

**МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ**  
**Харківський національний університет внутрішніх справ**  
**Сумська філія**  
**Кафедра гуманітарних дисциплін**

**ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ**  
з навчальної дисципліни «Культура юридичного мовлення»  
обов'язкових компонент  
освітньої програми першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

**081 Право (право)**

за темою № 4– «Риторичні стратегії та методологія ораторської діяльності»

**Суми 2024**

**ЗАТВЕРДЖЕНО**

Науково-методичною радою  
Харківського національного  
університету внутрішніх справ  
Протокол від 14.08.2024 р. № 8

**СХВАЛЕНО**

Вченою радою Сумської філії  
ХНУВС  
Протокол від 08.07.2024 р. № 8

**ПОГОДЖЕНО**

Секцією Науково-методичної ради  
ХНУВС з гуманітарних  
та соціально-економічних дисциплін  
Протокол від 13.08.2024 р. № 7

Розглянуто на засіданні кафедри гуманітарних дисциплін Сумської філії  
ХНУВС

Протокол від 27.06.2024 р. № 22

**Розробник:**

Завідувачка кафедри гуманітарних дисциплін Сумської філії ХНУВС,  
канд. філол. наук, доцентка Валентина ВАСИЛЕНКО

**Рецензенти:**

Доцентка кафедри української мови Сумського державного педагогічного  
університету імені А.С. Макаренка, кандидатка філологічних наук, доцентка  
Вікторія ГЕРМАН

## План лекції

1. Стратегія оратора, її структура
2. Тактика оратора: принципи, способи, прийоми
3. Сутність та проблеми взаємодії оратора та аудиторії. Ознаки аудиторії, їх урахування в організації взаємодії оратора та аудиторії. Об'єктивні перешкоди контакту оратора й аудиторії та їх урахування в організації аудиторії

## Література:

1. Андреева Т. Українська мова (за професійним спрямуванням) : навч. посіб. Київ, 2012. 253 с. **URI:** <http://bit.ly/2lR1oYO>
2. Василенко В.А., Довгополова Г.Г. Структурні компоненти комунікативної компетентності в процесі лінгвістичної підготовки майбутніх правознавців. *Закарпатські філологічні студії*, 2023. №27. Т. 2. С. 134-138.  
**URI:**[http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/27/part\\_2/25.pdf](http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/27/part_2/25.pdf)
3. Василенко В. Риторична культура професійного мовлення : курс лекцій : навч. посіб. для здобувачів гуманіт. ф-тів закл. вищ. освіти / Сумс. філ. Харків. нац. ун-ту внутр. справ. Суми, 2023. 377 с.  
**URI:**<https://dspace.univd.edu.ua/items/addf82b2-b897-41b8-bc1b-9e50e8ab2687>
4. Методологія дисертаційного дослідження. Мовні особливості наукового стилю: навч. посіб. / [упоряд. Чорний І. В., Перцева В. А., Голопич І. М.]; МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ, Фак. №2, Каф. українознавства. Харків: ХНУВС, 2019. 272 с.  
**URI:** <http://dspace.univd.edu.ua/xmlui/handle/123456789/6485>
5. Українська мова професійного спрямування (Мовні норми): навч. посіб. / уклад. Н. І. Єльнікова, І. М. Голопич, Д. В. Полтавська; МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ. Харків: ХНУВС, 2019. 182 с. **URI:** <http://dspace.univd.edu.ua/xmlui/handle/123456789/6524>
6. Українська мова для юристів / Зайцева І.В., Калита О.П., Скуратівська Г.В., Павлова А.К.: Видавничо-інформаційний центр НУДПСУ, 2018. 430 с.  
**URI:**[http://www.dut.edu.ua/uploads/1\\_1805\\_49979488.pdf](http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1805_49979488.pdf)
7. Палеха Ю. І. Загальне діловодство: теорія та практика керування документацією із загальних питань : навч. посібник. К.: Ліра-К, 2017. 623 с.  
**URI:**<https://lira-k.com.ua/preview/12123.pdf>
8. Семенов О.М., Рудь О.М. Культура фахової мови: навч. посіб. Суми: СОІППО, 2014. 260 с. **URL:** <http://pedmaster.ucoz.ua>

## ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ

### Стратегія оратора, її структура

Відомий афоризм «якщо вам треба щось сказати, то найкраще — сказати саме те, що ви хочете» приводить нас до проблеми стратегії і тактики. Дійсно, про що ви збираєтесь говорити? Від початку треба з'ясувати, що ви маєте довести або розвинути. Все має бути чітко спланованим, виваженим, мати чітку спрямованість. З того, що ви хочете сказати, складається каркас вашої промови, на який в подальшому накладатимуться інші елементи. Наразі необхідно уявити ключову думку, яка лягає в основу вашої промови. Все інше — факти, докази, приклади і т.ін. — доповнюватимуть і розкриватимуть основну думку. Але нічого не повинно закривати те, заради чого створюється промова, або, як говорив Плутарх, промови декотрих ораторів можуть бути такими, як кипариси: «Вони такі великі й красиві, але, на жаль, не мають плодів», недостатньо лише добре триматися під час виступу, треба щось і сказати; будь-яка аудиторія вправі розраховувати на те, задоволення не приходить від пустих слів.

Для того, щоб переконати аудиторію, необхідно додержуватися деяких правил, а саме: слід розпочинати промову з великим прагненням досягти поставленої мети; належить твердо знати те, про що йтиметься. Ораторові треба спрямувати всі зусилля на те, щоб привернути, немов прикувати, до себе увагу аудиторії, зацікавити промовою слухачів з першої миті виступу.

Якщо людина не обмірковувала, не спланувала заздалегідь промову, вона буде почуватися невпевненою перед слухачами і навряд чи зможе їх переконати у будь-чому.

Промова — це не просто набір речень, вона містить у собі низку певних елементів, без яких була б безглуздою і нікому не потрібною. По визначенні теми виступу і моделюванні аудиторії (складання її портрета) важливо розробити стратегію промови (виявити основні її напрями), а потім Побудувати її тактику — мати зовнішню структуру доказу ідеї, реалізовувати в ході виступу відповідні принципи: мовлення, способи та прийоми доказу.

Розглянемо тепер у загальних рисах, які елементи охоплює той складний процес, що дістав назву «розробка стратегії і тактики промови».

Стратегія оратора — це загальний, всебічний план досягнення цілей, вона представляє собою розробку основних напрямків промови. Тактика виступає як сукупність прийомів, методів реалізації стратегії, це зовнішньомовна структура промови, форма розкриття основної ідеї виступу оратора. В ораторському мистецтві стратегія — це загальна схема спілкування, загальний план його організації, тактика ж — система послідовних дій, що веде до реалізації обраної стратегії.

Стратегію визначають мета (спільна чи індивідуальна), комунікативні установки (маніпулятивні чи гуманістичні), характер спілкування (діалогічний чи монологічний). У деяких випадках люди, спілкуючись, можуть і не ставити будь-якої мети, це вірно. Однак, коли оратор готує виступ перед аудиторією, то

він завжди таку мету ставить, ретельно обмірковуючи і точніше формулюючи її.

В залежності від мети, стратегії можуть бути різноманітними. Наприклад, гуманістично-діалогічні, коли оратор бажає досягнути спільної мети з аудиторією, або маніпулятивно-монологічні, якщо промова спрямована на задоволення індивідуальної мети оратора. Одну і ту ж стратегію можна втілити в різних тактиках. Побудова стратегії залежить як від індивідуальних особливостей оратора, так і від специфіки аудиторії, на яку розрахована певна промова, від їх системи цінностей, інтересів, соціальних установок. Побудова тактики базується, перш за все, на знаннях про ситуацію та особливості співрозмовників (оратора й аудиторії). Стратегія впливає на тактику, визначаючи в ній систему дій, яку застосовує оратор, передаючи певну інформацію.

Будь-який вплив співвідноситься з метою оратора, закріпленням або реконструкцією установок, поглядів, почуттів, взаємної дії тощо і це має бути відбитим у стратегії, і тут тактика вирішує питання способів впливу. Скажімо, в одній аудиторії для досягнення мети (наприклад, зміни установки) необхідно використати навіювання, в іншій аудиторії — наслідування, в наступній — психологічне зараження тощо, адже всі види впливу не однакові, вони мають свою специфіку і застосовуються за певних умов і перш за все від особливостей аудиторії. Якщо ці питання уявляються ораторові, ретельно розробляються в його стратегії і тактиці, то можна бути впевненими, що аудиторія сприйме його думки, бо вони будуть не нав'язаними, а такими, що відповідають думкам, поглядам, почуттям аудиторії.

