стає річищем давньогрецького красномовства ?
6. Хто такі логографи? Назвіть найбільш відомих логографів та охарактеризуйте їх наукові доробки.
7. Чому Сократ не сприймав софістики? Чим збагатив він риторичну практику?
8. Як розвинув думки Сократа Платон? Які два види ораторських здібностей він виділив?
9. Чому Аристотеля вважають автором наукової риторики? Які питання красномовства він розглянув і в якому творі?
10. Охарактеризуйте стиль промов Демосфена.
11. Що зумовило поширення нового стилю – «азіанізму»? Які його ознаки?
12. Чи одразу було сприйнято досвід грецького красномовства в Давньому Римі?
13. Чому саме Цицерон став символом римського красномовства? Які два типи ораторів він описує? Які завдання ставить перед промовцем? Які стилістичні вимоги висуває?
14. Охарактеризуйте статус ритора в епоху занепаду античного суспільства.
15. Якою була наука про красномовство в пізньоантичну епоху?

*Література*

1. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Риторика : навч. посібник. – Львів: Світ, 2001. – С. 25 -37.
2. Аверинцев С.С. Античный риторический идеал и культура Возрождения // Античное наследие в культуре Возрождения. – М., 1984.
3. Борухович В. Ораторское искусство Древней Греции // Ораторы Греции. – М., 1985. – С. 5-24.
4. Вандишев В.М. Риторика: екскурс в історію вчень і понять : навч. посіб. – К. : Кондор, 2003. – С. 7-40.
5. Дюбуа Ж., Эделин Ф., Клинкенберг Ж.-М. и др. Общая риторика. – М, 1986. – С. 27-61.
6. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика : навч. посіб. – К. : Вища школа, 2003. – С. 23-54.
7. Михалъская А. Педагогическая риторика: история и теория. – М., 1998. – С. 23-92.
8. Риторика // Словарь античности. – М, 1992. – С. 496-498.

Практичне заняття № 5

*Розвиток ораторського мистецтва в Україні*

*План*

1. Зародження й розвиток вітчизняної риторики. Видатні оратори Київської Русі (“Слово про Закон і Благодать” Іларіона (XI ст.), “Слова” Кирила Турівського (XII ст.), Клима Смолятича (XII ст.), Юрія Зарубського (XII ст.), інока Фоми (XV ст.), Максима Грека (XVI ст.), Симеона Полоцького (XVII ст.).

2. Українське красномовство в XIII-XVIIст.

3. Резонанс української культури в східнословянських землях.

4. Київська школа риторики (XVII-XVIII ст.)

5. Розвиток українського риторичного слова за часів панування Російської та Австро-Угорської імперій.

6. Риторичні наукові дисципліни XX ст.

7. Сучасний риторичний ідеал в Україні.

8. Піднесення риторики у сучасному українському суспільстві. Популярні промовці сучасного українського парламенту.

Студент повинен **знати**:

* + дохристиянський період давньоукраїнського красномовства;
  + історію виникнення красномовства у Київській Русі;
  + життєвий та творчий шлях видатних риторів Київської Русі;
  + історію розвитку українського красномовства в XIII-XVIII ст.;
  + історію розвитку українського риторичного слова за часів панування Російської та Австро-Угорської імперії;
  + історію риторичних наукових дисциплін XX ст.;
  + формування сучасного риторичного ідеалу в Україні;
  + теорію «мовного існування» в різних країнах;
  + функції сучасної наукової риторики.

Студент повинен **вміти**:

* + характеризувати найвизначніші пам’ятки дидактичної літератури Київської Русі та їх роль у становленні красномовства;
  + аналізувати промови різних типів;
  + характеризувати та розрізняти риторичні наукові дисципліни XX ст.;
  + розрізняти й використовувати різні типи риторичних ідеалів.

*Ключові слова:* розвиток вітчизняної риторики, вітчизняні ритори, риторичний ідеал, теорія «мовного існування», наукова риторика.

*Практичні завдання*

1. Опрацювати теоретичні питання за планом.

2. Підготувати повідомлення на одну із тем:

2.1. Мовотворчість Івана Вишенського.

2.2. Мовна спадщина Григорія Сковороди.

2.3. Риторика в Києво-Могилянській академії.

2.4. Риторичне вчення Феофана Прокоповича.

3. Написати повідомлення на одну із тем:

1. Дейл Карнегі як пропагандист нового бачення особливостей ораторського мистецтва:

а) як простими засобами створити про себе добре враження серед оточуючих;

б) як стати бажаним співрозмовником;

в) як розвинути впевненість у собі і зацікавленість слухачів;

г) яким чином позбутися занепокоєння?

1. Наполеон Хілл про головні умови досягнення щастя і багатства : бажання, віра, воля, спеціальні знання, планування, інтелект, наполегливість.
2. Розвиток нових форм і засобів розвитку ораторського мистецтва в сучасних засобах масової комунікації.

4. Особливості впливу на людей в епоху персональних комп’ютерів. Красномовство та Інтернет.

5. Проаналізувати із сучасних політичних промов.

*Питання для самоконтролю:*

1. Охарактеризуйте дохристиянський період давньоукраїнського красномовства.
2. Як розвивалась риторика у вітчизняній духовній культурі?
3. Що є фундаментом створення риторичної наукової дисципліни XX ст.?
4. В чому полягає ідея конвент-аналізу?
5. Які риторичні дисципліни розвиваються в XX ст.?
6. В чому полягає теорія «мовного існування»?
7. Назвіть напрямки розвитку риторики в Україні.
8. Назвіть сучасні підручники та посібники з риторики.
9. Як розвивається риторика в епоху персональних комп’ютерів?

*Література*

1. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Риторика : навч. посібник. – Львів : Світ, 2001. – С.25 -37.
2. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение. – Минск, 2001.
3. Вандишев В.М. Риторика: екскурс в історію вчень і понять : навч. посіб. – К. : Кондор, 2003. – С. 7-40.
4. Дюбуа Ж., Эделин Ф., Клинкенберг Ж.-М. и др. Общая риторика. – М, 1986. – С. 27-61.
5. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика : навч. посіб. – К. : Вища школа, 2003. – С. 23-54.
6. Михалъская А. Педагогическая риторика: история и теория. – М., 1998. – С. 23-92.

Практичне заняття № 6

*Особистість оратора*

*План*

1. Зовнішній вигляд оратора.

2. Манери, міміка і жести оратора. Фактори, що зумовлюють прихильне ставлення до мовця (зовнішній вигляд, уміння гарно поводитися, внутрішні якості особистості, вміння спілкуватися з людьми).

3. Вимова й артикуляція при виголошенні промови.

Студент повинен ***знати***:

* вимови до зовнішнього вигляду оратора;
* основні невербальні (парамовленнєві) засоби спілкування;
* основні вимоги до поведінки та манер оратора;
* основні вимоги до мови оратора (граматична правильність, точність, доречність, сленг, економічність, оригінальність мови, межі застосування стереотипів);
* головні вимоги до мовлення у виступі.

Студент повинен ***вміти***:

* виступаючи перед аудиторією, враховувати зовнішню культуру оратора;
* доречно застосовувати парамовленнєві засоби спілкування;
* правильно і чітко використовувати ознаки голосу, звертаючи на місце промови.

*Ключові слова:* оратор, мова виступу, міміка, манера, особистість оратора, невербальне спілкування, імідж.

*Практичні завдання:*

1. Опрацювати теоретичні питання за планом.

2. Спробуйте «змалювати» жестами (без слів) перед товаришем такі ролі: сліпий, кишеньковий злодій, гонорова особа, старий чоловік (жінка), невпевнена в собі особа і т.д.

3. Проілюструйте жестами та мімікою наступний текст:

«Пече мене сором на саму згадку. Одного разу… так, одного разу – і більш ніколи. Одного разу я озирнувся, бо чув на плечах слід чужих Очей, слизький, холодний. Щось ішло за мною. Якесь пальто. Я звернув. Воно. Пішов тихіше. Так само. Став біля дерева. Здається, стало. Чи озирнулось? Ні. Я пішов швидше. Так наче бігло. Може, то серце? Хто його знає… Це дратувало. Набрався зваги, вернув назад, просто на нього. Стрілись очима. Мої байдужі, невинні, спокійні, а в нього гострі, як голки, й лукаві. В куточках сміх. Ну, добре. Що ж далі? Ти хитрий, я теж не менше. Натягнув нерви, як снасті у бурю і йду. Здається одстало. Чи озирнутись? Ні. Свищу. Байдуже». (М. Коцюбинський).

4. Скажіть так швидко, як тільки можете, не порушуючи артикуляційних норм:

Козацькому роду нема переводу.

Катерина Дем’яну не попустить бур’яну.

Правда кривду переважить.

Ні риба, ні рак, а так – неборак.

З сильним не борись, з багатим не судись.

Де багато пташок, так мало комашок.

Не вмер Данило, та болячка задавила.

Бреше, як гребінцем чеше.

Годувала ґава ґавенят на ґанку.

Говори до гори, а гора – горою.

5. Запишіть на магнітофон та прослухайте промовлений вами текст. Відзначте недоліки (вимови, темпу, тембру інтонації тощо).

6. Вправи для розвитку усного мовлення (4 хв.):

«Практика виховання та самовиховання оратора»:

* + Не думайте про дрібниці, перестаньте турбуватися.
  + Зважайте на неминуче.
  + Пам’ятайте, у цьому світі можливе все.
  + Якщо ви хочете отримати що-небудь, пожертвуйте чимось.
  + Якщо ви хочете отримати все, пожертвуйте всім.
  + Пам’ятайте, того, хто працює, спинити неможливо.
  + Не жалкуйте за молоком, яке вже розлилося!

*Питання для самоконтролю*

1. Які основні вимоги до зовнішнього вигляду та манер оратора?
2. Що відноситься до невербальних засобів спілкування?
3. Що входить в поняття «імідж»?
4. Які типи жестів ви знаєте?
5. Назвіть основні вимоги до мови у виступі оратора?

*Література*

1. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Мовленнєва комунікація: Підручник. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – С. 57-107.

2. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Риторика : навч. посібник. – Львів : Світ, 2001. – С. 198-204.

3. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение. – Минск, 2001.

4. Вандишев В.М. Риторика: екскурс в історію вчень і понять : навч. посіб. – К. : Кондор, 2003. – С. 190-193.

5. Зарецкая Л.П. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации. – М., 1999.

6. Карнеги Д. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступать публично. – М., 1989.

9. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика : навч. посіб. – К. : Вища школа, 2003. – С. 172-180.

Практичне заняття №7

*Оратор і аудиторія*

*План*

1. Доказовість у промові. Інформаційна новизна та увага слухачів.

2. Мова виступу. Мистецтво цитування. Гумор.

3. Особливі прийоми ораторського мистецтва.

4. Проблема некомунікабельності окремої людини, шляхи її розв’язання. Поради сором’язливим. Маломовність і балакучість.

5. Слухання як вид спілкування.

Студент повинен ***знати***:

* + методи подолання опору аудиторії;
  + особливі прийоми, використовувані в ході виступу;
  + шляхи розв’язання некомунікабельності;
  + основні типи та правила слухання.

Студент повинен **вміти**:

* + виголошувати промову, застосовуючи інформаційну новизну матеріалу;
  + застосовувати на практиці головні прийоми ораторського мистецтва;
  + слухати співрозмовника;
  + використовувати у виступі іронію, умовчання, гіперболи, інверсію, антитези, уподібнення тощо.

*Ключові слова:* увага слухачів, мова виступу, гумор, іронія, типи слухання, імідж, аспекти комунікативності.

*Практичні завдання:*

1. Опрацювати теоретичні питання за планом.
2. Уважно прочитайте уривок з тексту А.Содомори «Рука». Складіть свій текст а одну з тем: «Очі», «Усмішка», «Голова» і под.

І якщо очі – дзеркало душі, то руки – її тлумачі. Дивніші, ніж язик, що навчився говорити. І навіть коли мовою воліємо досконало, без рук, які теж по-своєму промовисті, не обходимося. Рука кличе, рука проганяє. Рукою привітно махаємо, рукою погрожуємо. Руками розводимо, руки опускаємо. Руками сплескуємо чи хапаємося за голову. Руки схрещуємо на грудях, переплітаємо, заломлюємо, ламаємо, складаємо до молитви. Руки зводимо до неба, закладаємо за спину, потираємо від задоволення, плещемо в долоні. Руки простягаємо назустріч; руками відсахуємося. Руками закриваємо обличчя, аби не бачити; дивимося з-під долоні, аби краще бачити… У кожному русі – стан душі, вияв бажання, волі. Навіть голосуємо руками. Бо рука – то голос. Коли мовчимо – говорять руки. Вони, як і душа, рідко бувають непорушними. Хіба при молитві: долонею по долоні, пальцем до пальця. Але ця непорушність, повторюємо, не бездіяльна, бо й по руках, не розпорошуючись, молитовна енергія струму угору, до Всевишнього…

Хрестимося правицею, а далі складаємо до молитви і правицю, і лівицю. Тут вони рівноправні, єдині. Але – це молитва. У житті ж, буває, права рука не відає, що творить ліва. Роздвоюємося. Втрачаємо єдність самі з собою…

Рука сіяча, рука гладіатора. Рука скрипаля, рука каменяра. Рука жонглера, рука весляра. Рука диригента, рука маляра… Рука на кермі, на живчику, на Євангелії… Рука, що виводить першу літеру, рука, що пише заповіт… Рука в кишені, рука – до кишені… Руки, руки, руки… Виліплюючи їх, самі лише руки, Роден ліпив саме життя, найвиразніший, найкрасномовніший його вияв.

1. Заповніть карту спостереження, слухаючи промову товариша. Оцінюють його акцію, виходячи з того, що максимальна кількість балів – 10:

|  |  |
| --- | --- |
| Невербальне спілкування | Кількість балів |
| Зоровий контакт |  |
| Поза тіла |  |
| Жестикуляція |  |
| Міміка обличчя |  |
| Динаміка поведінки  (психологічна характеристика) |  |

*Питання для самоконтролю*

1. В чому полягає доведеність та аргументація у виступі?

2. Назвіть основні вимоги до слухання?

3. Які типи слухання Ви знаєте?

4. Які ви знаєте особливі засоби, використовувані в ході виступу?

5. Назвіть неуніверсальні засоби переконання.

6. Яку роль відіграють технології у риториці?

7. Дайте характеристику загальним аспектам комунукативності.

*Література*

1. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Мовленнєва комунікація: Підручник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – С. 57-107.
2. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Риторика : навч. посібник. – Львів: Світ, 2001. – С. 198-204.
3. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение. – Минск, 2001.
4. Вандишев В.М. Риторика: екскурс в історію вчень і понять : навч. посіб. – К. : Кондор, 2003. – С. 190-193.
5. Карнеги Д. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступать публично. – М., 1989. – С. 12-69.
6. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика : навч. посіб. – К. : Вища школа, 2003. – С. 172-180.
7. Монахова Т. Дискурсивна риторика : навч. посібник. – Миколаїв : Вид-во МДГУ ім. Петра Могили, 2006. – С. 22-32.

Практичне заняття № 8

*Ділове спілкування як частина сучасної ділової риторики*

*План*

1. Поняття ділової риторики. Ділове спілкування, його цілі, типи та характеристика.

2. Соціально-психологічні основи ділової взаємодії.

3. Ділова бесіда. Основні вимоги до ділової розмови. Уміння ефективно слухати. Підготовка до ділової зустрічі. Встановлення взаємовідносин. Методи пізнання особистості партнера.

4. Інтерпретація невербальної інформації у діловому спілкуванні.

5. Моделі та характерні особливості ділової телефонної розмови в професійній діяльності.

6. Мовленнєвий службовий етикет.

7. Національні особливості ділового спілкування.

8. Правила поведінки у діловому віртуальному світі.

Студент повинен ***знати***:

* + цілі та типи ділового спілкування;
  + визначення поняття «комунікативна культура»;
  + види та принципи ділового спілкування;
  + соціально-психологічні основи ділової взаємодії;
  + функції ділової бесіди;
  + основні вимоги до ділової бесіди;
  + особливі прийоми, використовувані в ході ділової бесіди;
  + основні моменти композиції розмови телефоном;
  + правила мовленнєвого службового етикету.

Студент повинен ***вміти***:

* + будувати образ партнера по спілкуванню;
  + обмінюватися діловою інформацією;
  + користуватися правилами комунікативного етикету.

*Практичні завдання*

1. Опрацювати теоретичні питання за планом.

2. Обґрунтуйте, чому ще здавна основою людських взаємин, початком і кінцем їх було та залишається по наш час ділове спілкування.

3. Відомо, що основою ділової взаємодії є діалог (полілог), у якому два інформаційні потоки, що йдуть від одного співрозмовника до іншого, не складаються, а взаємодіють, і внаслідок цього процесу створюється нова спільна інформація: об’єднуються погляди, поняття. З’ясуйте, чому саме і наскільки активно сприяють ефективності взаємодії в діловому спілкуванні такі три умови:

1) обопільне прагнення співрозмовників досягти спільності в поглядах та порозуміння;

2) щирість співрозмовників у викладенні своїх поглядів;

3) намагання дотримуватися принципів рівноправності.

4. Проаналізуйте переконливими прикладами три особисті потреби, які завжди намагається задовольнити співрозмовник у діловому спілкуванні: визнання почуття гідності, емоційна підтримка, самореалізація.

5. Схарактеризуйте три обов’язкові компоненти поведінки людини в діловому спілкуванні, що надають останньому позитивних результатів: пізнавальний, емоційний, практичний.

6. З’ясуйте, що означає термін емпатія та чому в діловому спілкуванні важливо створити механізм емпатії.

7. Прокоментуйте принцип регламентованості ділового спілкування відомим прислів’ям «Час – гроші».

8. Обґрунтуйте, чому під час професійного спілкування саме вміння слухати набуває найбільшого значення і впливає на успіх усієї справи.

9.Поділившись на групи з 2 – 3 осіб, підготуйте сценарій ділової бесіди на одну з пропонованих тем.

1) Співбесіда при влаштуванні на роботу за спеціальністю.

2) Розмова з директором фірми, що дала оголошення про набір рекламних агентів.

3) Розмова з організатором курсів водіння автомобіля, на яких ви хотіли б займатися, незважаючи на те, що заняття почалися тиждень тому.

10. Прочитайте діалог. Вкажіть на помилки у мовному оформленні.

У відділі кадрів:

- Я б хотів знати, чи оформили ви мою особову справу?

- Як ваше прізвище, ім’я, по батькові? На якій посаді працюєте? Коли подавали документи?

- Данилець, викладач, сьомого.

- Вашу справу ще не оформлено, бо ви подали не всі документи.

- У мене багато роботи, я не звернула уваги.

11. Прочитайте вислови. Сформулюйте правила, якими потрібно керуватися в діловій сфері.

* Мовою не випереджай думку (Хілон).
* Бесіду потрібно проводити так, щоб співбесідників із ворогів робити друзями, а не друзів ворогами (Піфагор).
* Влада показує людину(Піттак).
* Якщо хочеш, щоб люди йшли за тобою, йди за ними (Лао-Дзи).
* Не зневажай ворогами: вони першими помічають твої недоліки(Антисфен).
* Мовчи або говори те, що краще мовчання (Піфагор).

*Питання для самоконтролю:*

1. Розкрийте поняття «ділова риторика», назвіть її складники.

2. Розкажіть про основні функції та компоненти ділового спілкування.

3. Які специфічні особливості спілкування як особливого виду взаємодії людей?

4. У чому суть кодексу ділового спілкування?

5. Дайте характеристику активного, пасивного та емпатичного слухання. Яким слухачем повинен бути ділова людина, що прагне до успіху?

6. Які психологічні методи впливу ви можете застосувати в різних ситуаціях ділового спілкування?

7. Дайте характеристику соціально-психологічним основам ділової взаємодії.

8. Що спільного у вербальних і невербальних засобів спілкування? Чим вони відрізняються один від одного?

9. В чому полягає технологія ділового спілкування.

10. Згадайте етичні аспекти і мовні засоби ділового спілкування.

11. Яку роль в ділових контактах грає національна приналежність партнерів? Розкажіть про відомі вам особливості ділового спілкування комунікантів різних національностей.

*Література*

1. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Мовленнєва комунікація: Підручник. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – С. 57-107.

2. Аминов И.И. Психология делового общения : учебное пособие. – М. : Издательство «Омега-Л», 2009. – 304 с.

3. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение. – Минск, 2001.

