

Риторика та спічрайтинг



Лекція №1

"Предмет, основні закони і категорії
риторики як науки про
красномовство"

План

1. Предмет і завдання риторики
2. Основні поняття риторики
3. Мовленнєві події, ролі й цілі
4. Закони риторики
5. Технології управління аудиторією
6. Риторичний канон

Предмет і завдання риторики

- У перекладі з грецької мови слово *rhetorike* означає «ораторське мистецтво». **Риторика** – це наука, яка вивчає ораторське мистецтво, майстерність публічного виступу перед певною аудиторією. Риторика покликана навчити ефективно впливати на аудиторію, відстоювати чи доводити свою точку зору через публічний виступ. **Риторика** – це наука про мистецтво публічного виступу.

■ *Поетами народжуються,
ораторами стають*

■ (М.Т. Ціцерон)

Два напрями визначення предмета

- **Логічний** (від **Арістотеля**)

Гарне мовлення - переконливе і ефективне. Ефективність - здатність мовлення завоювати визнання (згоду, симпатію, співчуття) слухачів, змусити їх діяти певним чином

- **Літературний** (від **Ісократ**)

Гарне мовлення - пишне, побудоване за канонами естетики

Предметом риторики як навчальної дисципліни є вивчення теорії красномовства і формування необхідних якостей оратора

Підрозділи риторики

- Загальна

Наука про універсальні принципи і правила побудови гарного мовлення, незалежні від конкретної сфери мовної комунікації

- Галузеві

Наука про особливості окремих видів мовної комунікації у зв'язку з умовами комунікації, функціями мовлення і сферами діяльності людини:

- Політична,
- Академічна,
- Юридична,
- Соціально-побутова,
- Богословсько-церковна,
- Військова,
- Торгівельна

II. Основні поняття риторики

- Мова

система засобів (фонетичних, лексичних) і зведення правил (граматика) для передачі певної інформації

Вивчається науками про мову: фонетикою, лексикологією, граматикою.

- Мовлення

вживання мовних засобів, організованих за правилами мови, в певних ситуаціях і контекстах, конкретними комунікантами для досягнення певної мети

Вивчається науками про мовлення — прагмалінгвістикою, соціолінгвістикою, психолінгвістикою, стилістикою

- Мова служить засобом спілкування, пізнання, зберігання і передачі національної самосвідомості, традицій культури і історії народу. Мова виявляє себе лише в мовленні і лише через нього виконує своє головне, комунікативне, призначення.
- Під мовленням розуміють використання людиною мовних багатств в життєвих ситуаціях, результат процесу формулювання і передачі думки засобами мови. Мовленню конкретного мовця притаманні особливості вимови, лексики, структури пропозицій. Таким чином, мовлення є конкретним і індивідуальним.

Поняття, які розкривають зміст комунікації

- Модель комунікації:



- Значну роль в комунікації відіграють **комуніканти** — відправник і отримувач (мовець і той, що слухає, або адресант і адресат). Залежно від типу комунікантів виділяють міжособове спілкування (користуються однією мовою, належать до однієї соціокультурної спільноти людей) і міжмовне (міжкультурне) спілкування представників різних етносів і народів, що говорять на різних мовах.
- **Канал зв'язку** визначає форми, засоби і методи організації і передачі інформації: усне і письмове спілкування, телефонну бесіду або повідомлення в листі, комунікацію індивідуальну і масову, комунікацію у віртуальному середовищі інтернету і т.п.

▪ **Кодування і декодування** повідомлення відображають вибір мовного коду: літературна мова або його діалект, жаргон і т. п. при спілкуванні однією мовою; при використанні декількох мов спілкування — для білінгвального носія мови — це вибір однієї з використовуваних мов.

Від адекватності декодування повідомлення залежить результат спілкування: досягнення запланованого впливу на адресата або його відсутність — дефект комунікації.

▪ **Повідомлення**, його зміст і форма визначаються контекстом і ситуацією спілкування — комунікативними параметрами, що вимагають врахування як лінгвістичних, так і екстралінгвальних чинників. (**Контекст спілкування** – середовище, час, особливості каналу комунікації та інші умови, в яких має місце конкретне спілкування). Виділяють вербальний, соціальний, ситуативний, фізичний, психологічний і інші види контексту. До ситуативних чинників відносять як фізичну ситуацію спілкування (дебати, гра, науковий диспут і тому подібне), так і її стилістичні характеристики: ситуації офіційного / неофіційного спілкування та ін.