Основою мисленнєво-мовленнєвої діяльності оратора виступає концепція — сукупність знань по темі промови. Над нею вже вибудовується стратегія. Отже концепція у широкому розумінні цього слова не є ані стратегією (програмою дій), ані тезою (складовою стратегії), оскільки стратегія є реалізацією концепції, а теза — головною думкою (частиною стратегії). Зважаючи на цю обставину, треба уточнити, що концепція — це система знань про предмет, яка відбита стисло, коротко. Таке розуміння концепції найбільше відповідає її функціональному призначенню — бути першоосновою мисленнєво-мовленнєвої діяльності. Отже, визначивши, що таке концепція, розпочнемо детально досліджувати стратегічний закон. Він передбачає системну побудову програми впливу на конкретну аудиторію.

Стратегія (програма дій) становить варіант реалізації концепції і характеризується такими ознаками: динамічністю, гнучкістю, варіативністю (порівняйте: концепція є дещо універсальною, загальною, більш-менш стабільною). Іншими словами, та ж сама концепція може мати декілька стратегій залежно від аудиторії та етапів реалізації стратегії.

З яких компонентів складається стратегія? Насамперед треба виділити установку, заради якої готується виклад концепції. Установка складається з двох компонентів: завдання, спрямованого на роз'яснення тих чи інших чинників, аргументів, позицій і, зрештою, на переконання аудиторії у чомусь;

та надзавдання, яке має емоційно-спонукальний характер. Термін «надзавдання» — це та прихована пружина дії, яка, за задумом режисера (термін «надзавдання» запровадив у вжиток К.С. Станіславський), повинна протягом усієї вистави спрямовувати емоції глядачів у певному руслі. Надзавдання означає конкретні практичні дії, очікувані від аудиторії у тому випадку, коли пощастить переконати її, тому надзавдання у мовленні, що Переконує, — це елемент мистецтва. Завдання начебто по-Дається слухачам, а надзавдання не підлягає прямому сприйняттю і впливає потай.

По визначенні установки (чого волію досягти, чого домагаюсь від тієї чи іншої аудиторії) необхідно вичленувати з концепції коло питань (згідно з психологічним законом сприйняття, їх має бути не більше ніж  $7 \pm 2$ , може бути й менше, від 1 до 3, що залежить від установки, особливостей аудиторії), орієнтованих на аудиторію, проаналізувати їх і сформулювати власний підхід до пошуку відповідей на них. Свої міркування щодо формування стратегії суб'єкт має побудувати на заключному етапі у вигляді тези.

Знаходження тези — це вихідна ланка роботи оратора: якщо ідея не справить враження на слухача, промову вже нічого врятувати не зможе: ні яскрава мова, ні цікаві факти, ні досконала техніка. Адже апарат мови діє головним чином в залежності від сили і якості ідей, котрі приводять його до руху. Якщо ідея сформульована неясно або сам оратор до неї байдужий, то апарат мови дасть збої з усіх параметрів: і дихання перериватиметься, і голос буде монотонним, і язик заплітатиметься. Живі, яскраві думки і владна потреба поділитися ними з аудиторією приведуть весь механізм мови до бойової готовності. Змістом стратега і є віднайти те єдине, що необхідно сказати аудиторії і мати потребу виразити це.

Але щоб віднайти таку ідею, треба пройти певний шлях по розробці попередніх напрямків промови, тобто відпрацювати ще три елементи стратегії: по-перше, віднайти протиріччя в концепції з певної теми, які б могли зацікавити конкретну аудиторію, по-друге, сформулювати завдання, яке ставить перед собою оратор в цій аудиторії в зв'язку з цією темою, по-третє, намітити надзавдання, тобто оратор мусить точно знати, чого він хоче домогтися від аудиторії в результаті свого впливу на неї.

Теза розглядається як провідна ідея, сукупність тверджень, що розгортаються оратором під час спілкування з аудиторією. Наявність тези дозволяє уникнути беззмістовного викладу концепції. Теза відіграє роль взаємозв'язку в цілісності всіх компонентів мовлення: концепції, запитань, установи, аудиторії.

