

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

ПРАКТИЧНА РИТОРИКА

ПРОГРАМА
навчальної дисципліни за вибором
підготовки докторів філософії зі спеціальності
«Культурологія»

Харків - 2016

РОЗРОБЛЕНО ТА ВНЕСЕНО: Харківська державна академія культури,
факультет культурології, кафедра менеджменту соціокультурної діяльності

РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ: канд. пед. наук, доц. Іванова І.Б.,

Затверджено Радою факультету культурології ХДАК
“16 ” квітня 2016 року, протокол № 10

ВСТУП

Програма вивчення навчальної дисципліни за вибором “Практична риторика” складена відповідно до освітньо-професійної програми підготовки аспіранта спеціальності «Культурологія».

Предметом вивчення навчальної дисципліни є основи риторики, активна вербальна комунікація, практичні засоби персуазивної комунікації.

Міждисциплінарні зв'язки: навчальна дисципліна пов'язана з іншими дисциплінами культурологічного циклу — «Основи теорії комунікації», «Соціологія», «Історія культури», «Лінгвокультурологія», «Теорія аргументації» та ін.

Програма навчальної дисципліни складається з таких **змістових модулів:**

1. Теорія риторики.
2. Практична риторика як риторика переконливої комунікації.

1. Мета та завдання навчальної дисципліни

1.1. формування системи знань і навичок щодо структурування й ведення публічного виступу; вивчення методик творення комунікативно вдалого повідомлення, організація інформаційного забезпечення, ознайомлення з існуючими у сучасній науковій парадигмі тактиками й стратегіями текстотворення; ознайомлення з основами риторики та теорії аргументації.

1.2. Завдання навчальної дисципліни:

- ознайомити студентів з теоретичною базою та історією досліджень в області семіотики, лінгвокультурології;
- визначити проблеми, завдання, методи конструювання семіотичних систем в культурній традиції в Україні;
- виділити систему наукової термінології, що формує понятійний апарат у культурології, лінгвістиці, філософії та соціології;
- виявити та згрупувати систему семіотичних опозицій і парадигм базових концептів мови й культури українців;
- навчити аналізувати й оцінювати рівень відповідності й ефективності сучасних стратегій менеджменту;
- ознайомити студентів зі стратегією й тактикою створення національно маркованого продукту;
- навчити студентів використовувати словники, довідкову літературу для самостійного визначення способу викладення інформації.

Мета: формування системи знань і навичок щодо структурування й ведення публічного виступу; вивчення методик творення комунікативно вдалого повідомлення, організація інформаційного забезпечення, ознайомлення з існуючими у сучасній науковій парадигмі тактиками й стратегіями текстотворення; ознайомлення з основами риторики та теорії аргументації.

1.3. Згідно з вимогами освітньо-професійної програми аспіранти повинні:

знати:

- об'єкт, предмет, структуру риторики як науки;
- основні концепції науки про комунікацію;
- еволюцію поглядів на риторику як науку;
- історію риторики, її основні персоналії;
- сучасні проблеми класифікації риторики;
- визначення базових термінів риторики;
- основні закони функціонування комунікативних одиниць;
- методи використання переконливих стратегій і тактик на практиці.

уміти:

- самостійно та вільно орієнтуватися в теоретико-методологічних засадах риторики;
- обґрунтовувати власну думку щодо дискусійних проблем красномовства;
- застосовувати знання щодо основних законів риторики на практиці;
- використовувати моделі аргументації, тактики та стратегії на практиці.

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 90 години / 3 кредити ECTS, з них 30 годин аудиторних занять (16 год. – лекційних занять, 14 год. – практичних, 60 год. – самостійна).

2. Інформаційний обсяг навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теорія риторики. Риторика як наука і навчальна дисципліна. Визначення поняття «риторика». Міфологія красномовства. Основні поняття класичної риторики. Основні розділи класичної риторики.

Змістовий модуль 2. Практична риторика як риторика переконливої комунікації. Два напрямки сучасної риторики. Риторика тексту. «Чорна риторика». Маніпулювання – «шокова атака». Виникнення нової риторики.

Змістовий модуль 1. Теорія риторики

Тема 1. Риторика як наука і навчальна дисципліна

Риторика як наука і навчальна дисципліна. Визначення та завдання науки. Функції науки: описова, гносеологічна, прогностична. Властивості науки: об'єктивність, впорядкованість, раціональність, всеохватність, інтернаціоналістичність, конвенціональність, уніфікованість, спадкоємність, діахронічність, прискореність, безмежність, непередбаченість та ін. Рівні та процеси інституціоналізації наукового знання.

Основні ознаки науки: наявність власного предмета, теорії, законів. Додаткові ознаки науки. Об'єкт, предмет, структура риторики. Історія, теорія, методологія досліджень комунікативної діяльності.