Дискурс і текст

- Мовні одиниці повідомлення — пропозиції — об'єднуються в **тексти**. Функціонуючи в реальних мовленнєвих ситуаціях, тексти утворюють **дискурс** (“текст, занурений в життя”).

У найбільш загальному вигляді дискурс є «інтегральним феноменом, мисленнєвокомунікативною діяльністю, що є сукупністю процесу і результату і що включає як екстралінгвальний, так і власне лінгвістичний аспект; у останньому окрім тексту виділяють **пресупозицію** (— імпліцитний (неявний) компонент смислу повідомлення, який повинен бути істинним, щоб повідомлення загалом не сприймалось як аномальне у певному контексті) і **контекст** (прагматичний, соціальний, когнітивний), що обумовлюють вибір мовних засобів».

Дискурс і текст

- **Текст** (від лат. *textus* - «тканина, сплетіння») виникає й існує лише в процесі спілкування; це мовленнєва одиниця, втілення комунікативного акту; це послідовність вербальних знаків.
- **Текст** - словесний усний або письмовий твір, що є єдністю деякого більш менш завершеного змісту (сенсу) і форми (мовлення), що формує і виражає цей зміст.

Заголовок текста.

Рассмотрим первым делом выравнивание текста посередине, левому, правому краю и по обеим сторонам, т.е. по ширине. Для этого нам надо немного набрать текста, что бы на нем экспериментировать и применять те инструменты, которые мы рассматриваем.

Рассмотрим первым делом выравнивание текста посередине, левому, правому краю и по обеим сторонам, т.е. по ширине. Для этого нам надо немного набрать текста, что бы на нем экспериментировать и применять те инструменты, которые мы рассматриваем.

Рассмотрим первым делом выравнивание текста посередине, левому, правому краю и по обеим сторонам, т.е. по ширине. Для этого нам надо немного набрать текста, что бы на нем экспериментировать и применять те инструменты, которые мы рассматриваем.

Рассмотрим первым делом выравнивание текста посередине, левому, правому краю и по обеим сторонам, т.е. по ширине. Для этого нам надо немного набрать текста, что бы на нем экспериментировать и применять те инструменты, которые мы рассматриваем.

III. Мовленнєві події, ролі й цілі

- Будь-яка передача думок за допомогою слів як закінченого факту є **мовленнєвою подією**.

Це може бути:

- монолог,
- діалог,
- диспут,
- окрема фраза,
- вигук.



Мовленнєва подія

Мовленнєва подія складається з двох основних компонентів

1) мовленнєвої поведінки,

2) мовленнєвої ситуації,

Мовленнєва поведінка

ВХОДЯТЬ:

- власне слова (зміст мовлення);
- звучання слів (форма мовлення);
- жести і міміка;
- просторова поведінка (взаємне розташування співрозмовників).



Мовленнєва ситуація

визначають:

- **соціальні чинники** — відношення між учасниками мовної події — оратором і мовним середовищем (аудиторією);
- **чинники місця дії** (фізичний чинник) — матеріальна обстановка (будинок, сад, вулиця, літак і тому подібне).



Мовленнєва роль

- Кожен учасник мовленнєвої події відіграє свою **мовленнєву роль**, виконує закріплену за ним функцію в процесі спілкування.

Ця роль залежить від:

- статусу учасників спілкування,
- їх особистих взаємин,
- настрою в даний момент,
- повороту подій в процесі спілкування.

Мовленнєва роль є проекція соціальної ролі на мовну ситуацію плюс вплив мовної ситуації як такий.

Мовленнєва роль

- Мовленнєва роль може бути:
 - Статусна,
 - Ситуативна,
 - Миттєва.

Мовленнєві цілі

- Будь-яка свідома дія має мету. **Мовленнєва мета** — це результат, який ми хочемо отримати від своєї промови. Загальний сенс всіх комунікативних актів полягає у тому, щоб після їх здійснення нам стало краще, ніж було до цього.
- Кожен учасник мовленнєвої події повинен чітко уявляти собі свою мовленнєву роль і мовленнєву мету, а також мовленнєві ролі і цілі своїх співрозмовників. Необхідно знати, що, кому і навіщо говорити, а також розуміти, хто, що і навіщо говорить нам.

Основні мовленнєві цілі зводяться до наступного:

- проінформувати; довести свою правоту (переконати);
- спонукати до дії ;
- обговорити проблему
- знайти істину;
- виразити своє розуміння і дати свою оцінку;
- доставити собі і співрозмовникові задоволення самим процесом спілкування;
- дати вихід власним емоціям;
- створити певну психологічну атмосферу.