4. Ботвина Н.В. Міжнародні культурні традиції: мова та етика ділової комунікації : навчальний посібник. – К., АртЕк, 2002. – 53-170.

5. Коваленко С. М. Сучасна риторика : навчально-практичний посібник. – Тернопіль : Мандрівець, 2007. – С.106 – 114.

6. Онуфрієнко Г.С. Риторика : навч. пос. – Центр учбової літератури, 2008. – С. 283-355.

7. Риторика, или Ораторское искусство : учеб. пособие для студентов вузов / Автор-составитель И.Н.Кузнецов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – С. 295-336.

Практичне заняття № 9

*Мистецтво ведення суперечки*

*План*

1. Суперечка, її типи.

2. Коректні та некоректні засоби суперечки.

3. Чотири різновиди суперечок.

4. Загальні вимоги до ведення суперечки.

Студент повинен ***знати***:

* + основні розділи сучасної еристики;
  + структуру, форми та види аргументації;
  + основні правила аргументації та критики;
  + прийоми маніпулювання в еристиці.
  + засоби та різновиди суперечки;
  + загальні вимоги до ведення суперечки.

Студент повинен ***вміти:***

* + застосовувати коректні засоби суперечки, уникати некоректних;
  + вести суперечку за її основними ознаками;
  + дотримуватись основних вимог до ведення суперечки.

*Ключові слова*: еристика, аргументація, суперечка, дискусія, коректні та некоректні засоби ведення суперечки, засоби маніпуляції.

*Практичні завдання:*

1. Опрацюйте теоретичний матеріал за планом.

2. Рольова гра.

Слід уявити себе в ролі дуже відомої особи (президент, міністр, депутат, зірка шоу-бізнесу). Аудиторія ставить запитання , зокрема і неприємні. Це дає змогу учасникові проявити себе, побачити всі ознаки впевненості, або навпаки скутості.

Ця вправа дозволяє розвити впевненість в своїх силах, вести діалог, навчитися не хвилюватися, відповідаючи на каверзні запитання.

3. Спробуйте відшукати п’єси Г. Свірідова «Суперечка» та «Сварка» і охарактеризувати героїв цих п’єс.

4. Приготуйтесь до суперечки за однією з тем:

* 1. Чи потрібна Україні двомовність?
  2. Чи має право на існування полігамія у нашій державі?
  3. Війна статей.
  4. Що врятує Україну: диктатура чи демократія?

Тест „Чи вмієте ви сперечатися?”

(відповідайте „так” або „ні”)

1. Чи часто Ви сперечаєтеся із друзями, знайомими? (*Так – 2, ні – 0*).

1. Чи буває так, що в суперечці Ви перестрибуєте з однієї теми на іншу? *(Так –* 2, *ні – 0).*
2. Чи доводилося Вам піднімати голос у суперечці? *(Так – 2, ні – 0).*
3. Чи часто Ваші співбесідники йдуть ображеними? *(Так -2, ні – 0).*
4. Чи легко Вам вдається підшукувати слова у гарячій суперечці? *(Так – 2, ні – 0).*
5. Чи буває так, що Ви сперечаєтеся про речі, в яких некомпетентні? *(Так – 2, ні – 0).*
6. Чи вважаєте Ви, що в суперечці обов’язково отримати перемогу? *(Так – 2, ні – 0).*
7. Чи буває так, що в суперечці Ви переходите "на особистість"? *(Так – 2, ні – 0).*
8. Чи будете Ви доводити тезу, яку неможливо довести (наприклад, який фрукт смачніший)? *(Так – 2, ні – 0).*
9. Перед Вами – явно збуджена людина, яка несе нісенітниці. Чи вступите Ви з нею у суперечку? *(Так – 2, ні – 0).*
10. Чи видозмінюєте Ви свою поведінку в суперечці у зв’язку з тією чи іншою реакцією свідків суперечки? *(Так – 0, ні – 1).*
11. Чи буває так, що в кінці суперечки Ви не можете пригадати, через що вона почалася? *(Так –* 2, *ні – 0).*
12. Чи перебиваєте Ви свого співбесідника в суперечці? *(Так – 2, ні – 0).*
13. Чи виражаєте Ви свою згоду зі співбесідником в категоричній формі? *(Так –* 2, *ні – 0).*
14. Чи кажуть Вам "з тобою говорити даремно", "тебе не перемреш", "з тобою важко говорити" і т.д. *(Так –* 2, *ні – 0).*
15. Чи буває, що Ви, не погоджуючись з якимись доводами опонента, перестаєте його слухати і починаєте підшукувати заперечення? *(Так –* 2, *ні – 0).*
16. Чи було таке, що Ви відчували почуття ніяковості за людину, яка програла в суперечці, свідком якої Ви стали? *(Так – 0, ні – 2).*
17. Якщо Ви відчули в суперечці, що Ви не праві, чи можете Ви визнати це? *(Так – 0, ні – 2).*
18. Тема явно не варта суперечки, але Вас провокують прийняти в ній участь. Чи будете Ви сперечатися? *(Так –* 2, *ні -0).*
19. Чи вступаєте Ви у суперечки з незнайомими людьми на вулиці, в транспорті, в магазині? *(Так – 2, ні – 0).*

Результат

*Менше 8 балів.* Ви прагнете уникати суперечок, а якщо все ж таки приходиться відстоювати свою точку зору, то робите це спокійно, не ображаючи співбесідника. Ви – коректний та приємний співбесідник.

*9-12 балів.* Ви не ухиляєтеся від суперечок, але прагнете сперечатися за принциповими питаннями, оскільки не завжди контролюєте свою мову та поведінку. Потім нерідко каєтеся у своїх репліках... Витриманості та коректності в полеміці Вам не вистачає.

*30-38 балів.* Ви постійно вступаєте в суперечки, не відрізняючи головного від другорядного. Вас не хвилює істина, Ваша мета – отримати в суперечці перемогу, довести, що саме Ваша точка зору вірна. Ви – небажаний опонент для більшості людей. Потрібно менше сперечатися.

*Питання для самоконтролю:*

1. Назвіть основні правила ведення суперечки та охарактеризуйте іх.
2. Які основні види суперечки ви знаєте?
3. Які Ви знаєте коректні та некоректні прийоми ведення суперечки?
4. Які основні поради щодо ведення суперечки?
5. Що впливає на поведінку полемістів?

*Література*

1. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Риторика : навч. посібник. – Львів : Світ, 2001. – 240 с.

2. Вандишев В.М. Риторика: екскурс в історію вчень і понять : навч. посібник. – К. : Кондор, 2003.

3. Гурвич С.С., Погорелко В.Ф., Герман М.А. Основы риторики. – К., 1988. – 432 с.

4. Ивин А.А. Риторика: искусство убеждать : учебное пособие – М. : ФАИР-ПРЕСС, 2003. – С. 248-270.

5. Куньч З. Українська риторична термінологія: історія і сучасність: Монографія. – Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2006. – 216 с.

6. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика : навч. посіб. – К. : Вища школа, 2003. – 311 с.

7. Могильницька Ольга. Культура та етика ведення суперечки, дискусії, полеміки. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2009. – С. 24-45.

8. Чибісова Н., Тарасова О. Риторика : навч. посіб. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 228 с.

Практичне заняття №10

*Етика та психологія мовленнєвої поведінки*

*План*

1. Моральні цінності співрозмовника.

2. Мовний етикет. Загальні ознаки мовленнєвої культури оратора (правильність і багатство мови; стислість, ясність і точність, емоційність тощо). Рекомендації щодо мовного самовдосконалення.

3. Концентрація уваги та тренування пам’яті.

4. Роль контактної зони в комунікації.

5. Соціальні ролі та рольова поведінка людини.

Студент повинен ***знати:***

* + основні моделі спілкування, їх характеристики;
  + вимоги до сучасного мовного етикету та етикетні формули;
  + значення контактної зони у спілкуванні;
  + дефініцію понять «соціальна роль», «рольова поведінка»;
  + основні засади психологічної готовності до спілкування.

Студент повинен ***вміти***:

* + застосовувати правила мовного етикету;
  + використовувати властивості уваги та індивідуальні особливості пам’яті;
  + брати до уваги залежно від обставин роль контактної зони у спілкуванні;
  + дотримуватись соціальних правил (норм).

*Ключові слова:* правила спілкування, контактні зони спілкування, соціальна роль, рольова поведінка, моделі спілкування, квага, пам’ять.

*Практичні завдання:*

1. Ознайомтесь із поданими нижче ситуаціями і спробуйте визначити, в яких з них ми маємо справу з маніпуляцією, а в яких – ні. Аргументуйте свою думку в кожному випадку.

1. ви приносите лікарю цукерки, а після того, як він узяв їх, просите лікарняний;
2. ви довго хворіли і, нарешті, одужавши, йдете до лікаря; отримавши лікарняний, даєте йому коробку цукерок.

2. Перевірте, як ви вмієте запам’ятовувати не зв’язаний логічно матеріал.

Спробуйте запам’ятати 20 слів з відповідною нумерацією. Відповідь вважається вірною лише тоді, коли правильно вказано і слово, і його номер. На запам’ятовування дається 40 сек. Запишіть те, що ви запам’ятали.

1. Українець. 11. Масло.
2. Економіка. 12. Папір.
3. Каша. 13. Тістечко.
4. Татуювання. 14. Логіка.
5. Нейрон. 15. Соціалізм.
6. Кохання. 16. Дієслово.
7. Ножиці. 17. Прорив.
8. Совість. 18. Дезертир.
9. Глина. 19. Свічка.

10.Словник. 20. Вишня.

Після цього підрахуйте продуктивність запам’ятовування за формулою:

Кількість вірно відтворених слів 

3. Спробуйте утворити додаткові смислові зв’язки для поданих нижче висловлювань:

|  |  |
| --- | --- |
| Інформація, яку потрібно запам’ятати | Смисловий зв’язок з вашими знаннями |
| Ейнштейн – один з найвизначніших фізиків. | Наприклад:  Автор теорії відносності. |
| Панас Мирний – автор роману "Повія". |  |
| Пам’ять відображує об’єктивну реальність. |  |
| 1/3 дорослого населення Землі неписьменна. |  |

4. Вправа для розвитку усного мовлення. «Описова тема» з виступом до 4-х хвилин.

- Біг на 100 метрів з перешкодами.

- Корисний побутовий прилад.

- Миколаїв з висоти колеса огляду.

*Питання для самоперевірки*

1. Чому в сучасному суспільстві враховуються моральні цінності співрозмовника?
2. Дайте визначення даним поняттям, як «асетивність» та «маніпуляція».
3. Чим відрізняється між собою маніпуляція та актуалізаторська модель спілкування?
4. Які ви знаєте етикетні формули? Що таке мовний етикет?
5. Що таке увага? Які існують види уваги? Назвіть властивості уваги.
6. Що таке пам’ять? Які види пам’яті ви знаєте? В чому полягають індивідуальні особливості пам’яті та виховання пам’яті.
7. Яку роль виконує контактна зона в комунікації?
8. В чому полягають соціальні ролі та рольова поведінка людини?

*Література*

1. Абрамович С. Риторика та гомілетика. – Чернівці, 1995. – С. 41-85.
2. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Мовленнєва комунікація: Підручник. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – С. 249-293.
3. Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Риторика : навч. посібник. – Львів : Світ, 2001. – 240 с.
4. Мацько Л.І., Мацько О.М. Риторика : навч. посіб. – К. : Вища школа, 2003.
5. Михальская А.К. Педагогическая риторика: история и теорія. – М., 1998. – С. 148-153.
6. Рождественская Ю.В. Теория риторики. – М., 1997. – С. 57-64.

Практичне заняття № 11

*Мовленнєві тактики спілкування: пошуки консенсусу*

*План*

1. Тактики спілкування.

1.1. Рівні, стилі і типи спілкування.

1.2. Форми спілкування.

1.3. Морально-психологічний контекст спілкування.

1.4.Структура і функції спілкування.

2. Конфлікт та методи його вирішення.

2.1. Поняття конфлікту.

2.2. Основні види конфліктів їх причини та помилки.

2.3. Основні помилкові типи поведінки в конфлікті.

2.4. Види розв’язання конфліктів.

Студент повинен ***знати***:

* основні рівні, стилі, форми та типи спілкування;
* основні помилкові типи поведінки в конфлікті;
* основні види конфліктів;
* види розв’язання конфліктних ситуацій;
* основні засади психологічної готовності до спілкування.

Студент повинен ***вміти***:

* використовувати певні способи подання позиції партнерів;
* застосовувати правила мовного етикету;
* аналізувати особливості спілкування у сфері ділових взаємостосунків;
* уникати конфліктних ситуацій;
* конфлікти різних видів;
* дотримуватись соціальних правил (норм) у конфліктних ситуаціях.

*Ключові слова:*спілкування, тактика спілкування, бесіда, промова, структура, співрозмовник, суперечка, конфлікт, компроміс, соціальне партнерство.

*Практичні завдання:*

1. Спробуйте придумати та обґрунтувати 3-4 мовленнєвих ситуації, в яких не бажано використовувати пряму тактику мовленнєвого впливу, та 3-4 мовленнєвих ситуації, в яких обов’язково треба вдаватися до прямої тактики мовленнєвого впливу.
2. Спробуйте інтерпретувати підтекстовий зміст таких метафраз:

* Сподіваюся, що я вам не заважаю.
* Колись побачимося!
* Ви стали дуже стрункою.

1. Виконайте вправу на концентрацію уваги: візьміть коробку сірників і, рахуючи їх, водночас розповідайте якусь історію.
2. Уявімо ситуацію: чоловік затримався на роботі й приходить пізно. Наведіть 3 можливих типи поведінки дружини (конфліктогенна, нейтральна, синтонна).
3. Змоделюйте конфліктогенну та синтонну ситуації, в яких було б використано речення: «Ви не праві, це не так. Зараз я вкажу на Вашу помилку».

*Питання для самоконтролю*

1. Назвіть основні рівні, стилі, форми та типи спілкування. Наведіть власні приклади.

2. Назвіть умови виникнення конфлікту з конфліктної ситуації та стадії його перебігу.

3. Вкажіть методи управління соціально-трудовими конфліктами, що сприяють їх подоланню.

4. Охарактеризуйте стратегії переговорів у вирішенні конфліктів соціально-трудового характеру.

5. Назвіть головні умови досягнення успіху в переговорах.

6. Як ви характеризуєте поняття «колективна трудова суперечка» і «соціальний конфлікт»?

7. Назвіть технології врегулювання колективних суперечок і конфліктів.

8. Які методи вирішення колективних трудових суперечок, конфліктів є, на ваш погляд, є найбільш ефективними?

*Література:*

1.Бородкін Ф. М. Увага : конфлікт! / Ф. М. Бородкін, Н. М. Коряк. – Новосибірськ : Наука. Сиб. Відділення, 1983. – 141 с.

2.Волков Б. С. Конфліктологія : навчальний посібник для студентів вузів / Б. С. Волков, Н. В. Волкова. – М. : Академічний проект; Триста, 2005. – 384 с.

3.Здравомислов А. Г. Соціологія конфлікту : навчальний посібник для студентів вузів / А. Г. Здравомислов. – М. : АТ « Аспект-прес », 1995. – 319 с.

4.Козер Л. А. Функції соціального конфлікту / Л. А. Козер. – М. : Ідея, 2000. – 208 с.

5.Кубрак О. В. Етика ділового та повсякденного спілкування : Навчальний посібник з етики для студентів / О. В. Кубрик. – Суми : ВТД « Університетська книга », 2002. – 208 с.

6.Лебедєва Н. Г. Основи психології і педагогіки : конспект лекцій / Н. Г. Лебедєв, Д. О. Самойленко. – Алчевськ : ДонДТУ, 2000. – 174 с.

7.Максименко С. Д. Загальна психологія : Підручник / С. Д. Максименко. – Вінниця : Нова Книга, 2004. – 704 с.

8.Обознов Н. Н. Психологія роботи з людьми / Н. Н. Обознов, Г. В. Щокін. – Київ : Либідь, 1990. – 192 с.

9.Панфилов А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности / А. П. Панфилов. – СПб : Знание, 2004. – 496 с.

10.Свеніцкій А. Л. Соціальна психологія управління / А. Л. Свеніцкій. – Ленінград : видавництво Леніград, 1986. – 176 с.

12. <http://books.br.com.ua/30638>

<http://libfree.com/136111196_menedzhmenttehnika_dilovogo_spilkuvannya.html>

14. <http://ualib.com.ua/br_8439.html>

15. <http://myref.org.ua/index.php/option/content/task/view/id/370>

**Завдання для самостійної роботи**

Завдання 1. Опрацювати теоретичний матеріал (за підручником Абрамович С.Д., Чікарькова М.Ю. Риторика : навч. посібник. – Львів : Світ, 2001р.) за таким планом:

*1. Красномовство біблійних проповідників:*

*1.1. Красномовство в Старому Завіті.*

*1.2. Красномовство в Новому Завіті.*

*2. Ораторське красномовство у Середні віки.*

*3. Розвиток риторики нового часу.*

Завдання 2. Опрацювати книгу Д.Карнегі «Швидкий та простий спосіб навчитися ефективного мовлення».

Завдання 3. Скласти риторичний словник фігур та тропів. Пояснити їх використання у публічних промовах.

Завдання 4. Самостійно підготувати промову (3 – 5 хв.) за вибраним Вами афоризмом для трьох різних аудиторій.

Завдання 5. Доведіть істинність наведених думок, проілюструвавши їх прикладами з різних галузей професійної діяльності.

• Обмін словами – це ще не розмова (Р. Доценко);

• Мова довга не є добром (Данило Заточник);

• Мова – жива схованка людського духу, його багата скарбниця, в яку народ складає і своє давнє життя, і свої сподівання, розум, досвід, почування (Панас Мирний);

• Слово формує світ. Спотворене слово спотворює його (Павло Мовчан);

• Слово – зброя. Як усяку зброю, його треба чистити й доглядати (Максим Рильський).

Завдання 6. Доберіть максимальну кількість українських прислів’їв про слово, мовлення, спілкування.

Завдання 7. Проілюструйте переконливими прикладами відомий афоризм: “Ми слухаємо не промову, ми слухаємо людину, яка говорить з нами”.

Завдання 8. Виконати риторичний аналіз політичної промови.

Завдання 9. Самостійно підготувати агітаційну промову (до 3 хв.) під час виборчої компанії.

Завдання 10. Виконати риторичний аналіз двох парламентських промов народних депутатів України (за вибором з матеріалів преси).

**Короткий словник до курсу**

**Авторитарний стиль спілкування** –відверта демонстрація зневаги до партнера, ігнорування його позитивних якостей, грубість та приниження, неприховані спроби маніпулювання.

**Азіанізм –** пишний та гучний стиль, що виник в еліністичний період в грецьких землях Малої Азії, де намагалися перевершити класичних ораторів за рахунок широкого вживання експресивних прийомів.

**Академічне красномовство –** ораторське вміння науковця та викладача, що доповідає про результати дослідження або популяризує досягнення науки. Основні *жанри* А.к.: наукова доповідь, наукове повідомлення, наукова лекція (вузівська та шкільна), реферат, виступ на семінарському занятті, науково-популярна (публічна) лекція, бесіда.

**Аксіологія** в риториці – морально-етичні цінності промовця. З часів *Арістотеля* вважається необхідним, щоб оратор орієнтувався на певну систему цінностей.

**Акт висловлювання** – вираження певної інтенції, наслідки реалізації акту висловлювання.

**Актуалізаторська модель спілкування –** чесне й відверте ставлення до співрозмовника, засноване на етичних принципах; актуалізатор – щирий, відкритий співрозмовник.

**Актуальність виступу** – злободенність, громадська значущість теми виступу оратора, важливість розглядуваних проблем, висновків та даних аудиторії рекомендацій.

**Алегорія** – *троп,* за допомогою якого стає можливим зображення абстрактного поняття чи явища через конкретний образ. А. однозначна (на відміну від багатомірного *символа).*

**Алітерація** – повторення приголосних з метою створення художнього образу і підсилення звучності тексту.

**Алогізм** – порушення послідовності, логіки в *міркуванні,* що веде до викривлення думки і можливості зловживання довірою аудиторії. Виникає як наслідок *логічних помилок.*

**Алюзія** – співвіднесення змальовуваного у мовленні зі стійким літературним, міфологічним чи історичним поняттям з метою охарактеризувати предмет мовлення: він не любив розтікатися мислію по древу.