Порівняльний аналіз сучасних концепцій та визначень риторики як науки. Три моделі риторики: метанаука, міждисциплінарна галузь знань, інтегративна наукова дисципліна. Сучасні дискусії щодо статусу та структури, призначення риторики.

Тема 2. Визначення поняття «риторика»

Історичні етапи риторики як наукової дисципліни.

Передумови виникнення риторики.

Слово «риторика» має давньогрецьке походження й у перекладі означає «ораторське мистецтво». У східнослов'янських перекладах на початку писали це слово через «е»: «реторика». У первинному своєму розумінні риторика – це наука про мистецтво публічного виступу. Головною метою такої риторики є навчання ефективного впливу на аудиторію за допомогою майстерно підготовленого й висказаного мовлення.

Головними діючими особами в риторичі із часів Давньої Греції вважають риторів і ораторів. Ритор – це людина, що прекрасно володіє й розмовною мовою, і теорією, часто є викладачем цієї дисципліни. Слово «оратор» (лат. orare «говорити», «молитися») має два значення: 1) людина, що

виголошує промову; той, що виступає з доповіддю або лекцією; 2) людина, що вмiє добре говорити, майстерно володiє мистецтвом слова.

О. Ф. Конi також проводив певну грань мiж риторикою й красномовством i писав, що пiд красномовством треба *«розумiти дарунок слова, що хвилює й захоплює слухачiв красою форм, яскравiстю образiв i силою влучних виразiв, ораторське мистецтво – це вмiння говорити грамотно, переконливо. Красномовству навчитися не можна, а ораторству - можна через завзяту працю»*.

Риторика насамперед наука лiнгвiстична, бiльше того, наука практична. А оскiльки жодна сфера дiяльностi сучасної людини не обходиться без мовної комунiкацiї, то риторика можна вважати дисциплiною унiверсальною. Вона необхідна у всiх галузях професiйного навчання, у всiх сферах суспiльно-полiтичного й культурного життя краiни.

Риторика за минулi тисячолiття стала науковою й навчальною дисциплiною (у цьому значеннi ми й уживаємо цей термiн). Крім того, риторика - це мистецтво (воно позначено росiйським словом «красномовство»). Буває, що слово «риторика» уживається також i з iронiєю. Зазвичай так називають порожнє, позбавлене будь-якого змiсту й користi мовлення, гучнi й порожнi обiцянки. I всi цi значення пов'язанi з iсторiєю риторики, її становленням, злетами й падiннями, кризами й вiдродженнями в iншiй подобi.

Актуальнiсть риторики як навчальної дисциплiни продиктована не тiльки її унiверсальнiстю, але й феноменальнiстю її складової - мови. Мовна дiяльнiсть розкриває широкi можливостi: вiд простого спiлкування до створення культурних i художнiх шедеврiв. Мовлення визначає iндивiдуальнiсть людини, поєднує з колективом, моделює вчинки, дозволяє реалiзувати багато iдей i бажань.

Риторика - ця наука ефективного досягнення мети. Вiд ступеня володiння мовленнєвими навичками часто залежить успiх задуманого. Однак до слiв необхідно приєднати ще професiоналiзм, майстернiсть i дисциплiнованiсть.

Риторика - це наука творча, в основi її лежать закони мислення й мовлення, правила утворення текстiв, усного й письмового. Для того, щоб опанувати ораторську майстернiсть, необхідно досконало володiти мовленнєвими ресурсами й багажем знань.

За о. Волковим, риторика – це класична наука про доцiльне й доречне слово, котра необхідна в наші днi як iнструмент керування й благоустрою життя суспiльства, формування людської особистостi через слово.

Риторика – це наука про способи переконання, ефективнi й лiтературно доконанi форми впливу через слово на слухача або аудиторiю з урахуванням особливостей околomовленнєвої ситуацiї. Це наука про вплив на людину за допомогою слова. Тому центральними категорiями для вивчення цього впливу є категорiї переконання, твердження, емоцiйної оцiнки, а також методи найбільш ефективного впливу на свiдомiсть слухача. Фактично, об'єктом сучасної риторики стають способи впливу мовлення на людину - мовленнєвий вплив. Риторика – це наука про ефективне публiчне мовлення.