Мовленнєві цілі

- У комунікативному акті може бути декілька загальних цілей, але другорядні цілі необхідно підпорядковувати головній, уміти вибудовувати їх ієрархію.
- Мовленнєва мета є не лише у оратора, але й у слухача, що називається мовленнєвим очікуванням; це те, про що слухач бажає дізнатися від оратора, те, задля чого він, наприклад, прийшов на лекцію, на мітинг, включив телевізор і тому подібне. Здійснювати будь-яку мовленнєву подію варто лише у тому разі, якщо у оратора і у слухача в достатній мірі перетинаються їх **смислові поля**.




Смислове поле мовленнєвої події

- **Смислове поле мовленнєвої події** – це її зміст, що розглядається з урахуванням його загальної мовленнєвої мети: що і навіщо я хочу розповісти (як оратор) або почути (як слухач). Зона пересічення смислових полів оратора і слухача визначає собою смислове поле мовлення.

IV Закони риторики

- Всі риторичні параметри мовлення повинні відповідати її цілі, забезпечуючи необхідну оратору реакцію адресата. Вирішенню цього завдання служать **чотири закони загальної риторики**.

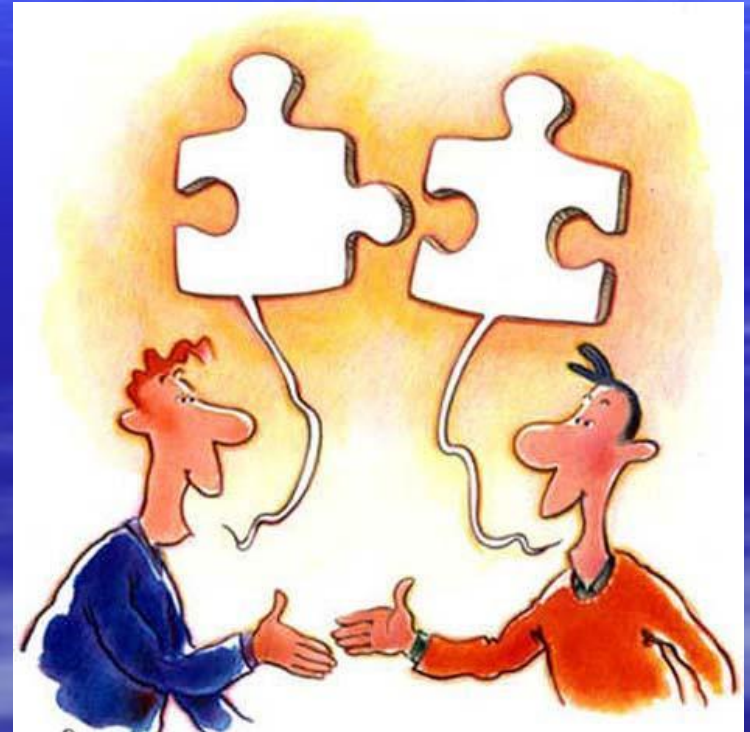
Перший закон - закон гармонійного діалогу оратора і слухачів. Для збігу мовних цілей оратора і слухачів необхідні:

-  достатня вихідна обізнаність слухачів в даній темі та їх зацікавленість в ній;
-  загальна ціннісна орієнтація оратора і слухачів;
-  дохідливість, конкретність і наочність викладу.

Перший закон

Понад те, необхідно, щоб будь-яка мова, навіть якщо це великий монолог, була **діалогізованою**.

Діалог (тут не як обмін висловлюваннями, а як обмін почуттями, духовний резонанс) - це вихідні умови досягнення належною мірою гармонії (**згоди**) між оратором і аудиторією.



Прийоми діалогізації мовних дій оратора

1. Увага до адресата.

Слухача треба вивчати, знати його інтереси, проблеми, пристрасті, «хворі місця», психологічний склад, - все, що може вплинути на результат вашої мови.



Прийоми діалогізації мовних дій оратора

2. **Близькість теми слухачеві.**

Близькими адресату повинна бути не тільки тема в цілому, але і підхід до неї, кут зору, а також її приватні аспекти. Найважливіше - спільність оціночної позиції (якщо тільки ви не ставите собі за мету перепереконання слухачів), безперечність прикладів і авторитетів.