**Аналогія** – схожість явищ, яка у певних ситуаціях є підставою для умовиводів (наприклад, коли промовець хоче пояснити щось незнайоме за допомогою знайомого). Обов’язковою умовою при наведенні А. є порівняння за суттєвими ознаками (а не випадковими). До А. не слід вдаватися академічному оратору; не завжди на неї можна покластися в *судовому красномовстві* (бо А. не є, строго кажучи, доказом), але вона широко вживається в інших *видах красномовства.*

**Анафора** – стилістична *фігура:* лексико-синтаксичне повторення слів чи словосполучень на початку прозаїчних речень (у віршах відповідно – рядків).

**Антитеза** – стилістична *фігура,* протиставлення антагоністичних (чи ситуаційно антагоністичних) явищ.

**Апологія –** промова на захист самого себе, яку писали для звинувачених давньогрецькі *логографи-софісти.*

**Апосіопеза,** або **замовчування** – стилістична *фігура:* обрив, що містить в собі щось невимовне, підтекст. Мова переривається тому, що потрібно щось "сховати" чи імітувати таємницю.

**Аргументація** – наведення аргументів для обґрунтування певного положення; сукупність таких доказів чи аргументів.

**Артикуляція** – система положень органів, що вимовляють звуки. Чіткість А., необхідна для оратора, визначається правильним положенням цих органів.

**Архаїзми** – застарілі слова (словосполучення), які передають реалії минулих епох. Оратору не рекомендується зловживати А.

**Архітектоніка** – те саме, що побудова, композиція виступу. Реально – мовленнєва структура виступу оратора, у якій відбивається співвідношення частин виступу (лекції) за цільовим призначенням (зачин, вступ, основна частина тощо), за стилістичними особливостями (розповідь, інформація, коментар та ін.), за обсягом (вступ, головна частина, заключення), за співвідношенням теорії й фактів, раціонального та емоційного.

**Асертивність** – здатність людини чітко визначити для себе, чого вона прагне, а чого – ні.

**Асіндетон***–* синтаксична *фігура,* безсполучниковість.

**Асонанс** – повторення голосних з метою створення художнього образу і підсилення звучності тексту.

**Асоціація** – зв’язок між уявленнями, які відбивають предмети чи явища, які мають певні спільні (часто несуттєві) ознаки, чим і зумовлено те, що одне уявлення викликає у свідомості інше. Фізіологічну основу виникнення асоціацій становить відкритий І. П. Павловим механізм утворення тимчасового нервового зв’язку між різними ділянками кори головного мозку (у людини і вищих тварин), замикання збуджень цих ділянок. Асоціації становлять основу всіх більш складних утворень психіки людини.

**Афоризм** – глибока узагальнююча думка, яка має лаконічну, відточену мовну форму; пор. латинське: живе слово краще виховує – Viva vox alit plenius. Або: чия країна, того й мова – Cuius regio, eius lingua.

**Біблеїзм –** слово або вираз, запозичені з Біблії, що створюють відповідну стильову атмосферу, інколи – церковнослов’янізм.

**Бібліографія** – допоміжна наукова дисципліна, яка допомагає оратору зорієнтуватися в друкованих виданнях (рукописах) і базується на правилах бібліографічного опису.

**Білінгвізм** – те саме, що і двомовність, тобто володіння двома мовами. Негативний білінгвізм призводить до змішування у мовленні форм різних мов (звуків, слів, конструкцій) І тому вимагає від оратора особливої уваги до збереження мовленнєвих норм. В Україні поширений українсько-російський білінгвізм. Позитивний білінгвізм – активне й вільне володіння двома мовами. Пор.: полілінгвізм – володіння кількома мовами.

**Варваризм** – іншомовне слово або вираз, які не стали загальновживаними, повністю не засвоєні мовою, наприклад: авеню, містер, сер тощо. Як правило, варваризми використовуються при характеристиці особливостей життя, побуту і звичаїв інших народів, а також іноді для досягнення комічного ефекту. Варваризми не тільки не перекладаються, а й часом зберігають на письмі чужомовну графічну передачу: альма матер (лат. – alma mater) – старовинна студентська назва університету, буквально – мати-годувальниця.

**Вербалізм** – зловживання словом, марнослів’я, пусте пишномовство, під яким не криється ніякої думки.

**Вербальна агресія –** недвозначні образи та приниження співбесідника або одіозне заперечення його тверджень (особливо ж без аргументації). Більш витонченого характеру В. а. набуває завдяки вимовлянню звичайних слів та фраз з холодною або знущальною інтонацією.

**Види красномовства –** сфери застосування ораторського слова в суспільній ситуації (школа, церква, суд, політика, побут). Залежно від цього найчастіше розрізняють 5 В.к.: *академічне, церковне, судове (юридичне), політичне, суспільно-побутове.*

**Виразне читання –** читання з дотриманням певної системи правил (орфоепії, артикуляції, дикції тощо). Часто термін В.ч. вживається також як синонім поняття "художнє читання" або ж "декламація", що не зовсім точно.

**Внутрішня мова** – монологічна форма мовлення, в якій реальні, фізичні звучання замінюються їх уявленнями, їх відображеннями в свідомості людини. Це мовлення про себе і для себе.

**Вокабула** – окреме слово чужої мови, перекладене рідною мовою як предмет заучування в процесі вивчення іноземної мови. Вокабула – заголовок словникової статті,

**Вокаліз** – вправа або твір для голосу, що виконується без слів.

**Вокалізація** – 1. Спів на голосних звуках; одна з усних вправ для голосу й розвитку музикальності. 2. Перехід приголосного звуку в голосний (в – у). 3. У стенографії – графічний метод виразу голосних у слові зміною накреслення приголосних.

**Вульгаризми** – слова (словосполучення) лайливого характеру. Використовуються, як правило, малокультурними промовцями. Їхня сфера – переважно *суспільно-побутове красномовство,* почасти – *політичне.*

**Гармоніювати –** бути співзвучним, відповідати чомусь.

**Гіпербола** – перебільшення. Стилістична фігура, в якій навмисно перебільшено певну ознаку з метою надати зображуваному більшої виразності, загостреності, наприклад: Так ніхто не кохав. Через тисячу літ лиш приходить подібне кохання... (В. М. Сосюра)

**Глоссатори –** юристи, тлумачі законів у європейському Середньовіччі, що почали виходити не з букви, а з духу права.

**Голос –** звуки, що їх виробляє голосовий апарат людини. Індивідуальні особливості визначають висоту, силу та *тембр* Г. Володіння голосом – необхідна умова підготовки оратора. Оратор мусить обов’язково берегти Г. (руйнівні чинники – переохолодження, вживання тютюну та алкоголю, перевтома).

**Гомілет –** християнський проповідник, майстер *гомілетики.*

**Гомілетика** – християнська риторика, що має на меті витлумачення Біблії через *проповідь* чи повчальну бесіду.

**Горгієві фігури –** різноманітні прийоми, введені вперше Горгієм, одним із засновників *софістики,* що наближали ораторську промову до поезії (симетрично-ритмічна побудова речень, використання рим та *тропів’)* і спиралися почасти на практику фольклорних заклинань.

**Градація** – стилістична *фігура,* що дозволяє показати явища в розвитку. Види градації: *клімакс –* розташування слів за семантикою зростання, накопичення; *антиклімакс –* розташування слів за семантикою послаблення.

**Граматична пауза** – значуща пауза, яка несе інформацію про граматичну структуру фрази (членування речення, окремих речень тощо) і у письмовому тексті граматичні паузи відзначаються, як правило, пунктограмами (комами, тире, дужками тощо).

**Грамотність** – знання правил мови і вміння ними користуватися. Г. надзвичайно важлива для оратора. Ораторська Г. – обізнаність у сфері науки про красномовство.

**Гротеск –** художній образ, що базується на сполученні страхітливого з комічним.

**Гумор** – змалювання явищ в м’якій, жартівливій інтонації (на відміну від *сатири).* Англійські дослідники виділяють також грубий гумор (slapstick), властивий народному красномовству; у нас він невід’ємний і від *красномовства політичного.*

**Дебати** – обговорення, полеміка, які виникають після виступу.

**Дедукція** – метод умовиводу за типом: від загального до конкретного. Звичайно протиставляється індукції.

**Демагогія** – голослівні аргументи, що мають вигляд глибокої аргументації на користь загалу, а насправді прикривають корисні розрахунки, низькість душі та некомпетентність, прагнення маніпулювати людьми.

**Дикція** – манера вимовляння звуків та слів. Правильна Д. – чітка та ясна.

**Дискурс –** емоційна атмосфера, семантичне поле, що створюється в тексті "між словами"; певною мірою співпадає з поняттям "підтекст".

**Диспут** – організована форма *дискусії,* інколи – з заздалегідь визначеними ролями. В рамках Д. особливого значення набуває здатність оратора переконувати.

**Дихання –** найважливіша фізіологічна функція організму, чинник формування голосу. Правильно поставлене дихання дає ораторові можливість звучно, виразно й тривалий час говорити перед аудиторією. Існує система вправ по розробці правильного Д., що ораторові варто використовувати.

**Діалог** у риториці – спосіб побудови промови, який: 1. Включає елементи буквальної співбесіди з аудиторією; 2. Імітує реальний Д. в монолозі оратора (прямо чи приховано).

**Діапазон голосу –** звуковий обсяг ораторського голосу, що визначається інтервалом між найнижчим і найвищим звуками. Оратору важливо знати свій Д.г. (пор.: бас, баритон, тенор тощо в співі).

**Діафора** – стилістична *фігура,* різновид повтору: повторюються слово чи вираз, які щойно прозвучали, але вони набувають більш експресивного звучання.

**Дієвість мовлення** – якість публічного мовлення, яка відбиває здатність оратора пробуджувати в людях активне, творче ставлення до життя, спонукаючи їх до творчої діяльності. Дієвість виступу оратора виявляється у вчинках, думках, намірах його слухачів.

**Доведення –** процес доказу оратором справедливості (чи навпаки) якогось твердження. В Д. використовуються методи *індукції* та *дедукції* (інколи *аналогії).* Оратор може доводити свою думку, спираючись на власний досвід, чужі думки (в т.ч. цитати), очевидні факти тощо.

**Доступність** промови – побудова виступу з урахуванням особливостей аудиторії (вікових, соціальних, світопоглядних та ін.). Див. також: *Казуальність, Казуїстика.*

**Дохідливість мовлення** – якість публічного мовлення, яка відбиває здатність оратора говорити популярно, тобто знаходити такі шляхи викладу (приклади, докази, формулювання, мовні засоби), які роблять мовлення ясним, зрозумілим, цікавим, незважаючи на складність теми.

**Духовний світ оратора** – світогляд, знання, культура мислення, мовлення, спілкування, інтереси, етика оратора як єдність, як цілісна характеристика особистості. Духовний світ оратора, його інтелектуальне, моральне обличчя – важливий фактор виховного впливу на аудиторію.

**Евристика,** сократична бесіда – особливий метод ведення *діалогу,* навчання, введений *Сократом.* В Е. все будується на системі навідних питань, що підштовхують співбесідника до вирішення проблеми.

**Евфемізм** – *троп,* заміна табуйованих (священних, стилістично неприйнятних для якоїсь групи або ж просто непристойних) слів описовими синонімічними словами (зворотами).

**Евфонія** – певна якість мовних звуків, що визначає емоційне забарвлення мови оратора. Прийоми гри *алітерацією* та *асонансом,* ритмічні моделі тексту сприяють Е.

**Евфуїзм** – *стиль,* що відрізняється штучною пишномовністю, манірністю.

**Его-стан** людини – індивідуальна емоційно-психологічна ситуація співбесідника. Фахівці з проблем спілкування радять уважно ставитися до таких станів (ейфорія, депресія, неуважність, хвороба тощо) – в першу чергу, з етичних міркувань. Негативні емоційні стани, коли людина розгублена, охоче використовуються недобросовісними комунікантами – психологічними маніпуляторами.

**Експліцитний –** такий, що виражений відкрито; протилежність *імпліцитному.*

**Експресивний** – виразний, випуклий, який містить у собі або виражає, передає експресію. Експресивне забарвлення. Експресивна лексика. Експресивна функція мови.

**Емпатія** – здатність відчувати стан іншої людини або аудиторії, важлива для юриста, медика, священика, оратора.

**Епідектичне красномовство –** те ж саме, що урочисте красномовство.

**Епістрофа** – стилістична *фігура,* що складається з повторення одного і того ж слова чи звороту.

**Епітет** – *троп,* який образно визначає річ, людину чи дію, підкреслюючи найбільш характерну чи вражаючу якість.

**Епіфора** – стилістична *фігура:* зворотний *анафорі* прийом, повторення тих самих слів (словосполучень) в кінці речень (у віршах – наприкінці віршових рядків або строф).

**Ерудиція** – наявність глибоких знань в тій чи іншій сфері (сферах). Е. виникає як результат кропіткої праці індивідуума над собою. Е. бажана для оратора.

**Естетика** промови – важливий момент композиції (розташування) змістовних частин тексту, а також організація мовної форми за законами краси, використання прийомів *поетики {тропів* і т.ін.).

**Етапи підготовки промови –** 1.Вибір *теми. 2.* Складання *плану.* 3. Процес збирання матеріалу. 4. Запис промови. 5. Розмітка тексту *знаками партитури.* 6. Тренування оратора.

**Етика оратора** – один із видів професійної етики; сукупність моральних норм і правил, які визначають ставлення оратора до своїх обов’язків, до слухачів, до підготовки виступу, до поведінки на трибуні тощо. Етика оратора включає в себе відповідальність за мовленнєвий вчинок, яку розробив відомий філолог М.М.Бахтін.

Етична риторика базується на основоположних, ключових загальнолюдських цінностях – моральних вимогах і заборонах, які конкретизуються відносно особливостей ораторської діяльності. «Золоте правило» оратора – «не нашкодь іншому словом».

**Етос оратора** – у класичних риторичних працях – це засіб хвилювати душі слухачів. Етос викликає співчуття, жаль, служить для зображення характерів, звичаїв, усякого життєвого стану.

«Етос – м’який, приємний – повинен викликати співчуття слухачів», – писав великий Цицерон, який був видатним майстром створення етичного впливу на аудиторію.

Категорія етосу в риториці тісно пов’язана з категорією пафосу. Див.: «Пафос оратора».

**Єреміада (ієреміада) –** тужлива, плачлива промова.

**Жанри** ораторські – диференціація ораторських творів як підвидів тієї чи іншої галузі красномовства. Див. *Академічне красномовство, Політичне красномовство, Судове (юридичне) красномовство, Суспільно-побутове красномовство, Церковне красномовство.*

**Жест –** система *міміки,* рухів рук та тіла, яка відіграє допоміжну, але важливу роль в ораторському виступі. Неповторна система жестикуляції в культурі того чи іншого народу складається історично, що оратор мусить враховувати. Культура Ж. оратора спирається й на вивчення акторської техніки. Ж. поділяються на механічні (автоматичні), ілюстративні та емоційні; ораторові рекомендується користуватися лише третім видом Ж., оскільки лише вони по-справжньому підсилюють виразність промови, прикрашають її, допомагають виділити основні думки.

**Затримка, ретардація** – мовленнєвий зворот, композиційно-стилістичний прийом, який полягає у свідомому, завчасно підготовленому затягуванні викладу, у відверненні уваги від предмета мовлення з метою посилення уваги слухачів до нього.

**Здібності** риторичні – сукупність природжених якостей *{голос,* постава, шарм, "магнетизм", філологічна обдарованість та ін.), що є фундаментом ораторської діяльності та спричинюють успіх промови.

**Зевгма** – синтаксична *фігура,* підпорядкування слів, словосполучень одному узагальнюючому слову.

**Зовнішня культура оратора –** система засобів по створенню іміджу промовця, що базується на контролі над наступними чинниками: зовнішній вигляд (зачіска, одяг тощо), постава, погляд, жест, голос.

**Ідея** – 1. Категорія візантійської риторики, що базується на християнському неоплатонізмі; виражається в таких якостях *стилю,* як чіткість, чистота, висота, величавість тощо. 2. Категорія літературознавства: ставлення автора до своєї теми. 3. Загальнофілософська категорія, що означає поєднання в акті пізнання об’єктивних даних щодо дійсності та суб’єктивного поривання до її перетворення; в цьому аспекті І. широко впливає на ораторську діяльність.

**Ідіома** – стійкий неподільний зворот мови, що виражає єдине почуття, зміст якого не визначається змістом його складових компонентів: байдики бити – гуляти, не працювати; впадати в око – бути поміченим тощо. Ідіоми властиві лише одній мові, і здебільшого іншими мовами не перекладаються.

**Ілюстрація** – композиційно-стилістичний прийом лекторському мовленні, який полягає у використанні різноманітних прикладів для пояснення сказаного; ілюстрація може бути словесною й предметною.

**Імпліцитний –** прихований, підтекстовий (те, що виражено "між рядків", в підтексті). Вмілий оратор використовує поруч зі словами і виразами *експліцитного* характеру також І. моделі.

**Імпровізація (експромт)** – промова, що виголошується без попередньої підготовки. І. ґрунтується на природному дарі слова й, почасти, *ерудиції та* культурі промовця. Здатність до І. свідчить щодо обдарованості та найвищого рівня розвитку ораторських здібностей. Ораторам-початківцям не варто зловживати І.

**Інверсія** – стилістична *фігура:* незвичний, нехарактерний порядок розташування слів.

**Індукція** – спосіб мислення від конкретного до загального. І. завжди протиставляється *дедукції.*

**Інтенсивність мовлення** – сила вимовляння звуків, слів, мовних тактів, яка залежить від умов виступу, від приміщення (кімната, зала, майдан тощо) і пов’язана з особливостями мовленнєвого дихання. Професійний оратор варіює інтенсивність мовлення залежно від ситуації спілкування, тренуючи мовленнєвий апарат для розширення ораторського діапазону.

**Інтеракції форми (види) –** визначені за кількістю учасників комунікативного акту мовленнєві структури – *монолог, діалог* та *полілог.*

**Інтеракція –** те ж саме, що комунікація або спілкування.

**Інтерналізація –** створення внутрішнього образу майбутнього успіху та детальне "програвання" різноманітних шляхів до нього в методиці *нейро-лінгвістичного програмування (НЛП).*

**Інтонація** – ритмо-мелодійний малюнок мовлення, що базується в основному на підвищенні або пониженні тону. І. є покажчиком оцінки речей, про які говорить оратор і допомагає донести цю оцінку до аудиторії.

**Інформативність мовлення** – насиченість змісту виступу оратора новими фактами, актуальними проблемами, глибокими й об’єктивними оцінками явищ, які розглядаються в зв’язку із суттєвими, соціально значущими завданнями.

**Іронія** – стилістична *фігура,* за допомогою якої оратор дає зрозуміти аудиторії своє критичне ставлення до об’єкту промови, хоча прямо його не висловлює.

**Казуальний момент** промови – орієнтація оратора на той чи інший склад аудитори (молодь, солдати, діти тощо). Визначений (не без впливу античного досвіду) *Григорієм Двоєсловом.* Слід відрізняти К.м. від казуїстики – софістичної підтасовки доказів.

**Каламбур** – стилістична *фігура,* заснована на грі омонімією слова.

**Калібрування контакту –** свідоме повторювання жестів, поз, міміки, модуляцій голосу співбесідника з метою встановлення невербального контакту в методиці *нейро-лінгвістичного програмування (НЛП).*

**Канали мовленнєвого впливу** – основні шляхи, за якими до слухачів надходить інформація через мовлення. Розрізняють два основних канали мовленнєвого впливу: лінгвістичний і паралінгвістичний. Див.: «Паралінгвістичний канал мовленнєвого впливу».

**Канцеляризми** – слова й звороти, які прийшли із канцелярсько-ділового стилю й перенесені у мовлення інших стилістичних характеристик. Канцеляризми усного мовлення позбавлені яскравості, індивідуальності, образності, вони надають йому сухості й шаблонності: в осінній період замість восени; а також можуть створювати ефект сатиричної стилізації чи пародії. Наприклад: Незнайомий чоловік підійшов до дівчинки, яка гірко плакала, й, нахилившись до неї, несподівано сказав: «Ти з якого приводу плачеш?»

**Канцеляризми –** штампи ділової мови, яких ораторові варто уникати. Можуть бути засобом пародіювання чиновницького *жаргону.*

**Клаузула** – заключна частина промови або розділу, фрагменту промови, важлива для оратора у композиційному й смисловому відношенні і спеціально відпрацьована ним: лексично, стилістично, фонетично тощо.