Змiни в життi людини й суспiльства ставлять перед наукою новi завдання, вимагають розробки передових технологiй i методик. Так i риторика змiнюється iз плином часу. Сьогодні ми говоримо про те, що поряд iз класичною риторикою в парадигмi гуманiтарного знання розроблена нова риторика. Це системна дисциплiна, що використовує досягнення цiлого ряду наук: лiнгвiстики, психологiї, фiлософiї, теорiї масової комунiкацiї, реклами, соцiологiї, етнологiї тощо. Науку про мовний вплив i ефективнiсть спiлкування називають неориторикою. Структурними пiдроздiлами її будемо вважати риторику, мiдариторику, мiжособистiсний вплив i рекламу. Iз цього погляду риторика - це

- наука про ефективне публiчне мовлення
- наука про мiжособистiсне спiлкування - про ефективнiсть мовного спiлкування в умовах комунiкативного мiжособистiсного контакту.
- наука про рекламу – наука про способи й методи ефективного впливу в усiх формах на потенцiйного споживача товарiв i послуг.

Говорячи про риторику минулого, сьогодення й майбутнього, варто пам'ятати, що впливати за допомогою слова завжди можна по-рiзному. Наказ, закон, правило, обман, пропаганда - усе це випадки примусового словесного впливу на слухача. Усi вони формулюються й звучать прямо й конкретно з опорою на силу й загальне визнання. А обман, вселяння, пропаганда, реклама - це манiпулювання, де прихований примус до пiдпорядкування чужiй волi, замасковано й заховано. А мистецтво красномовства, умiле володiння прийомами цiєї майстерностi повинне приводити до добровiльної згоди слухачiв iз ритором.

Предметом риторики є мовлення, iнформативно повне в данiй конкретнiй ситуацiї. Манiпулювання свiдомiстю, психологiчно «важка» обробка словом для риторики не основнi

напрямки, однак необхідно знати й це, хоча би з позиції слухача, що сприймає мовлення. Знання прийомів так званої «чорної» риторики навчить виявляти, розгадувати й усувати її вплив.

Параметрами успішності мовлення є її привабливість і красивість. Гарне оповідання хочеться й приємно слухати, з естетично довершеними доводами мовця легше погодитися. Людина, що володіє гарним і привабливим мовленням, - бажаний співрозмовник. Хоча ці параметри важливі для мовної діяльності, однак уявлення про прекрасне в кожній окремо взятій культурі й народності різні. Тому для здійснення вдалої мовної дії необхідно знати естетичні уподобання даного конкретного колективу слухачів. Недарма видатний оратор Древньої Греції Цицерон уважав красу головною якістю переконувального мовлення. У нашій книзі красі мовлення й думки, що породжує естетику, буде приділена особлива увага. Але намагаймося не в усьому довіряти й Цицерону: все-таки головна властивість мовлення не краса, а переконливість.

Таким чином, центральною проблемою риторики є створення найбільш ефективного комунікативного мовленнєвого акту: гармонійного, ясного й переконливого. Модель такого риторичного впливу можна представити в такий спосіб: слухачеві або колективу слухачів невідомий або неясний (але цікавий!) факт або проблема. За допомогою мовлення їм проясняють питання, пропонують розв'язати проблему, показують вторований та легкий шлях для реалізації бажаного. За це слухач платить певну ціну - він приймає пропоноване рішення, тобто картину миру мовця. Це й є ефективний мовленнєвий вплив.

Небезпека навіювання в риторичній практиці криється в тім, що неістинне мовлення завжди опирається на ту або іншу систему риторичних правил, а заборона обману є однією з умов функціонування такої системи. Рано або пізно ораторові доведеться піднімати питання етики й моралі, звертатися до норм суспільства, заснованих на правдивості. І тоді він виявиться в положенні героїв Салтикова-Щедріна та Чехова, що діяли «стосовно до підлості» і зрештою одержували за це удар у спину від того, хто керувався тим же принципом. Крім того, ошуканцеві залишається лише сподіватися, що обман ніколи не розкриється, що при активному мовному поведженні вкрай мало ймовірно.

Набагато складнішою виявляється ситуація з маніпулюванням у мовленнєвій діяльності. Словами наївної риторики, позанаукового, міщанського уявлення про мовленнєвий вплив «маніпулювати» значить «морочити голову». Важливою умовою можливого маніпулювання є наявність в аудиторії слухачів з некритичним мисленням (як правило, низького культурного й соціального рівня), а об'єктивною умовою – відсутність незалежних джерел інформації. У більшості культур до жертв маніпуляцій ставляться зі співчуттям, істина, так чи інакше, відкривається, тим самим назавжди підриваючи авторитет ошуканця й довіру до нього. Особливо негативно оцінюються маніпуляції, звернені на дітей, хворих і незахищені соціальні шари населення.

Тема 3. Основні розділи класичної риторики.

В класичній риториці за основні структурні й змістові розділи вважають **інвенцію, диспозицію, елокуцію, елоквенцію, меморію й акцію**.