Якщо уміло подати цікавий матеріал, то разом з ним слухач охоче сприйме й незначну кількість нецікавого (явище емоційної інерції)



Прийоми діалогізації мовних дій оратора

3. Конкретність і наглядність

- Образ, приклад, ілюстрація, колоритні порівняння, моделі та аналогії
- За допомогою узагальнень ораторів слухачі досить легко переходять з конкретного рівня сприйняття на рівень абстрактний.



Другий закон риторики

- **Другий закон загальної риторики** - закон орієнтації адресата

в структурі мови.

- ✓ Важливо не тільки дати слухачам тему мови та її план (останній дотримується далеко не в усіх мовних жанрах), але і періодично давати їм зрозуміти, в якому місці мовного маршруту знаходяться в даний момент оратор і слухачі.
- ✓ Важливо також виділити структурні частини виступу особливими фразами, інтонацією і жестами, щоб адресат міг точно розрахувати витрати своїх сил на решту мови.
- ✓ Краще закінчити трохи раніше, ніж цього очікує слухач.
- ✓ Стислість - одне з безперечних достоїнств оратора.

Третій закон риторики

- Третій закон - закон емоційності мови.

Емоційне забарвлення в багатьох (хоча і не у всіх) видах усних виступів вельми бажана, а в деяких - просто необхідна. Емоції часто є найкоротшим шляхом до уваги слухачів.



Четвертий закон риторики

- Четвертий закон - закон позитивної психологічної настройки слухачів. Приємному оратору вірять більше, ніж неприємному. Те саме можна сказати і до його мови.
- **Але!** не можна сподобатися абсолютно всім, особливо в аудиторії, поляризованої з точки зору цінностей (група сперечальників, парламент, мітинг, судова колегія і т.п.). Догодити одним - значить налаштувати проти себе інших

Якості оратора, які спричиняють успіх

Мова досягає мети лише тоді, коли слухач довіряє оратору. Для цього останній повинен володіти такими якостями:

- **Чарівність** - вміння подобатися іншим. Тут, крім того, що прийнято називати хорошими манерами, важлива природність, вміння бути самим собою, не брати на себе не притаманні вам органічно і не потрібних ситуацією мовних ролей.

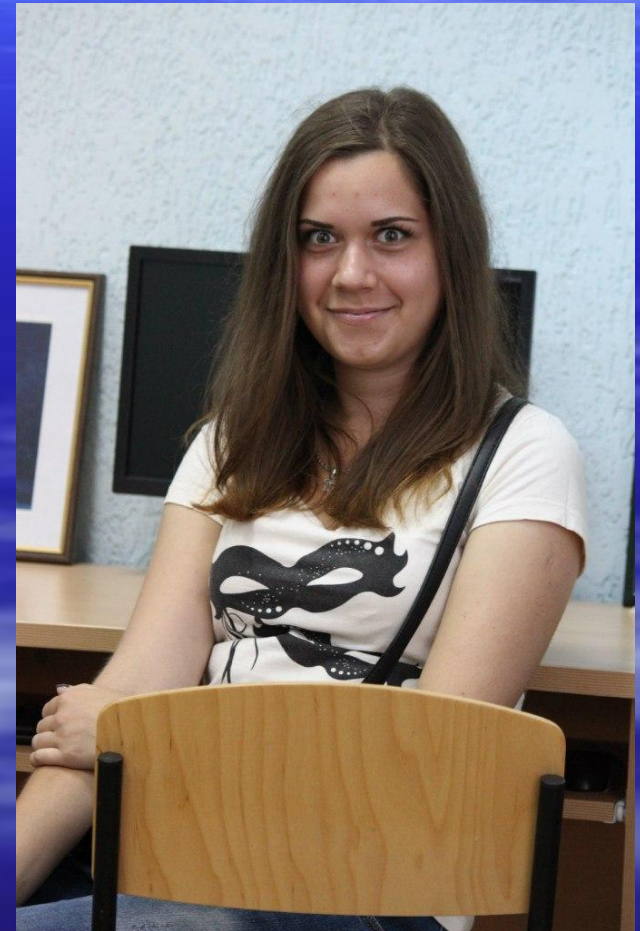


Якості оратора, які спричиняють успіх

- **Артистизм** - вміння грати за правилами, прийнятим в даному середовищі.

«Все життя - театр і люди в ньому актори» (В. Шекспір).