**Клімакс –** див.: *Градація.*

**Кліше** – шаблонні, затерті вирази, яких ораторові слід уникати.

**Книжна лексика** – неспеціальні (невузькопрофесійні) слова, характерні для мови наукових досліджень, політичних документів, інших видів праць, які мають переважно писемну форму: превалювати, взаємодія, аполітичний, причинність тощо.

**Когезія –** один із *способів інтеграції тексту,* коли всі його частини постійно взаємодіють завдяки тому, що оратор чи то повертається до вже сказаного, чи то натякає на те, що буде сказано.

**Когнітивний діалог –** див. *Діалог.*

**Кóлон –** самостійне за значенням речення (сукупність речень), що підлягає інтонаційному виділенню. К. є частиною *періоду.*

**Коментар** – композиційно-стилістичний прийом ораторського мовлення, який полягає у роз’ясненні, витлумаченні, інтерпретації подій і фактів.

**Комунікація** – спілкування, передача інформації, думок, почуттів, волевиявлень людини.

**Конкретність мовлення** – якість публічного виступу, яка відбиває здатність оратора розглядати точні, визначені факти й явища, давати їм ясні наукові й політичні оцінки, звертатися до слухачів із конкретними, реальними, діловими рекомендаціями.

**Контактна зона –** неусвідомлена дистанція, яка стихійно встановлюється в процесі спілкування між людьми. Це – типовий пара- мовленнєвий фактор, який, проте, суттєво впливає на мовленнєву комунікацію та її результати. Вона визначається насамперед об’єктивним факторами – наприклад, щільністю населення у даній країні, соціальною приналежністю особи (нею, наприклад, визначено розмір квартири, у якій вона

**Красномовство** – 1. Ораторське мистецтво: судове красномовство, дипломатичне красномовство, діалогічне красномовство тощо. 2. Дар слова, мовленнєве мистецтво, ораторський талант: Красномовство оповідача захопило молодих слухачів.

**Культура мови оратора –** відповідність мови оратора до норм слововживання, *орфоепії* і т.п.; вміння будувати свій індивідуальний *стиль* з урахуванням найвищих духовно-літературних досягнень свого суспільства. К.м. є обов’язковим моментом для оратора.

**Культура мовлення** – 1. Збереження мовних норм вимови, наголошування, слововживання й побудови висловлювань; нормативність, літературність усної й писемної мови, що виявляється у грамотності, точності, ясності, чистоті, логічній стрункості. 2. Розділ мовознавства, який вивчає функціонування мови в суспільстві з точки зору її нормативності, регламентує правила користування літературною мовою.

**Лабільність** – вміння комуніканта швидко переключатися: з однієї проблеми на іншу, з одного предмета розмови на інший, з одного виду уваги на інший тощо.

**Лаконізм –** стислість, сконденсованість виразу, відсутність пишномовних прикрас.

**Лаконічність мовлення** – якість публічного мовлення, яка відбиває здатність оратора, залишаючись максимально зрозумілим і ясним, говорити стисло, чітко, йдучи за правилом: «Щоб словам було тісно, думкам – просторо». (М.О.Некрасов)

**Лексикон лектора (оратора)** – словниковий запас оратора, у якому відбивається ступінь володіння лексичними багатствами літературної мови. Багатство й різноманітність лексикону лектора – одна з передумов культури й майстерності мовлення.

**Ліберально-демократичний стиль спілкування –** демонстративне зрівнювання себе з партнером, підкреслена толерантність до вразливих моментів його позиції, готовність до компромісів та співробітництва, ввічливе ставлення до співбесідника, висока оцінка його якостей, підкреслювання його сильних сторін та відмова від грубого маніпулювання.

**Лінгвістичний канал мовленнєвого впливу** – власне мовні засоби (слова, речення, тексти, періоди, мовленнєві такти), за допомогою яких передається основний зміст лекції.

**Логографи –** знавці юриспруденції в Давній Греції, які писали промови для звинувачених судом. Л. базували свій текст на *софістиці,* дбаючи не стільки про істину, скільки про вигідний для клієнта виклад справи.

**Логос** – термін давньогрецької філософії, який означає одночасно «слово» (або «речення», «висловлювання», «мовлення») і «смисл» (або «поняття», «судження»). Цей термін уперше ввів Геракліт (біля 544 – 483 pp.), який називав логосом вічну й всезагальну необхідність, стійку закономірність.

**Маніпулятивна модель спілкування –** ставлення до співрозмовника як жертви, яку слід використати; відсутність етичних нормативів у спілкуванні (див. також *фасцинація).*

**Метамова –** приховування дійсного й головного змісту висловлювання під звичайними мовними формами. М. широко застосовують у рекламі, змальовуючи товар у найпривабливіших фарбах.

**Метафора** – *троп,* що будується на перенесенні значення (ознаки) слова за принципом подібності на інше. М. за своєю суттю можна назвати скороченим *порівнянням,* тільки тут не названо предмет порівняння.

**Метонімія** – *троп,* побудований на переносі назви з одного предмета на інший за суміжністю значень.

**Міміка** – рухи м’язів обличчя, в яких виражаються емоції та почуття людини. Оратор мусить вміти контролювати *міміку* та мобілізувати мімічні засоби для виразу своїх емоцій та впливу на аудиторію.

**Міркування (хрія) –** система логічних умовиводів, що в класичній риториці розміщується за *оповіддю.*

**Мовна майстерність оратора** – знання про мову, уміння й навички володіння усним словом, які охоплюють такі грані публічного виступу, як техніка мовлення, культура мовлення, стиль мовлення, виразово-зображальні властивості мовлення тощо.

**Мовне чуття** – важлива якість мовної культури оратора; вироблена мовленнєвою практикою, цілеспрямованою роботою над мовою здатність орієнтуватися у мовних явищах, начебто інтуїтивно обираючи найбільш правильні у орфоепічному та граматико-стилістичному відношенні вирази й відкидаючи неправильні.

**Мовний етикет** – національно специфічні правила мовної поведінки, які реалізуються в системі стійких формул і виразів, що рекомендуються для використання в різних ситуаціях ввічливого контакту із співрозмовником, зокрема під час привітання, знайомства, звернення, висловлення подяки, прощання, під час публічного виступу тощо. Кожна ситуація обслуговується в українській мові групою висловлювань, які часто утворюють синонімічні ряди: добрий день, здоровенькі були, привіт, щиро вітаю вас тощо. Мовний етикет – частина етики оратора, один із видів професійної етики, що становить собою сукупність моральних норм і правил, які визначають ставлення оратора до своїх обов’язків, до слухачів, до підготовки виступу, до поведінки на трибуні тощо.

**Наочність** – один із принципів дидактики (теорії навчання), який передбачає використання таких фактів, прикладів, аргументів, які є доступними безпосередньому спостереженню, сприйняттю органами чуття. У лекційній діяльності розрізняється наочність предметна й словесна. Окрему групу становлять технічні засоби навчання (ТЗН).

**Неологізми** – слова (словосполучення), що створюються самим автором. В силу своєї гіперекспресивності вони використовуються найчастіше поетами; оратору рекомендується уникати Н. як незрозумілих для слухачів.

**Неориторика (Rethorica nova) –** концепція риторики, що виникла в другій половині XX ст. на ґрунті нових наукових дисциплін (теорія комунікації, психолінгвістика тощо) і має на меті, в першу чергу, комунікативний акт, спілкування оратора з аудиторією, рольову ситуацію, методи переконання.

**Непряма тактики мовленнєвого впливу –** див.: *Пряма та непряма тактики мовленнєвого впливу.*

**Об’єктивність** промовця – неупередженість оратора, справедливість його оцінок. О.п. визначає, як правило, заздалегідь успіх оратора, особливо в таких сферах, як політична, судова та академічна.

**Образ оратора** – це категорія класичної риторики Давньої Греції та Давнього Риму, яка розумілася як створення добродійного образу оратора, який почуттями, волею, розумом викликає довір’я аудиторії.

Образ оратора – категорія історична, змінна. У певних суспільно-політичних умовах негативні тенденції можуть призвести до спотворення образу оратора, девальвації слова тощо. Але орієнтиром для усіх часів і народів залишаються піки, вершинні загальнолюдські класичні погляди на оратора-громадянина, патріота, захисника народних інтересів: «Оратор повинен стояти, як озброєний воїн у строю, вирішувати справи великої важливості і завжди прагнути до перемоги». (Квінтіліан)

**Обрив –** стилістична *фігура,* що передає перервану мову: йдеться про щось одне, а потім переводиться на інше.

**Оказіоналізми** – слова й мовленнєві звороти, які вживаються лише у межах певного контексту і відбивають індивідуальний смак мовця, його індивідуальну словотворчість: Повним ходом іде маршалізація країн, що потрапили в Маршалівку. (О. Вишня)

**Оксюморон –** *троп* (один з видів *епітета),* який дозволяє поєднати у вислові несумісні речі.

**Омоніми** – слова, які однаково звучать, але різні за значенням. Звуковий збіг слів, які семантично не пов’язані між собою: балка (улоговина), балка (дерев’яний або залізний брус). Вживаються з певною стилістичною метою (створення гумористичного колориту у каламбурах тощо).

**Оновлення знань** – одна з найважливіших характеристик ерудиції оратора, тобто глибини і широти його знань, здатність оратора постійно збагачувати свої знання, активно й гнучко співвідносити їх із багатоманітною змінною практикою.

**Опонент** – уявний чи реальний співбесідник оратора, який уособлює антагоністичну позицію. Ораторові важливо дотримуватися норм коректності у ставленні до О.

**Оратор** – особа, яка виголошує промову.

**Ораторське мистецтво лектора** – володіння живим, усним словом як засобом багатоманітного й різноспрямованого впливу на слухачів. Ораторське мистецтво лектора базується на культурі мислення, глибокому знанні матеріалу лекції, засвоєнні досвіду ораторів минулого й сучасного, досконалому володінні літературною мовою, немовними аспектами лекторського мистецтва, культурою спілкування.

**Осанка –** положення тіла оратора, що виробляється в результаті роботи над своїми фізичними даними. Негарна О. помітно псує враження від промови.

**Особистість оратора (лектора)** – сукупність індивідуальних якостей оратора (розуму, ерудиції, дару слова, методичної майстерності, культури спілкування, етичних принципів тощо), які значною мірою визначають реакцію аудиторії та впливовість виступу в цілому.

Особистісний вплив оратора – могутня зброя у переконуючій комунікації на сучасному етапі, коли суспільство живе в умовах девальвації слова, багатьох ідеалів та цінностей минулого.

**Пам’ять –** психофізичний процес закріплення, збереження та відтворення інформації. Для оратора важливо тренувати П.; допускається використання *конспектів* з метою підтримки П.

**Панегірик –** жанр пишномовної похвали в старовинній риториці.

**Парадокс** – стилістична *фігура:* неочікувана думка, висновок, що різко розходяться з загальноприйнятою думкою чи з логікою попереднього тексту.

**Паралепсис** – стилістична *фігура,* яка утворюється, коли оратор повідомляє саме про те, що начебто намагався приховати. П. використовується для комічного ефекту.

**Паралінгвістика –** наукова дисципліна, що вивчає сукупність допоміжних засобів, що супроводжують мовлення та підсилюють його ефективність (тембр та теситура голосу, жести та міміка, місце спілкування тощо).

**Паралінгвістичний канал мовленнєвого впливу –** позасловесні способи впливу на співрозмовника (жести, міміка, голос тощо).

**Парцеляція** – така побудова висловлювання, коли спеціально відокремлюються граматично й за змістом зв’язані слова з метою підкреслити їхню значимість: Я вам руку перев’яжу. Сорочкою. (М. Стельмах) Ми вислухаємо всіх. Терпляче і уважно. (П. Загребельний)

**Пауза** – зупинка в мовленні. Пауза є одним із елементів інтонації, буває зумовлена фізіологічними, граматичними, психологічними чи логічними факторами. Паузи використовуються" як засіб змістового й емоційного виділення слів чи синтагм.

**Пафос** – ставлення оратора до своєї *ідеї –* наприклад, захоплення й піднесення, що передається слухачам (патетична промова).

**Перифраз** – *троп,* описовий зворот мовлення, що вживається для того, аби надати реченню більшої виразності, уникнути повторення.

**Перікопи –** визначені для літургічного читання місця Біблії, які коментує священик в *проповіді.*

**Період –** складна синтаксична конструкція, що об’єднує в одне ціле значну кількість речень (або кілька *колонів).*

**Період ораторський –** складна синтаксична конструкція з багатьох речень, за допомогою якої здійснюється розгорнена аргументація думки чи положення; формально співпадає з *періодом.*

**Персоніфікація** – *троп,* що базується на наданні абстрактному явищу рис живої особи.

**Підтекст** – прихований зміст тексту, те, що розуміють "між словами". П. виражається *інтонацією, мімікою, жестами* тощо (пор. *дискурс).*

**Пірке –** *проповідь,* що являла собою коментар до Святого Письма під час юдейського богослужіння в синагогах. П. виникла з великого досвіду коментування Біблії на ґрунті Мішни (системи приписів до Закону Мойсея, яка згодом ляже в основу Талмуду). На традиціях П. будувалися *проповіді Христа* та апостолів, котрі в свою чергу стануть ґрунтом для пізнішої середньовічної *гомілетики.*

**План –** структурна модель майбутнього ораторського тексту, його ідейний "скелет". П. конденсує основні моменти *структури ораторського твору.* Основні його види: простий, складний та цитатний.

**Плеоназм** – 1. Стилістично значуще повторення близьких за значенням слів та зворотів: Землю турецькую, віру бусурменськую кляли-проклинали... (Народна творчість). 2. Багатослів’я, словесна надмірність, непотрібний повтор сказаного – це небажана ораторська вада.

**Побутова лексика** – слова, які означають реалії (предмети, явища, події) повсякденного побуту: прання, дивитися телевізор, їжа, капці тощо.

**Повтор (реприза) –** дублювання оратором частин слова (слів, фраз), які нагадують про основну проблему і служать засобом ідейно-формальної ритмізації виступу.

**Повчальне слово** *(дидактика) –* характерний різновид релігійної літератури; напр. – книги Писань у старому Завіті. П.с. органічно адаптується педагогікою, почасти – художньою літературою.

**Полеміка** – гостре зіткнення позицій у спілкуванні, що виливається в мовну суперечку. У культурному середовищі існують певні норми ведення П., що оберігають від грубості та образи людської гідності.

**Полілог** – бесіда трьох чи більше учасників; у такому спілкуванні менше простору для монологічного мовлення, ніж у діалозі двох. У П. домінують короткі, лаконічні або й уривчасті репліки, еліптичні конструкції, при яких загальновідомі слова пропускаються тощо.

**Полісендитон***–* синтаксична *фігура,* багатосполучниковість.

**Політичне красномовство –** виступ оратора, що виражає інтереси тої чи іншої партії (політичної сили) або роз’яснює якусь суспільно-політичну ситуацію. Основні *жанри* П. к.: політичні промови (парламентська, мітингова та воєнна), доповідь, виступ, інформація, огляд, бесіда.

**Порівняння –** *троп,* що будується на порівнянні одного предмета з іншим за спільною ознакою.

**Проповідь –** основний *жанр* церковної риторики *(гомілетики),* що сформувався на юдейсько-античних традиціях тлумачення сакральних текстів. У візантійському вжитку встановлюється три типи П. (за правилами Василя Великого): 1. П. як *екзегетика,* тобто витлумачення прихованого, містичного змісту Біблії, розрахованого на інтелектуалів. 2. *Настановна* П., призначена для простого люду. 3. *Богословська* П., що трактує питання віри й оберігає від єресей. В сучасній церковній П. виділяють: П.-розповідь, П.-слово, П.-повчання, П.-бесіда, тлумачення Святого Письма.

**Протогімнасма –** типи елементарної організації частин тексту промови у пізньоантичній та візантійській риториці (хрія, ствердження, похвала, ганьба тощо).

**Професіоналізм ораторський** – фахова підготовка оратора, його науково-методична озброєність, його ораторська школа, які є результатом постійної, тривалої попередньої роботи, що дозволяє йому витрачати мінімум часу на підготовку й виступати експромтом.

Феофан Прокопович, який читав курс риторики у Києво-Могилянській академії, до складових професіоналізму оратора відносив уміння вдало розпочати виклад, бути поважним у повчанні, дотепним у розважанні, сильним і багатослівним у зворушенні, підбирати стиль не на свій розсуд, а згідно з вимогами справи й часу. Психологічна пауза – 1. Значуща пауза, роль якої полягає в емоційній інтерпретації тексту, в розкритті підтексту, психологічного руху думки. 2. Один із способів підтримки уваги слухачів, який полягає у тому, що оратор вводить у мовлення матеріал (жарт, етимологічну довідку, анекдот і т. д.), який дозволяє слухачам на короткий час відволіктися від основної теми, «відпочити», щоб незабаром знову зосередитися на основному.

**Професіоналізми** – слова й мовленнєві звороти, характерні для мови людей певних професій. Багато з таких слів чи висловів уживаються тільки у відповідному професійному колі людей і не відповідають нормам літературної мови. Наприклад, у мові моряків вживаються слова кок (кухар), камбуз (кухня), компас тощо. Професіоналізми використовуються з метою створення професійного колориту, відтворення життя і побуту певного професійного середовища.

**Професор** – учитель риторики в пізньоримській державі.

**Пряма та непряма тактики мовленнєвого впливу –** два протилежних підходи до співбесідника: в першому випадку комунікант не вносить до своїх твердження прихованого смислу – мається на увазі лише те*,* що сказано, і нічого більше; в другому – співрозмовник удається до певних прийомів, за допомогою яких він висловлює те, що не може сказати прямо (останнє не обов’язково є *брехня).*

**Психологічна реакція аудиторії –** момент, надзвичайно важливий для оратора, оскільки свідчить про успіх чи неуспіх промови. П.р.а. може бути позитивною чи негативною, тому досвідчений оратор, окрім використання системи логічних доказів, завжди апелює і до емоцій слухачів.

**Ремінісценція** – стилістична *фігура:* відбиток відомої теми чи події в ораторській промові. Культурні Р. завжди збагачують імідж оратора.

**Репліка** – коротка фраза, викликана необхідністю термінового заперечення, уточнення, підтримки тощо; найуживаніша в *судовому красномовстві.*

**Реприза –** Див. *Повтор.*

**Ретроспекція –** один із *способів інтеграції тексту:* відсилання слухачів до попередньої *інформації.* Тут оратор може посилатися не тільки на власні попередні виступи, але й на чужі праці та думки або загальновідому інформацію.

**Рефреймінг –** вміння побачити проблему в розвитку, одночасно в кількох аспектах і різному контексті, зокрема – "очима співбесідника".

**Римське виховання –** педагогічна система Стародавнього Риму, яка в часи Республіки та Імперії обов’язково включала школи риторів (поруч з елементарними та граматичними). Риторські школи поступово стали осередком для підготовки державних чиновників. Багато що з їхнього досвіду запозичили середньовічні християнські школи.

**Ритм мовлення** – чергування наголошених і ненаголошених, довгих і коротких складів та інших мовних одиниць, а також чергування пауз і звучання у публічному мовленні.

**Ритор***–* те ж саме, що й *оратор,* промовець. В античному суспільстві також – викладач риторики; так само і в українських братських школах.

**Риторика** – 1. Теорія ораторського мистецтва; книжка, що містить таку теорію. 2. У переносному значенні – беззмістовність мовлення, яка приховується її зовнішньою красою, гладеньким, але нещирим стилем мовлення й спілкування.

**Риторичне запитання** – запитання, яке не переслідує мети отримати відповідь слухачів, спрямоване на ствердження якоїсь ідеї або таке, яке використовується як засіб підсилення уваги аудиторії: Бути чи не бути? (В. Шекспір)

**Риторичне** звертання – стилістична *фігура,* що виражає емоційне ставлення оратора до *об’єкта* його промови. Оратори звертаються часто не тільки до людей, але й до неживих предметів або абстрактних понять. До Р.з. можна віднести й *етикетні формули.*

**Риторичне питання –** стилістична *фігура:* питання, відповідь на яке вже закладено в самому питанні, або ж відповідь не потрібна.

**Риторичний вигук** – особливо емоційне ствердження або заперечення, констатація якогось факту або думки, що супроводжується окличною інтонацією: «О часи, о звичаї!» (Цицерон)

**Риторичний вигук –** стилістична *фігура,* що являє собою гасло в чистому вигляді.

**Риторські школи** – школи, що готували ораторів (переважно політиків) в Стародавній Греції (з V ст. до н.е.), а потім у Римі. Освіта будувалася як продовження граматичної школи: поруч з літературою, філософією, математикою тощо тут широко вивчалася – на основі практичних занять – риторика. Ця традиція перейде в середньовічну освіту і протримається до середини XVIII – початку XIX ст.