Інвенція (від лат. Invention - винахід, вигадка) - це етап підготовки до промови, на якому розробляється задум, ідея, формуються гіпотези майбутньої промови. На цьому етапі необхідні знання збираються й систематизуються, усієї маси матеріалу відбираються найбільш необхідні дані, вони й стануть предметом майбутнього повідомлення. Основною метою інвенції є вдалий вибір предмету промови й обсяг висловлення. А також намір правильно розкрити предмет промови настільки, щоб досягти виконання поставленої мети.

Диспозиція (від лат. dispositio – розміщую, розташовую) – другий етап формування промови й відповідний розділ риторики, у якому формуються основні поняття про предмет виступу, а також визначаються послідовність і структура подання й використання основних понять та фактів у висловленні. Гарна диспозиція – це правильна послідовність положень, які не суперечать один одному, а перше гармонійно переходить в друге і т. д., логічно й емоційно веде до висновків або висновку. Диспозиція припускає вибір логічних операцій, котрі сприяють гармонізації композиції промови, так знімається можлива непослідовність і протиріччя у висловленні.

Елокуція (від лат. elocutio – висловлююся, викладаю) – третій розділ класичної риторики, де використовуються закони мови для матеріального вираження мовлення. Елокуція є складовою не тільки класичної, але й сучасної риторики (вчення про тропи, стилі й фігури).

Підготовчі етапи – інвенція й диспозиція, матеріалізуються мовними засобами в елокуції. У результаті задум, втілений у мові, здобуває нові змістовні, емоційні, оцінні, вольові відтінки основного змісту промови. Якщо перший і другий етапи пройшли успішно й правильно, тоді мовний матеріал легко лягає на підготовлену структуру. Можливо, при необхідності використання

різноманітних фігур мовлення. Такі виходи за межі логічної побудови (зміщення логіки –паралогіка) можуть зробити мовлення ефектним й надзвичайно переконливим.

Меморія (лат. *memoria* – пам'ять, спогад) – розділ риторики, котрий складається із системи правил і прийомів, що допомагають запам'ятати основне в промові. Оратор не повинен забувати слова й плутатися у фактах і даних, а також в образних фігурах. Оратору пам'ять необхідно тренувати: розвивати оперативну пам'ять, навчитися швидко пригадувати необхідну інформацію.

Акція (лат. *actio* – дія, дозвіл) – розділ класичної риторики, призначення якого полягає в підготовці оратора до виступу. Найчастіше погано прислужиться ораторові нервозність і хвилювання: ретельно підготовлена промова ризикує провалитися, якщо оратор психологічно не готовий. Велике значення має самоконтроль і вміння імпровізувати, орієнтуватися на аудиторію й відповідно щось змінювати.

Акція вимагає від оратора відповідності зовнішнього вигляду й мовленнєвій ситуації, це потрібно для того, щоб справити позитивне враження на аудиторію. Це насамперед гарна дикція, виразна й помірна міміка, вміння тримати паузу й позувати. Після самого виступу ораторові необхідний гарний відпочинок, релаксація. Тобто потрібно зняти найбільшу емоційну, фізичну, психологічну напругу, що супроводжують оратора під час виголошення промови.

Тема 4. Міфологія красномовства

Риторика як більшість гуманітарних дисциплін сходить до міфології як первинної форми людського світосприймання. У міфології знайшло своє застосування й мистецтво красномовства, майстерне вміння переконувати, пояснювати й прояснити. Володіння оповідача пісенно-поетичною майстерністю впливало на слухачів, народжувало в них віру й благоговіння перед могутністю богів.

У цивілізації Давнього Єгипту захисником усього розумного був бог Тот. Цей небожитель зберігав знання й давав їх людям, володів часом, таємницями письменства й слова. На древніх фресках поруч із Тотом зображувалися старовинний бог, чарівник слова, Ху й богиня мудрості Сіа.

Давньоіндійська міфологія створила двох богинь красномовства. Сарасваті - «богиня священного мовлення», «витончена» була покровителькою ораторської майстерності й мудрості, наук і мистецтв. Вона вважається творцем санскриту (священної мови) і алфавіту девангарі. Паралельно із цими своїми можливостями Сарасваті управляла чистою водою. Тобто в розумінні давніх індійців мовлення, немов джередбна вода, повинна бути чистою, ясною й швидкою. Сарасваті – річка та її богиня – описані у «Ригведах» як найшановніша серед могутніх, їй присвячені три гімни.

Богиня слова Вач (буквально «мовлення», «слово») вважалася царицею серед богів, вона – власниця безлічі багатств. Давньоіндійський епос містить окремий гімн, присвячений цій богині, у тому числі майстерністю повелівати молитвою та гімном. Той, до кого Вач має прихильність, стає сильним та мудрим брахманом. Вач – це тріада думка-слово-справа та особлива сила слів, що звучать.