Мовну роль, як і соціальну, треба вміти грати, знаючи правила гри стосовно будь-якої мовної ролі і мовної ситуації



Якості оратора, які спричиняють успіх

- **Впевненість.**

Чим чіткіше і однозначно сформульована мова і чим твердіше вона звучить, тим більше ефект навіювання.

Але не слід налаштовуватися як на надто сприятливий, так і на свідомо невдалий результат вашої мови. Навчіться сприймати плюс як плюс, а мінус - як нуль (не в аналітичному, а в чисто психологічному плані).



Якості оратора, які спричиняють успіх

- **Дружелюбність.**

Який оратор в своєму ставленні до слухачів, такі і вони до нього. Хочете нажити ворогів - атакуйте слухачів, хочете знайти друзів - поважайте їх. Шукайте спільне між собою і потенційними союзниками, а в відмінності намагайтеся пригасити.



Якості оратора, які спричиняють успіх

- **Щирість.**

Ця якість або його відсутність в оратора виявляються будь-якою аудиторією миттєво і, як правило, безпомилково. Брехливу мову будь-які словесні хитрощі зроблять лише ще більше штучною та відразливою. Щирому оратору слухач прощає багато недоліків не тільки форми, а й змісту промови.



Якості оратора, які спричиняють успіх

- **Об'єктивність**

чесність у викладі чужої позиції, недопущення вільно чи не вільно підтасовок, служби активів (перебільшення, приписування уявних дій або намірів, підміна фактів і логіки емоціями, лайливими або хвалебними ярликами).



Якості оратора, які спричиняють успіх

- **Зацікавленість
предметом мовлення.**

Тільки магніт притягне залізо. Сумує оратор - нудьгує і публіка, і актуальність обговорюваної теми лише частково компенсує його млявість.



Технології управління аудиторією

- Короткі промови (до 5 хвилин)
- Довгі промови (30 хв.)

Короткі промови

Більшість виступів короткі: в дебатах голова дає всього по 4-5 хвилин, однак тут починає позначатися сукупний ефект втоми (від промов попередніх ораторів), і якщо ви виступаєте ближче до кінця дебатів, то ваші наслідки будуть падати на вельми виснажений ґрунт.

Потрібно:

- узагальнити у своєму слові все сказане до вас однодумцями і опонентами.
- підсилити голос
- додати пафосу
- викласти замість деталей теми назрілі конкретні пропозиції (це називається «проїхатися на чужій спині»)
- Ідеально – укластися в 3 хвилини, оскільки максимум уваги при налаштуванні аудиторії на коротку промову припадає саме на третю хвилину: саме тут слід подати основну тезу виступу у вигляді 10-15-секундної фрази і на цьому закінчити

Довгі промови

- 1) **Контрастна подача матеріалу** (поєднання відомого адресату з невідомим, важкого - з легким, спірного - з безумовним, серйозного - зі смішним; критику з похвалою, пафосного - зі спокійним викладом матеріалу).
- 2) **Мовні модуляції** - зміна темпу мови, сили голосу у відповідності до змісту сказаного.



Довгі промови

- 3) **Зворотній зв'язок з аудиторією.** Якщо слухачі починають відволікатися або засипати, треба терміново застосувати один з прийомів змістовного, стильового чи вокального перебою. Іноді буває корисно витримати привертає увагу паузу або демонстративно відкашлятися.
- 4) **Смислові кванти** - 5-7-хвилинні відрізки, які має сенс виділяти в розлогіх промовах для кожного приватного сюжету або тези з його доказами, бо увагу середнього слухача здатне безперервно утримуватися на одній темі якраз такий час.

Довгі промови

- 5) **Дотримання закону краю** (краще запам'ятовуються початок і особливо кінець будь-якого інформаційного блоку) на мікро-, мезо- і макрорівні, тобто в кожному тезі-квант, в кожній частині виступу (початок, середина, кінець) і у всій мови. Кінець мови важливіше її початку, оскільки він підводить природний, психологічно очікуваний підсумок всієї промови
- 6) **Поглиблення аргументації**: чим гостріше йде полеміка і чим більш принципово оратор обстоює свою тезу, тим влучніше слід зосередитися на ньому, розвиваючи аргументацію. При цьому рішуче відкидають масу дрібних, слабких, хоча і по-своєму цікавих доводів, лише розпилюють увагу адресата при дефіциті відпущеного часу.
- 7) **Облік особливостей аудиторії**. Чим молодша, багаточисельніша та нижча за освітнім рівнем аудиторія, тим простіше повинна бути мова за змістом, формою та структурою.