**Сарказм** – їдке, викривальне, Іноді гірке глузування з метою характеристики людини чи явища: Друзі мої! Ви не повинні жалітися – це бунт! Ви не повинні разом виробляти заходи для того, щоб покласти край своїм стражданням,— це змова! Ви не повинні витягувати до світла гидоту ваших панів – це наклеп! (Е. Джоне)

**Сатира** – змалювання явищ в гостро критичному вигляді. С. відрізняється від *гумору* саме цією гостротою. її не слід ототожнювати з *іронією,* прийомом більш тонким *(імпліцитним).*

**Семантика –** те ж, що й значення (слова).

**Силогізм** – логічна модель, в якій два судження призводять до висновку як третього судження.

**Символ** – *троп,* покликаний змалювати невичерпну складність явища, багатозначна *метафора.* Головною відмінністю С. від *алегорії* є те, що в принципі кожен може розшифрувати С по-своєму, він – багатозначний.

**Симплока** – синтаксична *фігура,* збігання в паралельних структурах початку, кінця або середини.

**Синекдоха** – *троп* (різновид *метонімії),* побудований на перенесенні значення з одного слова на інше на основі кількісних відношень: частина замість цілого, ціле замість частини, однина замість множини, множина замість однини.

**Синоніми** – близькі, але не тотожні за значенням слова: виразний, чіткий, розбірливий. У синонімічному ряді виділяється основне слово, домінанта, воно є носієм основного змісту і здебільшого належить до нейтральної лексики. Синоніми служать для збагачення мови.

**Синтаксична норма** – мовна норма у сфері синтаксису, тобто граматичних правил побудови висловлювання: студенти, які направлені на сільгоспроботи; направлені на сільгоспроботи студенти; але не: направлені студенти на сільгоспроботи.

**Синтаксичний паралелізм –** синтаксична фігура, повторення однакової структури речень (1234/1234).

**Синтез** – розумова операція по з’єднанню розпорошених моментів в одне ціле, що дозволяє узагальнювати та систематизувати ораторові окремі явища.

**Системний аналіз явищ** – один із елементів культури мислення оратора, вміння бачити й пояснювати деталі, частковості, особливості, окремі властивості речей і явищ лише у світлі цілого.

**Сікофантство –** шантаж з боку античних риторів, що збирали на тих чи інших осіб компрометуючі матеріали.

**Слова-паразити** – слова й звороти (ну, так би мовити, так і под.), які часто повторюються деякими мовцями, але які не несуть ніякої інформації про предмет мовлення, а тому й засмічують мову й мовлення. Вони є ознакою невисокої мовленнєвої культури лектора. Пригадайте відомі рядки М.Т.Рильського: Плекайте мову! Пильно й ненастанно політь бур’ян. Чистіша від сльози вона хай буде...

**Словесна наочність** – живі образи й картини, які створюються оратором за допомогою мовних засобів на відміну від образів, які сприймаються зором та за допомогою інших рецепторів, тобто на відміну від предметної наочності. Словесна наочність досягається шляхом умілого використання тропів, фігур, прислів’їв, приказок, афоризмів, інших зображальних засобів мови.

...Возвеличу

малих отих рабів німих!

Я на сторожі коло їх

поставлю слово.

(Т. Г. Шевченко)

**Слово –** *жанр* давньоукраїнської риторики; С мовилося громадськими діячами до народу в якихось важливих ситуаціях. З часом С. стали називати й літературний твір (наприклад, "Слово про Ігорів похід"), а також церковну *проповідь* ("Слово про Закон та Благодать").

**Солецизм** – порушення у мовленні синтаксичних правил мови або правил зміни слів: скільки часу замість котра година і под.

**Софістика** – філософська течія у Греції (V ст. до н.е.), що спекулювала на плинності, нетривкості явищ та непевності людської думки, підносячи релятивність як критерій мислення взагалі. Основною моделлю тут виступає софізм – *силогізм,* який виглядає правдоподібно, але є навмисно неправильним. С стане певною мірою підвалиною майбутньої середньовічної схоластики, яка, своєю чергою, буде річищем формування європейської діалектичної філософії Нового часу.

**Соціальна роль** – позиція і поведінка людини в певній ситуації, яка регулюється нормами співжиття в даному суспільстві й не залежить від особистого світогляду чи уподобань. С. р. являє собою нормативну поведінку, якої немов би "очікує" оточення (від священника не чекають участі в воєнних діях, а від військового – набожності, і т.д.).

**Статус** – ситуація, в якій знаходиться оратор (категорія візантійської риторики).

**Стилі поведінки при розв’язанні конфліктів –** певні типи реакцій на конфлікт, зумовлені рівнем культури індивіда: стиль конкуренції властивий активним, авторитарн і егоїстичним особам, які прагнуть нав’язати свій варіант виходу з ситуації як найкращий; стиль ухилення, притаманний людям, які хочуть перекладання відповідальності на інших; стиль пристосування, підкорення волі співбесідника; компроміс – часткове задоволення власних інтересів: ви поступаєтеся іншим, а вони – вам, що часто має тимчасовий характер; стиль співпраці. – активний захист власних інтересів, але й співпраця з опонентом.

**Стиль** – спосіб існування чогось, який відзначається сукупністю своєрідних прийомів; сукупність відмінних рис (манер, звичок, особливостей мовлення тощо), які дозволяють протиставити поведінку й діяльність однієї людини поведінці й діяльності іншої.

**Стиль риторичний –** традиційне визначення особливостей ораторської манери як "прикрашеної", урочистої; сьогоднішня риторика відкидає зведення С.р. до самих лише "прикрас".

**Стиль спілкування –** поведінково-мовна установка на спілкування з співрозмовником (співрозмовниками). У залежності від індивідуально- культурних засновків, можна виділити такі стилі спілкування: *демократично-ліберальний, авторитарний та суперечливий.*

**Структура ораторського твору –** модель побудови виступу з певних складових частин, найпростішими з яких є вступ, виклад, висновки. С.о.т., що виникла в античні часи, постійно ускладнювалася (наприклад: виклад-зацікавлення; основна частина – *опис, оповідь, міркування; висновки-заклик* і т.п.).

**Суб’єктивність оратора** – цілком закономірне і навіть бажане явище за умові, що власні цінності не нав’язуються силоміць, а сама С. не переростає в суб’єктивізм.

**Судове (юридичне) красномовство –** ораторські виступи юристів, підсудного та цивільних осіб в процесі розгляду судової справи з позицій законодавства. Основні *жанри* С. к.: прокурорська (обвинувачувальна) та адвокатська (захисна) промови.

**Суперечка –** драматична ситуація напруження в спілкуванні, породжена неспіпадінням поглядів або інтересів співбесідників, мовне змагання, яке може призвести до *конфлікту.* За ступенем глибини змісту С. буває декількох видів: суперечка заради істини; суперечка заради перемоги над співбесідником: суперечка заради слухачів: суперечка заради власне суперечки.

**Суперечливий стиль спілкування –** а) відсутність принципів у спілкуванні, пов’язана зазвичай з невмінням контролювати свій психологічний стан, що виливається у безладну зміну та змішування елементів різних стилів спілкування *{демократично-ліберального* та *авторитарного);* б) тонка тактика використання різних стилів спілкування з метою знаходження консенсусу.

**Суспільно-побутове красномовство –** дотепне або урочисте слово з приводу якоїсь важливої події у приватному житті чи певної гострої, цікавої ситуації. Основні *жанри* С.-п. к.: ювілейні промови, привітальне слово, застольне слово (тости), надгробне (поминальне) слово.

**Схоластика** (від грец. – школа, навчання) – середньовічна система мислення та освіти, що продовжила на ґрунті християнської догматики певні традиції античної софістики. Риторика тут відігравала, зазвичай дуже вважливу роль. Сьогодні слово С. вживається найчастіше для позначення далекого від життя розуміння.

**Тавтологія** – функціонально не виправданий повтор близьких за значенням слів, зворотів, що призводить до багатослів’я, надмірності, дратує слухачів «затягуванням часу», мовною «жувачкою»: моя автобіографія; сто тридцять осіб школярів-ентузіастів; авторські слова – це слова автора, який хотів висловити авторську позицію.

**Такт оратора** – одна з етичних якостей оратора, яка виражається у шанобливому, уважному ставленні до слухачів, в урахуванні їхніх можливостей сприйняття матеріалу, їхнього досвіду, знань, інтересів, в умінні й бажанні давати ґрунтовні відповіді на запитання.

**Тези –** вид *конспекту;* стислий запис основних положень плану промови в дещо розгорнутому вигляді. Т. інколи можуть набувати характеру цитатного *плану.*

**Тема –** проблема, що покладено в основу ораторського виступу. Не слід плутати Т. з *об’єктом* промови: на відміну від останнього Т. завжди конкретна, стосується одного питання. Сукупність тем в рамках одного тексту утворює тематику, що відбиває в своїй сукупності багатогранний і складний об’єкт уваги. Проте в тематиці завжди домінує основна Т., якій підпорядковано *підтеми* та *мікротеми.* Тема може бути розкритою чи нерозкритою (останнє означає провал оратора).

**Тембр голосу** – звукове забарвлення, характерне як для типу голосу (бас, баритон, тенор, сопрано, альт і т. д.), так і для голосу окремого мовця. Темброве забарвлення створює ті чи інші емоційно-експресивні відтінки мовленнєвого потоку: «веселий», «сумний», «рішучий», «урочистий» тощо.

**Темп мовлення** – швидкість вимовляння складів, слів, речень у процесі публічного мовлення. Оратори повинні варіювати темп мовлення залежно від теми, мети виступу, ситуації спілкування.

**Темп мовлення** – швидкість, з якою проголошується промова; вимірюється кількістю звуків (або складів), що вимовляються за секунду. Занадто швидкий Т., так само, як і занадто повільний, ускладнює сприйняття промови.

**Термінологічна лексика** – слова й звороти, які означають поняття і явища тієї чи іншої сфери наукового та практичного знання: ономастика, титло, текстологія, морфема (лінгвістика).

**Типи промов за знаковим оформленням та закріпленням –** 1.Промови, що виголошують за *конспектом. 2.* Промови, що готують заздалегідь, але не вчать напам’ять. 3. Промови, що пишуть заздалегідь і вчать напам’ять. 4. Імпровізовані промови (експромти).

**Толерантність** – повага до чужих позицій та концепцій. Наявність Т. у оратора – свідчення його духовної зрілості та сили.

**Топіки** (за Є. Клюєвим) – стандартні типи мовленнєвих ситуацій, з якими ми часто зустрічаємося у житті (візит до лікаря, розмова з викладачем, відвідування дискотеки тощо). Т. часто зустрічаються у *ератичному діалозі.*

**Точність мовлення** – ясність, влучність, логічна переконливість, лаконізм публічного виступу.

**Тропи** – слова, звороти, які вживаються у переносному значенні: порівняння, метафори, епітети, гіперболи тощо.

**Увага –** мимовільна чи довільна зосередженість індивіда на об’єкті своєї діяльності або цікавості. Нашу у. привертає зазвичай усе світле, яскраве, велике, нове, сильні звуки тощо. Це не самостійний психічний процес, а його необхідна умова. Завдячуючи у., інтелектуальна активність індивіда є вибірковою: серед великої кількості об’єктів виділяються лише декотрі. У. аудиторії – запорука успіху промовця, який ніколи не повинен втрачати з поля зору цей важливий момент.

**Увага** аудиторії – запорука успіху промовця, який ніколи не повинен втрачати з поля зору цей важливий момент.

**Українське красномовство** – розвиток національного красномовства українського народу тісно пов’язаний із розквітом народного золотослову (фольклору) Де створено етичний образ красномовця, модель ораторської поведінки, відшліфовано етичні норми риторичного спілкування тощо. Національна Риторика базувалася на кращих традиціях Давньої Греції, давнього Риму, на традиціяхслов’янського світу, зокрема Київської Русі, а наукове дослідження її теоретико-прикладних проблем припадають на Ренесанс української науки, освіти, культури у ХVІ-ХVІІІ ст., коли на базі Києво-Могилянської академії викладачі І.Галятовський, Ф.Прокопович, І.Гізель та інші творили національну риторичну школу, українське красномовство.

Роль художнього, риторичного слова була високою, важливою у боротьбі українського народу за своє духовне визволення й розквіт.

Розумове, літературно-естетичне життя в Україні гальмувалося русифікаторською політикою царської Росії, витісненням риторики із системи народної освіти в середині XIX ст., а особливо виродженням риторики в антириторику тоталітарної держави у XX ст., чому й виникла нагальна потреба у відродженні національного красномовства незалежної України.

**Умовивід –** те ж, що й *силогізм.*

**Уособлення –** *троп,* що дозволяє надавати неживим речам або нелюдському життю людських рис.

**Установка** ораторська – орієнтація промовця на доведення певних *тез,* формування певного ефекту сприйняття промови різнотипною аудиторією, використання того чи іншого кола прийомів.

**Утопія –** літературний жанр, в річищі якого часто відбувається становлення та пропаганда нових політичних ідей, природна сфера *політичного красномовства.*

**Фази творчої діяльності оратора** – у риториці з часів Аристотеля розрізняються три основні фази: докомунікативна, комунікативна, посткомунікативна.

Докомунікативна фаза – це підготовча фаза у творчій діяльності оратора, яка складається з таких основних елементів: визначення теми, виду й мети виступу; підбір матеріалів з урахуванням майбутньої аудиторії (тип, місце, час тощо); композиційно-логічне оформлення виступу, підбір доказів та аргументів, робота над мовою і стилем виступу, репетиція виступу.

Комунікативна фаза – це активна фаза творчої діяльності оратора в аудиторії, яка складається з таких основних елементів: поведінка оратора й управління аудиторією, самим собою; техніка виголошення промови; відповіді на запитання й мистецтво полеміки, ведення дискусії. В процесі спілкування з аудиторією оратор уточнює «образ» аудиторії, ситуативно переорієнтовується, міняє динамічні елементи композиції у зв’язку з новим «образом» аудиторії; встановлює первісний контакт зі слухачами, знаходить потрібний тон, стиль спілкування; визначає в аудиторії контрольні групи, мікро-групи для «зворотного зв’язку»; міняє тактику в процесі самоконтролю при виголошенні лекції; зміцнює творчі контакти на усіх етапах публічного мовлення.

Посткомунікативна фаза творчої діяльності оратора – це фаза після виступу оратора перед аудиторією, коли провадиться його аналіз, критичне осмислення (рефлексія), коли оратора хвилюють питання вдосконалення матеріалів виступу (план, схеми, діаграми, текст, необхідні технічні засоби тощо), розв’язання ситуативних проблем, прогнозування запитань на майбутнє; самопідготовка оратора для подальшої творчої роботи в аудиторії з урахуванням набутого ораторського досвіду.

**Фанатизм** – ірраціональна самовіддача оратора якійсь ідеї. Ф. несумісний з *толератнтністю,* оскільки формує різко негативне ставлення до всього чужого. Нетерпимий Ф. може знайти численних прибічників серед малорозвинених слухачів, але неприпустимий в культурній риториці.

**Фасцинація** – психічне "зомбіювання" співбесідника та підкорення його волі співбесідни-комманіпулятором.

**Фігури риторичні** – незвична побудова фрази або її частини задля експресивності виразу. Ф.р. поділяються на синтаксичні та стилістичні. До синтаксичних звичайно відносять: *асиндетон, зевгму, полісендитон, симплока, синтаксичний паралелізм, хіазм;* до стилістичних – алюзію, анадиплозис, анафору, аномінацію, антитезу, апосіопезу, градацію, діафору, еліпс, епістрофу, епіфору, інверсію, іронію, каламбур, обрив, парадокс, паралепсис, ремінісценцію, риторичний вигук, риторичне звертання, риторичне питання.

**Фоніка –** галузь *поетики,* яка вивчає прийоми створення художнього образа звуками. Знання законів Ф. важливе й для оратора, оскільки сприяє *евфонії* промови.

**Фразеологізми** – стійкі образні мовні звороти, які входять до складу лексики мови разом із словами: бити байдики; повертається на круги своя; не все те золото, що блищить; громада – великий чоловік.

**Характеристика** – композиційно-стилістичний прийом в ораторському мовленні, який полягає у розкритті відмінних властивостей, позитивних та негативних якостей людини чи явища.

**Харизма** – сприйняття тієї чи іншої особистості як такої, що має особливе обдарування та гарантує незмінний успіх своїм прихильникам. Харизматичні оратори найчастіше виступають в сфері релігійної проповіді, інколи в політиці.

**Хіазм** – синтаксична *фігура,* в якій спостерігається порядок слів по відношенню до попереднього речення на зразок літери X.

**Хрія –** Див. *міркування.*

**Церковне красномовство –** *проповіді,* бесіди, напучення, коментування Біблії в практиці різноманітних християнських конфесій. Основний *жанр* Ц. к. – проповідь; деякі церковні автори розрізняють *гомілію* (чистий коментар до Біблії) та проповідь (з включенням соціально-побутових, політичних, юридичних та інших моментів).

**Цитати** – дослівне відтворення оратором фрагментів чужого мовлення чи статті для підтвердження власної точки зору, для полеміки з цитованим автором і для інших цілей.

**Чистота мовлення** – співвідношення живого слова, яке звучить, і норм літературної мови, ясність, доступність мовної форми публічного виступу.

**Чуже мовлення** – висловлювання іншої особи, відтворене і включене в авторський виклад. Залежно від мовлення розрізняються пряма мова і непряма мова.

**Шок аудиторний –** стан напруження й заціпленості, який переживають малодосвідчені промовці, коли опиняються перед великою аудиторією. Для зняття такого напруження існує певна система вправ.

**Ясність мовлення** – смислова прозорість виступу оратора, що забезпечує його зрозумілість, доступність, засвоєння слухачами.

**ПИТАННЯ ДО КУРСУ**

1. Предмет і завдання риторики як науки та навчальної дисципліни.

2. Значення риторики для сучасного українського суспільства (в умовах побудови правової держави).

3. Фаховий аспект політичної риторики.

4. Сутність та компоненти поняття «риторична формула».

5. Риторика у зв’язках з іншими науками.

6. Категорія моралі (етосу) в риториці.

7. Риторика в освітній системі (в ретроспективі та перспективі).

8. Діалектична єдність красномовства й педагогічної майстерності.

9. Поняття стилю в риториці.

10. Стилі усної форми мови.

11. Стилі писемної форми мови.

12. Основні розділи класичної риторики.

13. Основні закони риторики.

14. Типи промов за знаковим оформленням та закріпленням.

15. Основні етапи риторичної підготовки промов.

16. Основні вимоги до оратора й аудиторії.

17. Основні види промов (агітаційні, інформаційні, розважальні).

18. Історія зародження і розвитку видів ораторського мистецтва.

19. Жанри ораторського мистецтва.

20. Передумови виникнення риторики у Давній Греції.

21. Давньогрецькі риторичні школи.

22. Великі оратори Давньої Греції.

23. Місце риторичної техніки в ораторстві давніх греків.

24. Поняття істини, моралі, краси й гармонії у давньогрецькій риториці.

25. Патріотизм у красномовстві Демосфена.

26. «Риторика» Аристотеля як вершина давньогрецького красномовства.

27. Риторика республіканського Риму.

28. Секрети майстерності Цицерона.

29. Риторика в Римській імперії.

30. Риторична діяльність Гая Юлія Цезаря.

31. Основні роди і види промов.

32. Педагогічні ідеї риторики Квінтіліана.

33. Епідейктичне красномовство.

34. Біблія як джерело риторичних засобів.

35. Риторика Книги Екклезіаста.

36. Риторика Нагірної проповіді Христа.

37. Риторика Послань апостолів.

38. Риторика євангелій від апостолів Матфея, Луки, Іоанна, Павла.

39. Проповідь як основний жанр церковної риторики.

40. Великі грецькі проповідники.

41. Проповідь у ранньоукраїнській культурі ( періоду Київської Русі).

42. «Слово о законе и благодати» митрополита Іларіона як зразок ранньоукраїнської риторики.

43. Риторика «Слова о полку Ігоревім».

44. Патристика як ораторська проза.

45. Риторика «Києво-Печерського патерика».

46. Риторичні ознаки послань Івана Вишенського.