У грецькій міфології музи, доньки громовержця, були мешканками беотійських гір Парнас та Гелікон, вони супроводжували Аполлона – бога світла, гармонії, мистецтва і краси. Мистецтвом красномовства відала старша з дев'яти муз - «прекрасноока Каліоппа», «та, що має прекрасний голос», дочка Зевса й титаніди Мнемозини (богині пам'яті). На честь Мнемозини названий окремий розділ риторики - мнемоніка (меморія), він присвячений правилам запам'ятовування промови. Сама ж Каліоппа зображувалася прекрасною дівочою з навощеною табличкою й стилосом (загостреною паличкою для письма) у руках. Ця Муза вчила співати Ахілла й стала матір'ю легендарного співака й музиканта Орфея.

У Давній Греції риторикою відали три богині: богиня переконання Пейто, дві богині Еріди (богині спорів). Богиня Пейто була супутницею Афродіти й Гермеса, а от Еріди були протилежні за характером одна одній. Перша прагнула до гармонії, а друга сіяла розбрати й незгоду, доводила будь-яку суперечку до війни або вбивства.

Богом красномовства для передачі новин та ділової інформації вважався Гермес, оскільки саме вини був глашатаєм Зевса. До того ж Гермесу складали молитви дипломати та послы, щоб той охороняв їх та зробив їх місії успішними.

У римській культурі риторика зображувалася у вигляді гарної жінки - богині мистецтв, одягненої в дорогі шати, на котрих були виткані фігури мовлення, красуня сиділа на троні, оточена божественним сяйвом. З її прекрасних вуст росла лілія - символ краси, а в руках вона тримала меч - символ грізної зброї. Поруч із цією богинею зображувалися кращі оратори Рима, такі, як Вергілій і Цицерон.

У Японії з давніх часів серед семи богів щастя знаходився й Бенсай-Тен – бог красномовства. Завдяки силі слова він здатний був продовжити життя, збагатити, дарувати мудрість і багатство,

захистити від зла й інших неприємностей. Зображувався Бенсай-Тен людиною, що сидить на драконі або змії й грає на музичному інструменті, що називається біа.

Таким чином, з найперших спроб усвідомити себе й навколишній світ людина намагалася зробити своє мовлення красивішим та досконалішим. Могутністю, красою й глибинним знанням характеризувався кожний персонаж з міфології народів світу, котрий пов'язувався з мистецтвом створення гарного слова, поезії мовлення.

Тема 5. Основні поняття класичної риторики.

Риторика в класичному її розумінні, реалізується в таких основних поняттях, як **логос, етос, пафос, топос**.

Логос реалізований у двох групах понять – «слово, мова, мовлення» і «думка, мислення, розум». Їхня єдність виявляється необхідною умовою для здійснення мовленнєвої діяльності.

Логос уважається однією з основних підвалин класичної риторики й тлумачиться як майстерність з'єднати думку й слово. Тобто слова, розташовані лінійно й змістовно вагомі, повинні передавати думку й іти від цієї думки й змісту до наступної.

Арістотель – творець такої концепції логосу, розділяв останній на два різновиди: 1) силогізм (висновки, що йдуть від загального до частини); 2) ентимему (скорочений, нерозгорнутий силогізм, де хід міркувань прихований, а дається тільки результат).

У сучасній риториці логічність є однією з основних вимог до висловлення й тексту.

Етос з давньогрецької перекладається як «звичай», «звичка», «характер», «вдача». Етос контролює наявність певних моральних принципів в оратора. Ці принципи повинні звучати у промові. Риторичний ідеал не мислиться без етичної установки.

Як одне з понять класичної риторики, етос визначав морально-етичну поведінку оратора. Відомий своєю аморальністю чоловік навряд чи зможе переконати й залучити на свою сторону суспільство. Без наявності моральних обмежень для самого мовця будь-яка промова перетворюється на обман, втрачає свою первинну істинність. Арістотель наголошував на тому, що «істина й справедливість за своєю природою сильніша, ніж їхня протилежність». Аудиторія завжди створює образ мовця й оцінює його моральні якості, котрі неминуче розкриються у промові.

Відомо, що риторику як технологію мовлення можна обернути на зло, оскільки так можна маніпулювати розумом і почуттями слухачів, однак рано або пізно це обернеться на шкоду самому ораторові.

В античній риториці поняття «етос» тлумачилося дуже широко. Арістотель зазначав, що кожен різновид промови (судова, дорадча, похвальна і т.п.) володіє власним етосом. У судовій промові визначальними критеріями є справедливість і несправедливість, у дорадчій – користь або шкода, а в похвальній – хвала або критика.

Про характер етосу церковної риторики можна судити, згадавши слова християнського проповідника Василя Великого: «... будь добрим із другом, не злопам'ятним до пихатого, людинолюбним до смиренного, утішай злочасних, відвідуй хворих, зовсім ні до кого не стався із презирством, вітайся із приємністю». **Пафос** перекладається з давньогрецької як «почуття», «пристрасть» – це інтелектуальний, вольовий і емоційний настрій мовця, котрий відбивається на характері комунікації й у його результатах – готовій промові.

Пафос розробляється в естетиці й, так трапляється, що диктує стиль життя. Теперішнє мистецтво красномовства створюється пафосом, він визначає ступінь майстерності проголошеного висловлення. Вдало взятий пафос у промові знаходить відгук у серцях слухачів. Кожна людина відчуває ширість і силу заразливості такого пафосу й приймає його разом зі змістом мовлення.

Топос – це словопоходить із грецького й переводиться як «місце». Топіки – це вже поняття, що належить риториці, воно позначає загальні місця в мовленні. До них відносять найбільш типові для суспільства ситуації й правила мовного спілкування в цих ситуаціях, наприклад, топика роботи, топика сім'ї. У сучасній практиці такі заготовки називають «риба». В античну епоху дуже популярною була логографія – наука, що розробляє зразки промов для певних тем і ситуацій.

Оригінальність і топос у промові повинні перебувати в гармонії, тільки так можливе створення вдалого, оригінального й змістовного тексту. Необхідно вміти орієнтуватися не тільки в знайомих, але й у нових для людини мовних ситуаціях.

Змістовий модуль 2. Практична риторики як риторики переконливої комунікації. Два напрямки сучасної риторики. Розділи нової риторики. «Чорна риторика». Виникнення нової риторики.

Тема 6. Два напрямки сучасної риторики.

Риторика міжособистісного спілкування. Базується на принципах співробітництва (кооперації) аудиторії й оратора. За умови, що така кооперація виникає на принципах правдивості інформації, стислості, послідовності, ясності, точності, доречності й увічливості мовленнєвої діяльності.

Риторика тексту. Спирається на принципи зображальності (наочності) і виразності (яскравості) мовлення.

Риторика міжособистісного спілкування - відносно новий напрямок. Він намічений сучасними дослідниками Г. П. Грайсом і Дж. Н. Лічем. В основі міжособистісного спілкування, за Грайсом, лежать так звані максими - принципи співробітництва (кооперації), що припускають готовність партнерів до спілкування, до спільного прийняття цінностей і знаходження шляхів взаєморозуміння. Співробітництво в мовленні засновано на двох категоріях - кількості і якості інформації.

За *кількістю* висловлення не повинне містити інформації не менше, але й *не більше*, ніж потрібно.

За *якістю* висловлення повинне бути **правдивим**:

Не говорити того, що вважаєш помилковим.

Не говорити До цих принципів мовної взаємодії Грейса Ліч додав ще один принцип – принцип **увічливості**. У цілому, для успіху виступу необхідно наступне:

1. Тактовність. Тлумачиться як уміння втримуватися в певних етичних межах спілкування, дотримувати дистанцію між оратором і слухачами, відмовитися від спекуляції на особистостях, приватному житті, смаках, релігійних питаннях, тобто використовувати в корисливих цілях ті аспекти, які будуть неприємні для партнерів по спілкуванню.

2. Шляхетність. У жодному разі не можна ставити себе вище аудиторії, намагатися встановити над нею своє панування. Комунікація не повинна викликати дискомфорт ні в кого з її учасників.

3. Схвалення. Виступ створює настрій доброзичливості й дружелюбності, оратор повинен відразу показати свою толерантність: ніякої зарозумілості й гордовитості, відсутність явних і грубих спроб переконати аудиторію в їхньому світорозумінні (робити це треба поступово).

Скромність – мінімальна присутність особистого й хвалебного, за можливістю, або якщо то не є мета промови; відстороненість від похвал на свою адресу. У комунікації ораторові варто говорити про предмет і проблеми мовлення, але не про свою особистість, а якщо й говорити, то надзвичайно рідко й у край обачно. Демонстрація суттєво завищених або занадто занижених самооцінок може негативно вплинути на встановлення контакту з аудиторією.

Прагнення до згоди повинне стати головною метою оратора. Це необхідність нейтралізувати конфліктні ситуації з публікою, уміло відстоювати свої інтереси, з огляду на інтереси й погляди публіки. Оратор - гарний психолог, - відчувши готовність слухачів до згоди, постарается й далі завойовувати довіру аудиторії й вести її за собою.