47. Риторика в Києво-Могилянській академії.

48. Риторичне вчення Феофана Прокоповича.

49. Риторичні наукові дисципліни XX ст.

50. Сучасний риторичний ідеал в Україні.

51. Піднесення риторики у сучасному українському суспільстві. Популярні промовці сучасного українського парламенту.

52. Особливості судової риторики.

53. Гуманістичне спрямування сучасної риторики.

54. Теорія і практика мовної комунікації як продовження розвитку класичної риторики в нових умовах.

55. Риторика як шлях удосконалення особистості й фахівця.

56. Античний риторичний ідеал.

57. Український (слов’янський) риторичний ідеал.

58. Сучасний риторичний ідеал.

59. Комунікативні якості мови.

60. Вчення про тропи.

61. Вчення про риторичні фігури.

62. Моделювання аудиторії.

63. Комунікативні ознаки мовлення.

64. Мистецтво слухати. Типи слухання.

65. Комунікаційний процес, його функції та етапи .

66. Засоби спілкування.

67. Типи співбесідників та методи співпраці з ними.

68. Історія становлення і розвитку політичного красномовства.

69. Риторичні елементи в політичній промові: аргументація, вербальні та невербальні компоненти.

70. Публічні промови політиків: прагматичний аспект.

71. Психологія іміджу. Технологічні принципи формування іміджу.

72. Зовнішній вигляд оратора.

73. Манери, міміка та жести оратора. Фактори, що зумовлюють прихильне ставлення до мовця (зовнішній вигляд, уміння гарно поводитися, внутрішні якості особистості, вміння спілкуватися з людьми).

74. Вимова й артикуляція при виголошенні промови.

75. Доказовість у промові. Інформаційна новизна та увага слухачів.

76. Мова виступу. Мистецтво цитування. Гумор.

77. Особливі прийоми ораторського мистецтва.

78. Поняття ділової риторики. Ділове спілкування, його цілі, типи та характеристика.

79. Соціально-психологічні основи ділової взаємодії.

80. Ділова бесіда. Основні вимоги до ділової розмови. Уміння ефективно слухати. Підготовка до ділової зустрічі. Встановлення взаємовідносин. Методи пізнання особистості партнера.

81. Інтерпретація невербальної інформації у діловому спілкуванні.

82. Моделі та характерні особливості ділової телефонної розмови в професійній діяльності.

83. Мовленнєвий службовий етикет.

84. Національні особливості ділового спілкування.

85. Мистецтво ведення суперечки.

86. Концентрація уваги та тренування пам’яті.

87. Роль контактної зони в комунікації.

88. Соціальні ролі та рольова поведінка людини.

89. Тактики спілкування.

90. Основні правила чорної риторики.

91. Маніпулятивні елементи чорної риторики.

92. Логічні та емоційні засади промови

93. Техніка проведення діалогу.

94. Розробка стратегії ведення ділової розмови.

95. Конфлікт та методи його вирішення.

**ТЕСТИ**

Варіант– 1

1. Риторику як «мистецтво переконання» визначав:

а) Арiстотель;

б) Квiнтiлiан;

в) Платон;

г) Сократ.

2. Компонентами риторичного трикутника є:

а) оратор, промова, аудиторiя;

б) етос, логос, пафос;

в) пафос, логос, топос;

г) елокуція, диспозиція, інвенція.

3. Метою ораторськоi промови є:

а) вплив або iнформування;

б) iнформування або переконання;

в) витонченiсть виразу думки або вплив;

г) інформування або вплив.

4. Модусами публiчного виступу є:

а) оратор, промова, аудиторiя;

б) етос, логос, пафос;

в) пафос, логос, топос;

г) елокуція, диспозиція, інтенція.

5. Етос — це засоби впливу, що апелюють до:

а) норм людської поведiнки;

б) почуттiв;

в) розуму;

г) мислення.

6. Ораторська дiяльнiсть складається з етапiв:

а) вступу, аргументації, висновку;

б) вступу, аргументації, критики;

в) вступу, головної частини, завершення;

г) вступу, головної частини, висновку.

7. Найбiльш складною для оратора є аудиторiя:

а) байдужа;

б) конфлiктна;

в) прихильна;

г) пасивна.

8. Зв’язок мiж топiкою й аргументацiсю полягас в тому, що:

а) топіка - це результат, а аргументацiя — це засiб;

б) топiка - це засiб, а аргументацiя це результат;

в) топіка формулює думку, а аргументація – підтверджує;

г) топіка підтверджує думку, а аргументація – формулює.

9. Найбільш сильним видом критики є:

а) критика аргументiв;

б) критика тези;

в) критика форми;

г) критика оратора.

10. Аргумент до вигоди — це рiзновид аргументiв:

а) до етосу;

б) до логосу;

в) до пафосу;

г) до топосу.

Варіант– 2

1. Риторику як „мистецтво говорити витончено” визначав:

а) Арiстотель;

б) Квiнтiлiан;

в) Платон;

г) Сократ.

2. Дедуктивний спосiб викладу матерiалу — це рух:

а) вiд формулювання аргументiв до формулювання тези;

б) вiд формулювання тези до формулювання аргументiв;

в) від виголошення промови до її критики;

г) від аналізу тези до її критики.

3. Метою завершения промовиє:

а) закрiплення оратором своїх положень у свiдомостi аудиторії;

б) нагадування аудиторiї про основний змiст промови;

в) підтвердження своєї основної думки;

г) прощання з аудиторією.

4. Елокуцiя — це роздiл риторики, який вивчає:

а) виголошення оратором промови;

б) засоби виразностi ораторської промови;

в) розробку предметної царини ораторської промови;

г) добір матеріалу для промови.

5. Риторичне запитання — це запитання:

а) вiдповiдь на яке мiститься в самому запитаннi;

б) яке не потребує вiдповiдi;

в) яке потребує розгорнутої відповіді;

г) яке потребує стислої відповіді.

6. Меморiя — це роздiл риторики, який вивчає:

а) виголошення оратором промови;

б) способи запам’ятовування ораторської промови;

в) структуру ораторської промови;

г) добір матеріалу.

7. Найбiльш ефективним способом запам’ятовування матерiалу є:

а) логiчний;

б) механiчний;

в) мнемотехнiчний;

г) мимовільний.

8. Акцiя — це роздiл риторики, який розглядає:

а) виголошення оратором промови;

б) розробку предметної царини ораторської промови;

в) способи запам’ятовування ораторської промови;

г) добір матеріалу.

9. Бiльшу кiлькiсть iнформацiї вiд оратора при першiй зустрiчi аудиторiя отримує:

а) вербальними каналами;

б) невербальними каналами.

10. Порушення правила достатностi аргументiв призводить до помилки:

а) безпiдставний аргумент;

б) надмiрне обгрунтування;

в) необгрунтований аргумент;

г) критика тези.

Варіант –3

1.Риторика - це наука, яка вивчає:

а) способи ефективного мовлення;

б) способи пiдготовки та виголошення ораторських промов;

в) способи переконання пiд час публiчних виступiв;

г) способи вдало вести перемови.

2. Аргументами adrem („до суті справи”) є:

а) аргументи до етосу;

б) аргументи до логосу;

в) аргументи до пафосу;

г) аргументи до топосу.

3. Головними видами аргументiв до етосу є:

а) аргумент до авторитету та аргумент до особи;

б) аргумент до аудиторії;

в) аргумент до авторитету та аргумент до публiки;

г) аргумент до особи та аргумент до вигоди.

4. Iндуктивний спосiб викладу матерiалу — це рух:

а) вiд формулювання аргументiв до формулювання тези;

б) вiд формулювання тези до формулювання аргументiв;

в) від виголошення промови до її критики;

г) від аналізу тези до її критики.

5. Порушення правила достатностi аргументiв призводить до помилки:

а) безпiдставний аргумент;

б) надмiрне обгрунтування;

в) необгрунтований аргумент;

г) критика тези.

6. Порушення правила щодо форми аргументацii призводить до помилки, що має загальну назву:

а) «вiд сказаного умовно до сказаного безумовно»;

б) „хибна аналогiя”;

в) „не пiдтверджує”;

г) «не спростовує».

7. Риторичнi фiгури подiляються на:

а) фiгури додавання, фiгури скорочення, фiгури розташування;

б) фiгури додавання, фiгури скорочення, фiгури тотожностi;

в) фiгури протилежностi, фiгури схожостi, фiгури тотожностi;

г) фігури додавання, фігури схожості.

8. Засновником мнемотехнiки є:

а) Симонiд;

б) Цицерон;

в) Арістотель;

г) Платон.

9. «Ефект рамки» полягає в тому, що найкраще запам’ятовується:

а) початок i кiнець повiдомлення;

б) початок i середина повiдомлення;

в) середина i кiнець повiдомлення;

г) середина повідомлення.

10. Акцiя — це роздiл риторики, який розглядає:

а) виголошення оратором промови;

б) розробку предметної царини ораторської промови;

в) способи запам’ятовування ораторської промови;

г) добір матеріалу.

Варіант –4

1. Засновником класичної риторики є:

а) Арiстотель;

б) Горгiй;

в) Квiнтiліан;

г) Платон.

2. Диспозицiя — це роздiл риторики, який вивчає:

а) засоби виразностi ораторської промови;

б) способи запам’ятовування ораторської промови;

в) структуру ораторської промови;

г) добір матеріалу.

3. Акцiя — це роздiл риторики, який розглядає:

а) виголошення оратором промови;

б) розробку предметної царини ораторської промови;

в) способи запам’ятовування ораторської промови;

г) добір матеріалу.

4. Модусами публiчного виступу є:

а) оратор, промова, аудиторiя;

б) етос, логос, пафос;

в) пафос, логос, топос;

г) елокуція, диспозиція, інтенція.

5. Логос — це засоби виливу, що апелюють до:

а) норм людської поведiнки;

б) почуттiв;

в) розуму;

г) мислення.

6. Ораторська дiяльнiсть складається з етапiв:

а) вступу, аргументації, висновку;

б) вступу, аргументації, критики;

в) вступу, головної частини, завершення;

г) вступу, головної частини, висновку.

7. Видами аргументацi залежно відпроцедури обгрунтувания є:

а) емпiрична та теоретична;

б) пряма та непряма;

в) симптоматична, причинна та аналогiйна;

г) прикладна та фундаментальна.

8. Аргументами adrem („до суті справи”) є:

а) аргументи до етосу;

б) аргументи до логосу;

в) аргументи до пафосу;

г) аргументи до топосу.

9. Оптимальним вважасться такий порядок розташування аргументiв у промовi:

а) сильнi, слабкi аргументи;

б) слабкi, сильнi аргументи;

в) сильнi, слабкi, найсильніший аргумент;

г) слабкий, сильний, слабкий.

10. Фiгури збiльшення належать до фiгур:

а) додаваная;

б) розташування;

в) скорочення;

г) протиставлення.

Варіант –5

1. Компонентами риторичного трикутника є:

а) оратор, промова, аудиторiя;

б) етос, логос, пафос;

в) пафос, логос, топос;

г) елокуція, диспозиція, інвенція.

2. Пафос — це засоби впливу, що апелюють до:

а) норм людськоїповедiнки;

б) почуттiв;

в) розуму;

г) мислення.

3. Зв’язок мiж топiкою й аргументацiсю полягас в тому, що:

а) топіка - це результат, а аргументацiя — це засiб;

б) топiка - це засiб, а аргументацiя це результат;

в) топіка формулює думку, а аргументація – підтверджує;

г) топіка підтверджує думку, а аргументація – формулює.

4. Структура аргументацй складасться з:

а) аргументiв, тези, висновку;

б) аргументiв, тези, змiсту;

в) аргументiв, тези, форми;

г) вступу, аргументів, висновку.

5. Ораторська промова складається з:

а) вступу, аргументацiї, висновку;

б) вступу, аргументацiї, критики;

в) вступу, головної частини, завершення;

г) вступу, голосної частини, аргументації.

6. Порушення правила незмiнностi тези призводить до помилок:

а) змiна тези, втрата тези;

б) пiдмiна тези, втрата тези;

в) завершення тези;

г) завершення промови.

7. Порушення правила вiдповідностi аргументiв тезi призводить до помилки:

а) безпiдставний аргумент;

б) надмiрне обгрунтування;

в) необгрунтований аргумент.

г) завершення аргументації.

8. Елокуцiя — це роздiл риторики, який вивчає:

а) виголошення оратором промови;

б) засоби виразностi ораторської промови;

в) розробку предметної царини ораторської промови;

г) добір матеріалу для промови.

9. Фiгури зменшення належать до фiгур:

а) додавання;

б) розташування;

в) скорочення;

г) протиставлення.

10. Ораторська дiяльнiсть складається з етапiв:

а) вступу, аргументації, висновку;

б) вступу, аргументації, критики;

в) вступу, головної частини, завершення;

г) вступу, головної частини, висновку.

Варіант –6

1. Засновником неориторики є:

а) Ф. ван Есмерен;

б) Х. Перельман;

в) С. Тулмiн;

г) Арістотель.

2. Аргументацiя — це:

а) обгрунтування прийнятностi, слушностi певної тези;

б) сукупнiсть агрументів, що наводять на пiдтримку тези;

в) теза, яку потрібно довести або спростувати;

г) теза, що доводиться у процесі дискусії.

3. Рiзновидами помилки «необгрунтований аргумент» є:

а) безпiдставний аргумент, випередження основи, коло в обгрунтуваннi;

б) коло в обгрунтуваннi, не пiдтверджує, хибний аргумент.

в) випередження основи, коло в обгрунтуваннi, хибний аргумент;

г) хибний аргумент, випередження основи, підміна критики тези критикою аргументів.

4. Прийом «ускладнення мовних конструкцiй» не вiдповiдас критерiю:

а) доречностi;

б) правильностi;

в) ясностi;

г) логічності.

5. Iнверсiя належить до фiгур:

а) додавання;

б) розташування;

в) тотожностi;

г) протиставності.

6. Головними тропами за тотожнiстю є:

а) евфемiзм i дисфемiзм;

б) метафора i метонiмiя;

в) інверсія і епіфора;

г) градація і дисонанс.

7. Видами аргументацi залежно відпроцедури обгрунтувания є:

а) емпiрична та теоретична;

б) пряма та непряма;

в) симптоматична, причинна та аналогiйна;

г) прикладна та фундаментальна.

8. Аргументами adrem („до суті справи”) є:

а) аргументи до етосу;

б) аргументи до логосу;

в) аргументи до пафосу;

г) аргументи до топосу.

9. Непряма форма мовленнєвого впливу передбачас:

а) вертикальну модель спiлкування;

б) горизонтальну модель спiлкування.

10. Аргумент до вигоди — це рiзновид аргументiв:

а) до етосу;

б) до логосу;

в) до пафосу;

г) до топосу.

Варіант –7

1. Метою ораторськоi промови є:

а) вплив або iнформування;

б) iнформування або переконання;

в) витонченiсть виразу думки або вплив;

г) інформування або вплив.

2. Iнвенцiя — це роздiл риторики, який вивчас:

а) засоби виразностi ораторської промови;

б) розробку предметної царини ораторської промови;

в) структуру ораторської промови;

г) запам’ятовування промови.

3. Порушення правила вiдповідностi аргументiв тезi призводить до помилки:

а) безпiдставний аргумент;

б) надмiрне обгрунтування;

в) необгрунтований аргумент;

г) завершення аргументації.

4. Пряма форма мовленнєвого впливу не узгоджусться з критерієм:

а) ефективностi;

б) щиростi;

в) емоційності;

г) послідовності.

5. Головним тропом за схожiстю є:

а) iронiя;

б) метафора;

в) метонiмiя;

г) інверсія.

6. Етос — це засоби впливу, що апелюють до:

а) норм людської поведiнки;

б) почуттiв;

в) розуму;

г) мислення.

7. Риторика - це наука, яка вивчає:

а) способи ефективного мовлення;

б) способи пiдготовки та виголошення ораторських промов;

в) способи переконання пiд час публiчних виступiв;

г) способи вдало вести перемови.

8. Ораторська дiяльнiсть складається з етапiв:

а) вступу, аргументації, висновку;

б) вступу, аргументації, критики;

в) вступу, головної частини, завершення;

г) вступу, головної частини, висновку.

9. Засновником класичної риторики є:

а) Арiстотель;

б) Горгiй;

в) Квiнтiліан;

г) Платон.

10. Зв’язок мiж топiкою й аргументацiсю полягас в тому, що:

а) топіка - це результат, а аргументацiя — це засiб;

б) топiка - це засiб, а аргументацiя це результат;

в) топіка формулює думку, а аргументація – підтверджує;

г) топіка підтверджує думку, а аргументація – формулює.

Варіант –8

1. Риторику як «мистецтво переконання» визначав:

а) Арiстотель;

б) Квiнтiлiан;

в) Платон;

г) Сократ.

2. Мета промови — це:

а) результат, до якого прагне оратор;

б) враження, яке вiн намагасться справити на аудиторiю;

в) враження, отримане аудиторією від оратора;

г) емоції, отримані оратором від виголошення промови.

3. Структура аргументацй складасться з:

а) аргументiв, тези, висновку;

б) аргументiв, тези, змiсту;

в) аргументiв, тези, форми;

г) вступу, аргументів, висновку.

4. Аргумент до вигоди — це рiзновид аргументiв:

а) до пафосу;

б) до логосу;

в) до етосу;

г) до топосу.

5. Метою головної частини промовиє:

а) обгрунтування тез оратора;

б) розкриття теми промови;

в) виголошення прихильності до аудиторії;

г) підсумування аргументів до основної тези.

6. Порушення правила щодо форми аргументацii призводить до помилки, що має загальну назву:

а) „не пiдтверджує”;

б) „хибна аналогiя”;

в) «вiд сказаного умовно до сказаного безумовно»;

г) «не спростовує».

7. Пряма форма мовленнєвого впливу передбачає:

а) вертикальну модель спiлкування;

б) горизонтальну модель спiлкування.

8. Головним тропом за протилежнiстю є:

а) iронiя;

б) антифразис;

в) метафора;

г) епітет.

9. Зв’язок мiж топiкою й аргументацiсю полягас в тому, що:

а) топіка - це результат, а аргументацiя — це засiб;

б) топiка - це засiб, а аргументацiя це результат;

в) топіка формулює думку, а аргументація – підтверджує;

г) топіка підтверджує думку, а аргументація – формулює.

10. Видами аргументацiї залежно вiд способу обгрунтування є:

а) симгптоматична, причинна та аналогiйна;

б) пряма та непряма;

в) емпiрична та теоретична;

г) прикладна та фундаментальна.

Варіант –9

1. Риторику як „мистецтво говорити витончено” визначав:

а) Арiстотель;

б) Квiнтiлiан;

в) Платон;

г) Сократ.

2. Логос — це засоби виливу, що апелюють до:

а) норм людської поведiнки;

б) почуттiв;

в) розуму;

г) мислення.

3. Видами аргументацiї залежно вiд форми (схеми) є:

а) емпiрична та теоретична;

б) пряма та непряма;

в) симптоматична, причинна та аналогiйна;

г) прикладна та фундаментальна.

4. Шляхами викладу матерiалу є:

а) дедуктивний, iндуктивний;

б) природний, штучний;

в) дидактичний, природний;

г) аналізування, синтез.

5. Непряма форма мовленнсвого впливу не узгоджується з критерієм:

а) ефективностi;

б) щиростi;

в) ефективностi та щиростi;

г) послідовності.

6. Антономазiя належить до тропiв:

а) протиженостi;

б) схожостi;

в) тотожностi;

г) протиставності.

7. Аргументами adrem („до суті справи”) є:

а) аргументи до етосу;

б) аргументи до логосу;

в) аргументи до пафосу;

г) аргументи до топосу.

8. Диспозицiя — це роздiл риторики, який вивчає:

а) засоби виразностi ораторської промови;

б) способи запам’ятовування ораторської промови;

в) структуру ораторської промови;

г) добір матеріалу.

9. Дедуктивний спосiб викладу матерiалу — це рух:

а) вiд формулювання аргументiв до формулювання тези;

б) вiд формулювання тези до формулювання аргументiв;

в) від виголошення промови до її критики;

г) від аналізу тези до її критики.

10. Метою завершения промови є:

а) закрiплення оратором своїх положень у свiдомостi аудиторії;

б) нагадування аудиторiї про основний змiст промови;

в) підтвердження своєї основної думки;

г) прощання з аудиторією.

Варіант –10

1. Риторика - це наука, яка вивчає:

а) способи ефективного мовлення;

б) способи пiдготовки та виголошення ораторських промов;

в) способи переконання пiд час публiчних виступiв;

г) способи вдало вести перемови.