Максима симпатії виникає на шляху до згоди. Вона заснована на доброзичливості, створює атмосферу співробітництва й теплоти у відносинах між оратором і публікою. Слідом за Хотторнським експериментом Елтона Мейо (1927), спрямованим на пошук способів завоювання симпатії, школа Г. Гурвича й Дж. Морено ще в 1930-х роках підтвердила ідею важливості емоційних зв'язків між людьми в процесі спілкування й для підвищення продуктивності праці. Дж. Морено навіть відкрив «закон соціальної гравітації», за яким «згуртованість групи (оратора й слухачів) прямо пропорційна потягу (симпатії) учасників друг до друга й обернено пропорційна офіційній дистанції між ними». Інакше кажучи, чим більше дружніми будуть відносини між оратором і слухачами, тим більше ефективним стане й саме спілкування.

Риторика міжособистісного спілкування йде сьогодні за двома напрямками- це переконання й навіювання.

Переконання впливає через логічне обґрунтування повідомлення з метою домогтися **згоди співрозмовника**, зробити його готовим розділяти й захищати власну точку зору, діяти відповідно до неї.

Демагогія – свідоме, перекручене переконання в тім, що мети слухачів і оратора збігаються. Її прийоми - лестощі до аудиторії, брехливі обіцянки, бездоказове осудження й посоромлення супротивника, софістичні прийоми. Істинність не цікава й висловлення не має ніякого значення для демагога.

Міфологія(грец. міф – сказання, переказ; логос – оповідання) – це тлумачення явищ природи й громадського життя, які вподібнюються людським відносинам у побуті. Цей тип мислення в якості основного був властивий раннім суспільствам.

Тема 7. Розділи нової риторики.

Діалектика, у дослівному перекладі «внутрішня протилежність», у класичному розумінні означає здатність переконувати у своїй правоті партнера з дискусією або конструктивно вести діалог. Це мистецтво переконання й разом з тим готовність вирішувати проблеми за допомогою спілкування, коли консенсус досягається в процесі взаєморозуміння. При цьому важливо точно формулювати думки, правильно втілювати їх у мовленні. Переконувати слухача промовою, орієнтованою й адаптованою під нього. Оратор прагне з позицій відношень партнерства й рівності досягти можливості діалогу й через діалог - згоди.

Еристика вважається вищою школою майстерності, це — техніка й методологія ведення суперечки, дебатів, дискусії. Разом з тим найчастіше під цим словом мають на увазі не тільки володіння спеціальними прийомами, але й уміння вибрати й представити незаперечну аргументацію, що дозволяє здобути принципову перемогу в суперечці.

Рабулістиком називають мистецтво витонченої аргументації, котре дозволяє виставити предмет обговорення або послідовність чийхось думок у потрібнім світлі, що не завжди відповідає дійсності. Подібні методи називають також демагогією.

Тема 8. Чорна риторика. Виникнення нової риторики

«Чорна» риторика являє собою різноманітний світ психологічних і мовних прийомів, методів й інструментів, що дозволяють маніпулювати іншими учасниками комунікації. Той, у кого залишилося мало шансів у чесній боротьбі, може скористатися цими не зовсім етичними рятівними методами. Головне лише – правильний вибір засобів, що в «чорній» риторичі має вирішальне значення, є запорукою позитивного результату.

К. Бреденмайер справедливо думає, що більшість офіційних теоретиків риторики із цієї причини уникають детального подання інструментарію «чорної» риторики, а «білу» демонструє «у всій красі». Однак, у зв'язку з популярністю й безсумнівною практичною ефективністю методів і прийомів чорної риторики необхідно зупинитися на проблемі етики окремо.

Сьогодні багато фахівців в області теорії мовного акту й теорії аргументації порушують питання про моральну сторону використання «чорної» риторики, деякі називають її новою формою риторики, що виникла в процесі розвитку ораторського мистецтва, вона – новий крок знання, продиктований сучасними потребами.

Споживач віддає перевагу гострому новому матеріалу: нерідко виграє той, хто з тактичних міркувань порушує правила етики при веденні переговорів і використовує «чорну» риторичу.

Один відомий німецький консультант по персоналі мав звичай на особливо важких переговорах, щодо оплати його послуг, раптово підхоплюватися з місця, підбігати до вікна й мовчачи стояти там доти, поки замовник, не витримавши нервової напруги, не починав умовляти його повернутися за стіл переговорів – як правило, за умови підвищення гонорару. Зрозуміло, цей трюк він проробляв лише в складних ситуаціях, коли розмова безнадійно грузла в якомусь із найбільш важливих пунктів.

Багато американських, японських і європейських менеджерів вдаються до будь-яких вивертів, щоб забезпечити собі вигоду на переговорах або прискорити досягнення наміченого. Вони порушують правила ведення діалогу, прибігають до хитромудрих вивертів з арсеналу «чорної» риторичи. Однак домагатися бажаного результату доводиться дорогою ціною - на шкоду наступному співробітництву, оскільки часто партнера по переговорам змушують приймати не вигідні йому рішення. "Чорна риторика" гарна в конкурентній боротьбі при приблизно рівних умовах і рівній якості пропонованих послуг і товару (як війна «Пепсі» і «Кока-коли»), але якщо це не так, то комунікативний обман - це дорога в один кінець.