2. Етос — це засоби впливу, що апелюють до:

а) норм людської поведiнки;

б) почуттiв;

в) розуму;

г) мислення.

3. Головними видами аргументiв до етосу є:

а) аргумент до авторитету та аргумент до особи;

б) аргумент до аудиторії;

в) аргумент до авторитету та аргумент до публiки;

г) аргумент до особи та аргумент до вигоди.

4. Видами аргументацiї залежно вiд способу обгрунтування є:

а) емпiрична та теоретична;

б) пряма та непряма;

в) симгптоматична, причинна та аналогiйна;

г) прикладна та фундаментальна.

5. Порушення правила незмiнностi тези призводить до помилок:

а) змiна тези, втрата тези;

б) пiдмiна тези, втрата тези;

в) завершення тези;

г) завершення промови.

6. Непряма форма мовленнєвого впливу передбачас:

а) вертикальну модель спiлкування;

б) горизонтальну модель спiлкування.

7. Алегорiя належить до тропiв:

а) протилежностi;

б) схожостi;

в) тотожностi;

г) єдності.

8. Метою завершения промови є:

а) закрiплення оратором своїх положень у свiдомостi аудиторії;

б) нагадування аудиторiї про основний змiст промови;

в) підтвердження своєї основної думки;

г) прощання з аудиторією.

9. Елокуцiя — це роздiл риторики, який вивчає:

а) виголошення оратором промови;

б) засоби виразностi ораторської промови;

в) розробку предметної царини ораторської промови;

г) добір матеріалу для промови.

10. Компонентами риторичного трикутника є:

а) оратор, промова, аудиторiя;

б) етос, логос, пафос;

в) пафос, логос, топос;

г) елокуція, диспозиція, інвенція.

Варіант –11

1. Риторика − це наука про:

а) звуки мови;

б) ораторське мистецтво, красномовство;

в) частини мови;

г) синтаксис.

2. Оратор − це людина, яка вміє:

а) виголошувати промови;

б) танцювати;

в) робити компліменти;

г) підтримувати духовно-емоційний контакт з аудиторією.

3. До основних розділів риторики на належить:

а) інвенція;

б) комунікація;

в) диспозиція;

г) **елокація і елоквенція**;

ґ) меморія;

д) акція;

е) релаксація.

4. Система знань про предмет, виражена у стислій короткій формі − це:

а) концепція;

б) наука;

в) закон.

г) поняття.

5. До основних законів риторики не відноситься закон:  
а) гармонізуючого діалогу;  
б) задоволення;  
в) емоційності мови;  
г) стислості.

6. Риторика відноситься до :  
а) філософських наук;  
б) гуманітарних наук;  
в) лінгвістичних наук;  
г) філологічних наук.

7. Своєрідність ораторського мистецтва як засобу переконання полягає в :

а) має на меті викликати інтерес аудиторії;

б) викликати здивування;

в) викликати гнів;

г) викликати задоволення від почутого.

8. Метою переконання є:

а) подання інформації шляхом навіювання;

б) передавання інформації в системі настанов і принципів особистості;

в) передача думки оратора аудиторії.

9. Інтелект, вольове та емоційне устрімлення мовця в процесі мовної комунікації – це:

а) логос;

б) етос;

в) пафос;

г) топос.

10. Категорія класичної риторики, що означає критерії істиності:

а) логос;

б) етос;

в) пафос;

г) топос.

Варіант –12

1. Мистецтво переконувати не реалізується через поняття:

а) логос;

б) пафос;

в) етос;

г) топос;

ґ) інвенція.

2. До загальновідомих п’яти видів красномовства не відноситься:

а) юридичне (судове);

б) академічне;

в) політичне;

г) церковне;

ґ) промислове;

д) суспільно-побутове.

3. Стать, вік, громадянство, національність, освіта, професія, склад родини, зайнятість, належність до соціальних верств − це такі ознаки закону моделювання аудиторії:

а) суспільно-психологічні;

б) соціально-демографічні;

в) індивідуально-особисті.

4. Визначення цільової настанови, виділення основних питань предмета мовлення і формування тез − це:

а) стратегія виступу;

б) тактика виступу;

в) план дій.

5. Основоположникомтеоріїриторичноїнаукивважається:  
а) Аристотель;  
б)Квінтіліан;  
в) Сократ;  
г) Горгій.

6. Думкапро те, щоораторповиненчітко визначитипредметмовлення,пізнатипро ньогоістину, пізнатидушілюдей, дляякихпризначенамова, належить:  
а) Платону;  
б)Аристотелю;  
в) Демосфену;  
г) Цицерону.

7. Чи існують жанри публічних виступів:

а) так;

б) ні;

в) не знаю;

г) свій варіант відповіді.

8. Підготовка будь-якого ораторського монологу починається з:

а) підготовки літератури;

б) визначення теми і мети;

в) підготовки плану;

г) добору матеріалу.

9. Мотив поведінки людини, що спрямовує людину на пізнання світу і розвиток власного інтелекту як найбільшої цінності:

а) дисциплінарний;

б) емоційно-естетичний;

в) пізнавально-інтелектуальний;

г) морально-етичний.

10. Реакція аудиторії на оратора, коли оратор досяг мети і аудиторія засвоїла інформацію:

а) погоджувальна;

б) байдужа;

в) конфліктна;

г) конструктивна.

Варіант –13

1. П. Сопер вважав, що існує лише два види красномовства:

а) інформаційне;

б) лекційне;

в) агітаційне;

г) проповідне.

2. Ораторська діяльність науковця та викладача, який доповідає про результати дослідження або популяризує досягнення науки − це:

а) юридичне (судове) красномовство;

б) академічне красномовство;

в) політичне красномовство;

г) церковне красномовство.

3. До основних ознак комунікативного якісного мовлення не належить:

а) правильність;

б) логічність;

в) неточність;

г) доцільність;

ґ) виразність;

д) ясність тощо.

4. Наступне положення (мовні висловлювання чи текст), яке стосується тези й обґрунтовує її чи переконливо доводить істинність тези −:

а) виклад;

б) підтвердження;

в) аргумент.

5.Вставтепропущене слово.  
Риторичнеідеал-це сукупність найбільш загальнихвимог до...мови, що визначаються соціокультурнимиіконкретно-історичними умовами.

6.Риторичне ідеал може бути описаний за допомогою опозицій (по А.К. Михальської):  
а) агональну / гармонизирующий, релятивістський / онтологічний, монологічний / діалогічний;  
б) конструктивний / деструктивний, абсолютний / відносний, монологічний / діалогічний;  
в) синхронічний / діахронічний, просторовий / тимчасової, релятивістський / онтологічний;  
г) усний / письмовий, контактний / дистантних, опосередкований / безпосередній.

7. Скільки існує способів виголошення промов:

а) 1;

б) 2;

в)3;

г) 5.

8. **Процес підготовки промови** не включає:

а) вибір теми;

б) складання плану;

в) її проспівування;

г) збирання матеріалу;

ґ) запис промови;

д) розмітка тексту знаками партитури;

е) тренування.

9. Помилка, при якій поняття визначається само через себе ("я" є "я"), тобто двічі відтворюється те саме, не поповнюється новою інформацією:

а) суперечності в самому визначенні;

б) визначення невідомого через невідоме;

в) заперечення замість визначення;  
г) тавтологія.

10. Помилка, при якій промовець не знає освітнього рівня, пізнавальних можливостей слухачів і посилається як на приклад на те, чого вони не знають:

а) суперечності в самому визначенні;

б) визначення невідомого через невідоме;

в) заперечення замість визначення;

г) тавтологія.

Варіант –14

1. Влучне, гостре або урочисте слово з приводу якоїсь важливої події у приватному житті або у певній гострій чи цікавій ситуації − це красномовство:

а) суспільно-побутове;

б) агітаційне;

в) інформаційне.

г) судове.

2. До головних рис академічного красномовства не відноситься:

а) доказовість;

б) бездоганна логічність;

в) млявість;

г) чітка термінологія;

ґ) точність мислення.

3. До чотирьох основних законів логіки неналежить:

а) закон тотожності;

б) закон суперечності;

в) закон виключення третього;

г) закон ступеневої послідовності;

ґ) закон достатньої підстави.

4.Метод, що полягає в переорієнтації ходу думки у зворотному напрямку − від конкретного до загального, називається:

а) аналогічний;

б) дедуктивним;

в) індуктивним.

5.Основнірисириторичногоідеалусофістіввтіленісьогоднівпринципах:  
а) російської риторики;  
б)французькоїриторики;  
в) американськоїриторики;  
г) німецькоїриторики.

6.Ідеалмовного впливу,по..., - умиротвореннявнутрішнього життяслухача, заспокоєннябурхливих пристрастей(пристрасті -хворобадуші, яка вимагаєзцілення):  
а) Сократу;  
б)Аристотелю;  
в) Цицерону;  
г) Квінлітіану.

7. Те, про що йдеться у промові, називається:

а) ідеєю;

б) темою;

в) проблемою.

8.**План промови**не може бути:

а) простий;

б) складний;

в) цитатний;

г) художній.

9. Прийом виразності, що реалізується на рівні слова чи словосполучення:

а) риторичні фігури;

б) фігури скорочення;

в) риторичні тропи;

г) фігури розташування.

10. До троп за суміжністю входять:

а) дисфемізм, перифраза;

б) метафора, алегорія;

в) метонімія, синекдоха;

г) іронія, оксюморон.

Варіант –15

1. До жанрів академічного красномовства не належить:

а) наукова доповідь;

б) наукове повідомлення;

в) наукова лекція (вузівська чи шкільна);

г) виступ на ювілеї;

ґ) реферат, виступ на семінарському занятті;

д) науково-популярна лекція, бесіда.

2. Політичне красномовство формується на грунті:

а) дорадчої риторики;

б) епідектичної (урочистої) риторики;

в) судової риторики.

г) політичної риторики.

3. Варіант індуктивного методу, що „веде” слухача (читача) від конкретних фактів, явищ, ознак до загального висновку − це метод:

а) стадійний;

б) аналогічний;

в) концентричний.

4. Метод тренування, навчання, вироблення вправності − це:

а) ітерація;

б) аналогія;

в) елокуція.

5. Впершеопискомунікативної ситуаціїу визначенні«Мова складається зтрьохелементів-зсамогооратора, ізпредмета, про який він говорить, ізособи, до якого він звертається» запропонував:  
а) Ю.В.Різдвяний;  
б)Цицерон;  
в) П.Грайс;  
г) Арістотель.

6. Скільки виділяють риторичних ідеалів:

а) 1;

б) 3;

в) 4;

г) 2.

7. Аргументація це:

а) система поглядів, які представляє оратор;

б) обґрунтування якогось судження чи положення;

в) тези, що треба довести;

г) прийоми мовлення.

8. Презентація це:

а) публічний виступ;

б) тактика промови;

в) передання і представлення аудиторії нових для неї ідей,планів, розробок.

9. Систематичний виклад предмета, його частин, ознак під час викладу промови:

а) опис;

б) доказ;

в) спростування;

г) заклик.

10. Звернення до серця, розуму, емоцій слухачів під час викладу промови:

а) опис;

б) доказ;

в) спростування;

г) заклик.

Варіант –16

1. Риторика – це наука про:

а) ефективні форми спілкування з аудиторією;

б) способи переконання та ефективні способи мовленнєвого впливу на аудиторію з урахуванням її властивостей;

в) ефективні способи передачі інформації;

г) способи сприйняття за запам’товування інформації.

2. Риторика як теорія ораторського мистецтва виникла:

а) у Стародавній Греції;

б) у Стародавньому Римі;

в) у країнах Європи;

г) у Америці.

3. Інвенція – це розділ класичної риторики, що включає в себе:

а) формування основних понять про предмет виступу;

б) розробка етапів виступу;

в) розкриття законів мовного вираження предметів;

г) підготовка оратора внутрішньо і зовнішньо до виступу.

4. Основне в інвенції:

а) вдало підібрати тему та предмет розмови;

б) визначити правила оперування поняттями;

в) прийти до логічного висновку;

г) запропонувати набір положень у логічній послідовності.

5. Розділ риторичної науки, в якому висвітлюються головні питання мистецтва організації повідомлення, власне, структури майбутнього тексту, його композиції – це:

а) інвенція;

б) диспозиція;

в) елокуція;

г) меморія.

6. Представлення, презентація попередньо відібраного факту (або фактів), що становить концепт предмета – це:

а) вступ;

б) основна частина;

в) виклад;

г) висновок.

7. Елокуція – це розділ риторики, який вивчає:

а) виразність ораторської промови;

б) правильність промови;

в) доцільність промови;

г) аргументованість промови.

8. Відповідність ораторської промови певним мовним нормам – це:

а) правильність;

б) краса;

в) доречність;

г) логічність.

9. Розділ риторики, який вивчає особливості запам’ятовування ораторрських промов:

а) акція;

б) меморія;

в) релаксація;

г) елокуція.

10. Спосіб запам’ятання промови, основу якого складає багатократне повторення:

а) механічний;

б) логічний;

в) мнемотехнічний;

г) фізіологічний.

Варіант –17

1. Сучасна риторика – це:

а) майстерність ефективного спілкування;

б) теорія ефективної передачі думок;

в) теорія ефективної передачі досвіду;

г) теорія та майстерність ефективного мовлення.

2. Предметом риторики є:

а) мовні норми, що діють у різних ситуаціях спілкування;

б) ефективність використання мовних норм:

в) загальні закономірності мовленнєвої поведінки, що діють у різних ситуаціях спілкування та практичні можливості їх використання;

г) загальні етикетні норми поведінки, що діють у різних ситуаціях спілкування та практичні можливості їх використання.

3. Закон ступеневої підготовки забезпечує:

а) системність і єдність мисленно-мовленнєвої діяльності, спрямованої на підготовку і виголошення промов;

б) вивчення психологічних особливостей слухачів;

в) вивчення соціально-демографічних, суспільно-психологічних та індивідуально-особистісних ознак аудиторії;

г) вивчення індивідуально-особистісних ознак кожного слухача.

4. Закон моделювання аудиторії потребує:

а) системність і єдність мисленно-мовленнєвої діяльності, спрямованої на підготовку і виголошення промов;

б) вивчення психологічних особливостей слухачів;

в) вивчення соціально-демографічних, суспільно-психологічних та індивідуально-особистісних ознак аудиторії;

г) вивчення індивідуально-особистісних ознак кожного слухача.

5. Структурна модель ораторського виступу – це:

а) план;

б) задум;

в) стратегія;

г) тактика.

6. Основна частина складається з:

а) викладу та його аргументації;

б) вступу та кінцівки;

в) викладу та тез;

г) зачину та висновку.

7. Здатність промови досягати естетичного ефекту – це:

а) правильність;

б) краса;

в) доречність;

г) логічність.

8. Прийоми виразності, які реалізуються на рівні речення чи одиниці, більшій за речення:

а) риторичні фігури;

б) фігури скорочення;

в) риторичні тропи;

г) фігури розташування.

9. Спосіб запам’ятання промови, основу якого складає усвідомлення смислового зв’язку між елементами матеріалу:

а) механічний;

б) логічний;

в) мнемотехнічний;

г) фізіологічний.

10. Магічне число (число Міннера) характеризує:

а) кількість слів у реченні;

б) кількість вилогошування слів за хвилину;

в) об’єм оперативної пам’яті людини;

г) час виступу.

Варіант –18

1. Предмет риторики у вертикальному вимірі – це:

а) вивчення й опис усіх видів риторичної діяльності від задуму до породження тексту;

б) риторика трьох основних родів промов;

в) процес створення промови;

г) представлення промови перед аудиторією.

2. Доцільність мовлення – це:

а) глибоке осмислення теми й головної думки висловлювання;

б) повноту розкриття теми;

в) відповідність основній темі мовлення;

г) внутрішня закономірність мовлення.

3. Інвенція як процес вибору предмета і систематизації його складалася з трьох фаз:

а) фази вибору, фази орієнтації і фази заглиблення;

б) фази вибору, фази дослідження і фази заглиблення;

в) фаза розгляду, фази дослідження і фази заглиблення;

г) фази вибору, фази орієнтації і фази оцінювання.

4. До соціально-демографічних ознак аудиторії відносять:

а) потреби, мотиви поведінки тощо;

б) індивідуально-особистісні ознаки;

в) рівень освіченості;

г) стать, вік, громадянство, національність тощо.

5. Метод викладу, в якому послідовність розгортається від загального до конкретного:

а) індуктивний;

б) стадійний;

в) концентричний;

г) дедуктивний.

6. Метод викладу, який використовується тоді, коли виникає потреба вивчити якусь проблему:

а) індуктивний;

б) стадійний;

в) концентричний;

г) дедуктивний.

7. Прийом, суть якого полягає у виборі потрібного оратору порядку слів у реченнях:

а) синтаксичне перетворення;

б) апосіопеза;

в) асиндетон;

г) літота.

8. Риторичні фігури, суть яких полягає у пропущені якихось елементів промови:

а) фігури додавання;

б) фігури скорочення;

в) фігури зменшення;

г) фігури збільшення.

9. Магічне число (число Міннера) становить:

а) 5 +/– 2;

б) 10 +/– 4;

в) 8 +/–2;

г) 7 +/– 2.

10. Розділ риторики, який розглядає виголошування оратором промов:

а) акція;

б) меморія;

в) релаксація;

г) елокуція.

Варіант– 19

1. Впливовість мовлення – це:

а) здатність розбудити розум і почуття у слухача;

б) змусити слухача прийняти те бачення оточуючого світу, яке пропонує мовець;

в) найменші витрати у процесі передавання мовлення від мовця до слухача;

г) глибоке осмислення теми й головної думки висловлювання.

2. Основна формула успіху в риториці:

а) риторика + наполегливість = успіх;

б) риторика + освіченість = успіх;

в) риторика + талант = успіх;

г) риторика + професіоналізм = успіх.

3. До суспільно-психологічних ознак аудиторії відносять:

а) потреби, мотиви поведінки ставлення до промовця і предмета мовлення та рівень розуміння того, про що йдеться;

б) індивідуально-особистісні ознаки;

в) рівень освіченості;

г) стать, вік, громадянство, національність тощо.

4. Потреби, що спонукають людину шукати й отримувати знання для того, щоб збагатити власний професійний досвід і в такий спосіб задовольнити особисті фахові потреби:

а) особисті;

б) професійні;

в) громадські;

г) громадянські.

5. Положення (мовні висловлювання чи текст), яке стосується тези й обґрунтовує її чи переконливо доводить істинність тези:

а) аргумент;

б) доказ;

в) теза;

г) демонстрація.

6. Процес виведення тез із аргументів називається в риториці:

а) аргумент;

б) доказ;

в) теза;

г) демонстрація.

7. Риторичні фігури, суть яких полягає у незвичному розташуванні елементів промови:

а) фігури додавання;

б) фігури скорочення;

в) фігури зменшення;

г) фігури розташування.

8. До фігур додавання належать:

а) апосіопеза, асиндетон;

б) анафора, епіфора;

в) літота, кіклос;

г) парцеляція, гіпербола.

9. Основу акції не становить:

а) характеристика оратора й аудиторії;

б) методичне застереження і прийомотворення;

в) техніка дихання і техніка мовлення;

г) музичний супровід.

10. Композиційна частина промови, аргумент від особистості промовця:

а) звернення;

б) називання теми;

в) виклад промови;

г) висновки.

Варіант– 20

1. Інтелект, вольове та емоційне устрімлення мовця в процесі мовної комунікації – це:

а) логос;

б) етос;

в) пафос;

г) топос.

2. Категорія класичної риторики, що означає критерії істиності:

а) логос;

б) етос;

в) пафос;

г) топос.

3. Мотив поведінки людини, що спрямовує людину на пізнання світу і розвиток власного інтелекту як найбільшої цінності:

а) дисциплінарний;

б) емоційно-естетичний;

в) пізнавально-інтелектуальний;

г) морально-етичний.

4. Реакція аудиторії на оратора, коли оратор досяг мети і аудиторія засвоїла інформацію:

а) погоджувальна;

б) байдужа;

в) конфліктна;

г) конструктивна.

5. Помилка, при якій поняття визначається само через себе ("я" є "я"), тобто двічі відтворюється те саме, не поповнюється новою інформацією:

а) суперечності в самому визначенні;

б) визначення невідомого через невідоме;

в) заперечення замість визначення;

г) тавтологія.

6. Помилка, при якій промовець не знає освітнього рівня, пізнавальних можливостей слухачів і посилається як на приклад на те, чого вони не знають:

а) суперечності в самому визначенні;

б) визначення невідомого через невідоме;

в) заперечення замість визначення;

г) тавтологія.

7. Прийом виразності, що реалізується на рівні слова чи словосполучення:

а) риторичні фігури;

б) фігури скорочення;

в) риторичні тропи;

г) фігури розташування.

8. До троп за суміжністю входять:

а) дисфемізм, перифраза;

б) метафора, алегорія;

в) метонімія, синекдоха;

г) іронія, оксюморон.

9. Систематичний виклад предмета, його частин, ознак під час викладу промови:

а) опис;

б) доказ;

в) спростування;

г) заклик.

10. Звернення до серця, розуму, емоцій слухачів під час викладу промови:

а) опис;

б) доказ;

в) спростування;

г) заклик.

Варіант –21

1. Риторика – це наука про:

а) способи уникнення конфліктних ситуацій;

б) математичні основи гуманітарних знань;

в) сугестію та іі різновиди;

г) способи переконання та ефективного впливу на аудиторію.

2. Предметом сучасної риторики є:

а) етапи встановлення соціологічних знань;

б) взаємодія людини і природи;

в) загальні закономірності мовленнєвої поведінки;

г) загальні можливості людського розуму.

3. Інвенція – це розділ риторики, що вивчає:

а) засоби виразності ораторської промови;

б) розробку предмету та завдання риторики;

в) етапи задуму виступу;

г) основні категорії класичної риторики.

4. Термін «тема» з грецької означає:

а) те, що покладено в основу;

б) те, що не можна змінити;

в) те, що те можна пояснити;

г) те, що має фінал.

5. Скільки значень має диспозиція:

а) 8;

б) 2;

в) залежить від оратора;

г) має безліч значень.

6. Диспозиція формується на основі:

а) поняття про предмет виступу;

б) життєвого досвіду оратора;

в) наукових праць дослідників;

г) комп’ютерних технологій.

7. Елокуція – це розділ риторики, який вивчає:

а) виразність ораторської промови;

б) засоби виразного читання;

в) культуру народів світу;

г) міміку і жести.

8. Відповідність ораторської промови певним мовним нормам – це:

а) логічність;

б) правильність;

в) «золоте правило» риторики;

г) фігуральність.

9. Розділ риторики, який вивчає особливості запам’ятовування ораторських промов – це:

а) оксюморон;

б) меморія;

в) краса мовлення;

г) риторичне питання.

10. Які існують засоби запам’ятати промову:

а) аналітичний, фізичний, гносеологічний;

б) математичний, логічний, особистий;

в) механічний, логічний, мнемотехнічний;

г) функціональний, вибірковий, довільний.

Варіант –22

1. Які існують типи інформації:

а) понятійно – логічні, оціночні, емоційні;

б) відкриті, закриті;

в) інформаційні, дезінформаційні;

г) аналітичні, емоційні, естетичні, математичні.

2. Доцільність мовлення – це:

а) вміння емоційно налаштувати аудиторію;

б) відповідність основній темі мовця;

в) вміння імпровізувати;

г) незначні фінансові витрати, при підготовці до виступу.

3. До соціально – демографічних ознак аудиторії належить:

а) стать, вік, громадянство, освіта;

б) адреса, номер телефону, електронна пошта;

в) сімейне положення, наявність у соціальних мережах;

г) психологічний стан людини під час слухання промови.

4. До типів мотивів поведінки не відносяться:

а) наукові;

б) дисциплінарні;

в) морально – етичні;

г) емоційно – естетичні.

5. План – це:

а) модель завершення промови;

б) структурна модель ораторського виступу;

в) структура вступної частини промови;

г) різновид сугестії.

6. До різновидів плану відноситься;

а) розмовний;

б) цитатний;

в) аналітичний;

г) спонтанний.

7. Риторичні фігури діляться на:

а) власне фігури і тропи;

б) історичні і сучасні фігури;

в) наукові і загальновживані;

г) національні і діалектні.

8. Риторичні фігури становлять собою відхилення від стандартів з метою:

а) ефекту незавершеності фрази;

б) досягнення максимальної уваги аудиторії;

в) досягнення естетичного ефекту;

г) впливу на слухачів.

9. Пам'ять тісно пов’язана з:

а) наукою;

б) політологією;

в) увагою;

г) біологією.

10. Акція – це розділ риторики, який вивчає:

а) зовнішню і внутрішню підготовку оратора до виступу;

б) маркетинг;

в) маніпулювання людьми;

г) вміння аудиторії слухати доповідача.

Варіант –23

1. Спічрайтинг – це наука про:

а) основи педагогіки;

б) створення тексту промови для виступу;

в) написання наукових статей;

г) адаптацію у суспільстві.

2. Які існують виміри у формуванні риторики:

а) горизонтальні, вертикальні;

б) паралельні, перпендикулярні;

в) правильні, неправильні;

г) позитивні, негативні.

3. Моделювання аудиторії означає:

а) розташування меблів для зручності;

б) дотримання норм освітлення, належної температури у приміщенні;

в) добре знати слухачів, і впевнено вести промову;

г) дотримання правил пожежної безпеки.

4. Індивідуально – особистісні ознаки виявляють:

а) внутрішній зміст і властивості людини;

б) рівень інтелекту людини;

в) національність людини;

г) вік людини.

5. Основна частина виступу складається з двох частин:

а) початку і закінчення;

б) виклад предмета та його аргументації;

в) приклади і факти;

г) початок і аргументація.

6. Аргументи бувають:

а) прямі, непрямі;

б) причинними, наслідковими;

в) суттєвими, несуттєвими;

г) загальними, конкретними.

7. Прийоми виразності, які реалізуються на рівні значення чи одиниці, більшій за речення – це:

а) риторичне питання;

б) меморія;

в) елокуція;

г) риторичні фігури.

8. Прийоми синтаксичного перетворення реалізуються через групи фігур:

а) подовження, розширення, поглиблення;

б) скорочення, додавання, розташування;

в) додавання, віднімання;

г) множення, ділення.

9. Які риторичні ідеали існували в античності:

а) сократівський, софістичний;

б) космічний, земний;

в) міфологічний, реальний;

г) гоголівський, шевченківський.

10. Слухання поділяється на типи:

а) уважне, неуважне;

б) добровільне, примусове, байдуже;

в) активне, пасивне, емпатичне;

г) уважне, рефлективне.

Варіант –24

1. Здатність розбудити розум і почуття, змусити слухача прислухатися, а потім прийняти те бачення оточуючого світу, яке пропонує мовець – це:

а) правильність мовлення;

б) доцільність мовлення;

в) впливовість мовлення;

г) процес передавання мовлення.

2. До основних понять риторики належить:

а) асиміляція;

б) спрощення;

в) кабалістика;

г) логос.

3. До типу реакції на оратора можна віднести:

а) адекватну;

б) конфліктну;

в) рефлективну;

г) естетичну.

4. Найпершим рівнем у засвоєнні предмета є:

а) передача свої знань іншим;

б) висловлення власної думки щодо предмета;

в) знайомство з предметом;

г) визначення актуальності предмета.

5. Риторика спирається на:

а) закони фізики;

б) математичні закони;

в) закони логіки;

г) закони природи.

6. Типи висновків бувають:

а) риторичні, підсумкові;

б) логічні, нелогічні;

в) правильними, неправильними;

г) завершеними, незавершеними.

7. Фігури скорочення – це фігури, суть яких полягає у:

а) пропущення початку промови;

б) пропущення висновку промови;

в) пропущення елементів промови;

г) промова скорочується тільки до короткого викладу змісту.

8. Еліпс відноситься до фігури:

а) скорочення;

б) розташування;

в) зменшення;

г) маніпуляції.

9. Рефлективне слухання передбачає:

а) рефлекс на відповідний подразник;

б) не ставити зайвих питань;

в) конспектувати основні поняття;

г) зворотний зв'язок.

10. Що сприяє кращому запам’ятовуванню промови:

а) не відволікатися на зайві предмети;

б) чіткість, ясність, логічність мовного контексту;

в) постійне повторювання матеріалу;

г) дослівне запам’ятовування тексту, не переосмислюючи його.

Варіант– 25

1. Що у перекладі з грецької означає «пафос»:

а) відпочинок;

б) розкіш;

в) почуття;

г) кохання.

2. Критерію щирості у риториці відповідає:

а) етос;

б) пафос;

в) логос;

г) топос.

3. Які дисципліни спрямовують людину на пізнання світу і розвиток власного інтелекту:

а) соціальні;

б) математичні;

в) маловідомі;

г) пізнавально – інтелектуальні.

4. До типів потреб людини відносяться:

а) дисциплінарні;

б) особисті;

в) чужі;

г) загальні.

5. Представлення попередньо відібраного факту, що становить концепт предмета – це:

а) аргумент;

б) закон логіки;

в) диспозиція;

г) виклад.

6. Виклад виражає:

а) об’єктивне бачення предмета;

б) загальнолюдське бачення предмета;

в) історичне бачення предмета;

г) суб’єктивне бачення предмета.

7. Риторичні фігури, суть яких полягає у відсіканні від предмета якихось частин – це:

а) фігури аналізу;

б) фігури зменшення;

в) фігури припущення;

г) логічні фігури.

8. Фігура розташування,що означає розчленування речення з винесенням за його межі тих елементів, що посилюють основну думку – це:

а) елокуція;

б) тропи;

в) інверсія;

г) парцеляція.

9. До різновидів рефлективної відповіді відносять:

а) запис на відео;

б) нотування;

в) резюмування;

г) анкетування.

10. Період уваги аудиторії становить:

а) 30 хвилин;

б) 1 година;

в) під час усього виступу;

г) 15 хвилин.

Варіант– 26

1. Доказ – це:

а) сукупність логічних прийомів обґрунтування істинності якої-небудь думки за допомогою інших дійсних і пов'язаних з ним думок;

б) важлива якість правильного мислення;

в) це думка, істинність якої треба довести;

г) спосіб логічного зв'язку між тезою і аргументами.

2. Виберіть правильне твердження:

а) факти - це думки, які приймаються як аргументи, без доказу, оскільки вони підтверджені багатовіковою практикою людей;

б) прямий доказ йде від розгляду аргументів до доказу тези;

в) непрямі докази поділяються на три види;

г) думка, яку треба спростувати, називається аргументом спростування.

3. Мистецтво переконувати не реалізується через поняття:

а) логос;

б) пафос;

в) етос;

г) інвенція.

4. Судове (юридичне) красномовство − це:

а) ораторська діяльність науковця та викладача, який доповідає про результати дослідження або популяризує досягнення науки;

б) ораторські виступи учасників судочинства в процесі розгляду судової справи з позицій законодавства;

в) проповіді, бесіди, напучення, коментування Біблії у практиці різноманітних християнських конфесій;

г) виступ оратора, що виражає інтереси тієї чи іншої партії.

5. У грецькій міфології риторику уособлювала одна з дев’яти мистецьких муз донька Зевса і богині пам’яті Мнемосіни богиня:

а) Кліо;

б) Євтерпа;

в) Талія;

г) Калліопа.

6. У римській культурі риторика зображувалася у образі:

а) двох богинь Ериди;

б) богині переконання Пейто;

в) вченої жінки − богині мистецтв;

г) богині пам'яті Мнемосіни.

7. Завдання християнського оратора, на думку Василія Кесарійського, це:

а) вразити аудиторію;

б) переконати аудиторію;

в) сприяти засвоєнню проповіді аудиторією;

г) вплинути на аудиторію.

8. У період Київської Русі спостерігається розквіт красномовства:

а) академічного;

б) гомілетичного;

в) судового;

г) суспільно-побутового.

9. Те, що нова риторика „має мало спільного з класичною риторикою і ґрунтується на поняття тексту і пов’язана здебільшого з аналізом тексту”, стверджує:

а) Д. Карнегі;

б) К. Варга;

в) Ж. Дюбуа;

г) Ш. Еверетта.

10. Формування педагогічної лінгвістики пов’язано з:

а) Д. Карнегі;

б) К. Варга;

в) Ж. Дюбуа;

г) Ш. Еверетта.

Варіант –27

1. Демонстрація поділяється на:

а) пряму та непряму;

б) спростовану та обґрунтовану;

в) логічну та паралогічну;

г) фактичну та критичну.

2. Помилка, при якій поняття визначається саме через себе ("я" є "я"), тобто двічі відтворюється те саме, не поповнюється новою інформацією – це:

а) непорівнювані поняття;

б) тавтологія;

в) полісемія;

г) номінативна підміна.

3.Ораторська діяльність науковця та викладача, який доповідає про результати дослідження або популяризує досягнення науки − це:

а) юридичне (судове) красномовство;

б) академічне красномовство;

в) політичне красномовство;

г) церковне красномовство.

4. Влучне, гостре або урочисте слово з приводу якоїсь важливої події у приватному житті або у певній гострій чи цікавій ситуації − це красномовство:

а) суспільно-побутове;

б) агітаційне;

в) інформаційне.;

г) церковне.

5. Першим з великих ораторів Афін був:

а) Корак;

б) Лісій;

в) Перікл;

г) Демосфен.

6. Утвердив принцип „риторика − майстер переконання” і розробив ряд засобів, якими оратор може, насолоджуючи душу слухача і приспавши трошки розум, вести його за собою:

а) Арістотель;

б) Горгій;

в) Сократ;

г) Цицерон.

7. Курс риторики в Києво-Могилянській академії студенти вивчали протягом:

а) 1 року;

б) 2 років;

в) 3 років;

г) не вивчали.

8. Видатним професором-ритором Києво-Могилянської академії був:

а) Стефан Яворівський;

б) Ф. Прокопович;

в) Інокентій Гізель;

г) Епіфаній Славинецький.

9. Орація − це те саме, що:

а) позиція;

б) ораторія;

в) промова;

г) аудиторія.

10. Р. Варт, X. Перельман, К. Варга є представниками:

а) класичної риторики;

б) лінгвопрагматичного вчення;

в) неориторики;

г) педагогічної лінгвістики.

Варіант –28

1. Плеоназм – це:

а) логічна помилка, за якої позначене певним словом поняття на наступному етапі вже позначається іншим словом;

б) логічна помилка, при якій поняття визначається саме через себе ("я" є "я"), тобто двічі відтворюється те саме, не поповнюється новою інформацією;

в) логічна помилка, яка трапляється при аналогійній аргументації, коли предмет порівнюється з дією або дія з обставинами тощо;

г) логічна помилка, при якому зміст одного поняття є частиною іншого, переважно ширшого поняття.

2. Г. В. Лейбніц є автором:

а) закону тотожності;

б) закону достатньої підстави;

в) закону суперечності;

г) закону виключення третього.

3. До жанрів академічного красномовства не належить:

а) наукова доповідь;

б) наукове повідомлення;

в) наукова лекція;

г) виступ на ювілеї.

4. Політичне красномовство формується на грунті:

а) дорадчої риторики;

б) епідектичної риторики;

в) судової риторики;

г) агітаційної риторики.

5. Вважав, що першою умовою успіху оратора є жвавість, другою − жвавість,

третьою – жвавість:

а) Демосфен;

б) Клеон;

в) Молон;

г) Сократ.

6. Риторичне вчення виклав у двох трактатах: „Риторика” („Про мистецтво риторики”) і „Поетика”:

а) Катон;

б) Гай Веррес;

в) Арістотель;

г) Клеон.

7. Обов’язковою умовою для викладача риторики в Києво-Могилянській академії було:

а) наявність власної методики викладання;

б) уміння здійснювати емоційний влив;

в) написання власного підручника;

г) орієнтація у виробничих ситуаціях.

8. Риторичний курс Ф. Прокоповича складається з:

а) 10 розділів;

б) 8 розділів;

в) 4 розділів;

г) 7 розділів.

9. Предметом уваги сучасної риторики є:

а) сучасна інтерпретація класичних положень риторики;

б) дискурс, його аспекти;

в) культура спілкування;

г) впливовий потенціал мовлення.

10. Учитель або учень класу риторики, теоретик ораторського мистецтва − це:

а) ритор;

б) оратор;

в) доповідач;

г) лектор.

Варіант –29

1. Закон, який свідчить, що одне із суджень є обов'язково істинним, тоді інше — неістинне, а третього немає, - це:

а) закон тотожності;

б) закон достатньої підстави;

в) закон суперечності;

г) закон виключення третього.

2. Аудиторія – це:

а) короткочасна, відносно стійка спільнота людей, яка постає як єдиний сукупний суб'єкт спілкування;

б) організована сукупність людей, об'єднаних характерними для них відносинами на певному етапі історичного розвитку;

в) сукупність індивідів, що взаємодіють певним чином на основі сподівань кожного члена групи, що розділяються, відносно інших;

г) соціокультурна спільнота індустріальної епохи.

3. Акція – це розділ риторики, який розглядає:

а) виголошення оратором промови;

б) розробку ідей ораторської промови;

в) способи запам’ятовування ораторської промови;

г) розкриває закони мовного вираження теми виступу.

4. П. Сопер вважав, що існує лише два види красномовства:

а) інформаційне, політичне;

б) лекційне, агітаційне;

в) агітаційне, інформаційне;

г) лекційне, політичне.

5. Родоський стиль риторики відзначається:

а) діловитістю змісту;

б) емоційністю;

в) залученням невербаліки;

г) відсутністю стилістичних фігур.

6. „Про оратора”, „Брут”, „Оратор”, філософські „Тулусканські бесіди” − це твори:

а) Цицерона;

б) Цезаря;

в) Квінтіліана;

г) Сократа.

7. Традиції яких видатних ораторів містить у собі концепція Ф. Прокоповича:

а) Демосфена, Цицерона;

б) Цезаря, Сократа;

в) Горгія, Перікла;

г) Квінтіліана, Арістотеля.

8. Розвиток риторики в Україні в ХІХ - поч. ХХ ст.. характеризується піднесенням:

а) академічного ораторства;

б) судового ораторства;

в) політичного ораторства;

г) церковного ораторста.

9. Шлях переконання кого-небудь виконати певну дію (за Д. Карнегі) полягає у:

а) доведенні необхідності виконання дії;

б) використанні прийомів софістики;

в) викликанні бажання виконати певну дію;

г) використанні великої кількості аргументів.

10. Цитата «Все, що людський розум здатний зрозуміти та в що він здатний повірити — можна досягти» належить:

а) Н. Хіллу;

б) Д. Карнегі;

в) Х. Перельману;

г) Р. Варту.

Варіант –30

1. Обов'язковою умовою для встановлення контакту з аудиторією є:

а) прийняття слухачів як рівноправних партнерів по спілкуванню;

б) використання вербальних та невербальних засобів комунікації;

в) оцінювання матеріалу, що стане основою промови;

г) відпрацьованість змісту промови.

2. Етап спілкування з аудиторією, на якому лектор визначає стратегію майбутнього виступу та його основну ідею – це:

а) докомунікативний;

б) перед комунікативний;

в) комунікативний;

г) пост комунікативний.

3. Промова на міжнародній конференції належить до:

а) політичного красномовства;

б) дипломатичного красномовства;

в) судового красномовства;

г) академічного красномовства.

4. Інструктивна промова належить до:

а) військового красномовства;

б) судового красномовства;

в) політичного красномовства;

г) суспільно-побутового красномовства.

5. Для давньоримської риторики характерними є ознаки:

а) складність конструкцій речень;

б) інвективність;

в) емоційність;

г) стилістична неоднорідність.

6. Найвидатнішим ритором і найкращим українським оратором кін. XVII − поч. XVIII ст. вважають:

а) Стефана Яворського;

б) Антонія Радивиловського;

в) Феофана Прокоповича;

г) Еразма Роттердамського.

7. Праця "Спір. Про теорію і практику спору" належить:

а) С. Поварніну;

б) Ф. Прокоповичу;

в) М. Ломоносову;

г) С. Андрієвському.

8. Інститут Живого Слова був відкритий у:

а) 1925 році;

б) 1919 році;

в) 1917 році;

г) 1923 році.

9. Представниками трансцендентної риторики є:

а) Юрґен Габермас, Вітторіо Гесле;

б) Хаїм Перельман, Генрі Джонстоун;

в) Кеннет Берк, Маршалл Маклуен;

г) І. В. Річардс, Хосе Рамірес.

10. Праці «Як перестати турбуватися і почати жити», «Як виробити впевненість у собі і впливати на людей.» належать:

а) Д. Карнегі;

б) В. Гесле;

в) К. Берку;

г) В. Річардсу.