Зневага етосом є причиною втрати змістовності й конструктивності діалогу. Дійсно, облудні маневри відволікають від змісту переговорів, причому не тільки опонента й клієнта, але й самого автора подібних мовних дій, концентруючи його увагу не на змісті й користі діалогу, а на тим, як порушити хід подій і домогтися потрібного рішення.

Однак у сучасному діловому світі класична регламентована модель переговорів часто виявляється застарілою, а тому недійовою. Вона побудована на удаваній увічливості або на основі правил сумнівної користі, які дані або диктуються учасникам переговорів, недосвідченими консультантами й консервативними керівниками. Але всьому цьому етикету вже сотні років, його давно вже настав час переробити під нові вимоги.

«Чорна» риторика міняє правила й умови комунікації, проявляє чудеса інтуїції – усе це так швидко, що жертва не встигає оцінити ситуацію й адекватно відреагувати. Л. Вітгенштейн описує один зі способів мовного впливу – гри. Такі ігри являють собою послідовність окремих акцій, що ведуть супротивника в пастку або використовуваних для здійснення провокаційного маневру. Подібним маневром користувався ще Сократ. Однак робив він це делікатно, чемно й доброзичливо. Ігри відрізняються від процедур, ритуалів і інших видів переговорних методик головним чином, двома пунктами:

- 1) підпорядкованістю прихованим мотивам;
- 2) ефективністю мовного впливу.

3. Основна рекомендована література

1. Александров Д. Н. Риторика. - М.: Флінта, 2004 - 624 с.
2. Бредемайер К. Влада й магія слова = SchwarzeRhetorik. Machtund. - М.: Альпина Бізнес Букс, 2005. - 222 с.
3. Бредемайер К. Чорна риторика. Влада й магія слова. - М.: Альпина Бізнес Букс, 2006. - 183 с.
4. Ватман Д. П. Судові мовлення. - М.: Статут, 2006. - 270 с.
5. Введенская Л. А., Павлова Л. Г. Ділова риторика. - Ростова-Н/Д.: Март, 2001. - 510 с.
6. Зарецкая Е. Н. Риторика: Теорія й практика мовної комунікації: М.: Справа, 1998. - 477 с.
7. Ковалів І. Н. Сучасна риторика: навчальний посібник для вузів. - М.: Дашков і ДО, 2005. - 477 с.

8. Мацько Л. І., Мацько О. М. Риторика. - К.: Вища школа, 2003. - 311 с.
9. Петров О. В. Риторика : підручник для вузів. - М.: ТК Велбі; Проспект, 2006. - 423 с.
10. Поетичні плинні в російській літературі кінця ХІХ- початку ХХ століття. - М.: Высш. шк., 1988. - 368 с.
11. Мовлення відомих російських юристів: Збірник. - М.: Юридич. літ., 1985. - 544 с.
12. Ромат Е. В. Роклама. - Спб.: Питер, 2006. - 208 с.
13. Судові мовлення радянських обвинувачів. - М.: Юридична література, 1965. - 269 с.
14. Сурич Н. А. Риторика: Курс-Конспект лекцій і контрольні завдання для заочного й дистанційного навчання. - Рига: JUMI, 2005. - 148 с.
15. Хазагеров Г. Г., Корнілова Е. Е. Риторика для ділової людини. - М.: Флінта; М.: Изд-У Московського соціального-соціального-соціального-психолого-соціального ін-та, 2001. - 134 с.
16. Хазагеров Г. Г., Ширина Л. С. Загальна риторика: Курс лекцій і Словник риторичних фігур. - Ростова-Н/Д.: Изд-У Ростовського ун-та, 1994. - 191 с.
17. Ефективна комунікація: історія, теорія, практика. - М.: ТОВ «Агентство КРПА

4. Форма підсумкового контролю успішності навчання. Підсумковий контроль засвоєння знань здійснюється у формі іспиту. Передбачено поточний контроль знань аспірантів у формі усного опитування, виступу з рефератами, перевірки конспектів, якості виконання завдань самостійної роботи, а також модульний контроль у формі тестування.

5. Засоби діагностики успішності навчання.

Шкала оцінювання знань:

- 90-100 балів — відмінно (А);
- 82-89 балів — дуже добре (В);
- 74-81 балів — добре (С);
- 64-73 бали — задовільно (D);
- 60-63 бали — достатньо (Е)
- 35-59 балів — незадовільно з можливістю повторного складання (FX);
- 1-34 бали — незадовільно з обов'язковим повторним курсом (F).