Отже, стратегія дій становить таку послідовність: необхідно визначити установи; вичленувати з концепції запитання, що розраховані на певну аудиторію; знайти систему коротких відповідей суб'єкта на поставлені запитання, зробити їх аналіз; сформулювати тезу, тобто основну думку промови.

Стратегія, хоча і являє собою певне уточнення концепції, все - таки є досить загальним явищем, яке потребує подальшої конкретизації:

розгортання тези та її обґрунтування, нейтралізації опонентів, схиляння на свій бік тих, хто вагається. Щоб досягти даної мети, необхідно розробити тактику виступу.

### **Тактика оратора: принципи, способи, прийоми**

Тактика являє собою систему дій, спрямованих на ефективну реалізацію стратегії. Змістом тактики є аргументація і активізація мислення та почуттєво-емоційної діяльності аудиторії. Тактику можна визначити як зовнішньомовну побудову промови, як сукупність принципів, способів та прийомів розгортання тези.

Аргументація засновується на логічному обґрунтуванні суб'єктом тези шляхом доказу, переконання. Аргументація — явище комунікативне, яке містить два аспекти: гносеологічний (пізнання предмета, поглиблене його розуміння, пошук істини, поширення істинних думок та їх обстоювання) і етичний (оратор та аудиторія визнають себе рівноправними сторонами пізнання істини).

Аргументація як частина тактичного закону спрямована головним чином на реалізацію завдання (переконання), тобто передбачає активну діяльність передусім з боку оратора, при цьому аудиторія знаходиться у більш-менш пасивному стані (набуває нової інформації). Для цілкового досягнення установки необхідно, щоб аудиторія не тільки вбирала інформацію, нехай навіть дуже сумлінно, але й досить активно її опрацьовувала, тобто проектувала на себе, на свою діяльність, свій досвід, іншими словами, щоб аудиторія виявлялася на рівні застосування набутих знань.

Для здійснення цього необхідно звернутися до іншої частини тактичного закону — активізації мисленнєвої та почуттєво-емоційної діяльності аудиторії, яка спрямована на реалізацію надзавдання, тобто досягнення практичної мети — спонукання до дії.

Активізація передбачає таку послідовність дій: необхідно зацікавити аудиторію; створити в аудиторії атмосферу Розмірковування; вивести аудиторію на рівень обговорення.

Насамперед слід зацікавити аудиторію, тобто передати емоційно-естетичний мотив адресату, що досягається використанням: а) аудіовізуальних прийомів як статичний (графіки, таблиці, малюнки, схеми), так і динамічних (відеоматеріали і т. ін.); відомо, що ця група прийомів становить основу близько 20% засвоєння інформації, концентрує увагу слухачів, знімає втому; б) психологічних прийомів, наприклад, реклами, за допомогою якої можна захопити аудиторію ще на початку комунікативного етапу; прийому! шокової терапії, тобто створення несподіваного ефекту, який дозволяє швидко переключати увагу аудиторії, концентрувати її на потрібних мовцеві аспектах, знімати втому! слухачів і, головне, оперативно збуджувати зацікавлення! аудиторії і підтримувати його в процесі спілкування.

Завдяки першому етапу активізації можна уникнути! морально-дисциплінарного мотиву спілкування, позбавитися байдужого ставлення,

викликати особистісну потребу спілкування, вийти на другий ступінь розуміння питань;! що обговорюються, вищий рівень осягнення змісту предмета.

Сутність другого етапу активізації — створення в аудиторії творчої атмосфери розмірковування — полягає в тому, щоб викликати у слухачів потребу обміну думками з приводу питань, що обговорюються. Це досягається логічними, психологічними та дидактичними засобами.

Цей етап активізації мисленнєвої та почуттєво-емоційної діяльності аудиторії (міркування) сприяє появі інтелектуально-пізнавального мотиву, нейтралізації байдужого ставлення, розвитку особистісної та професійної потреби<sup>1</sup>, поглибленню розуміння проблеми.

Нарешті, третій етап активізації — виведення аудиторії на рівень обговорення та прийняття рішення — передбачає пошук загальних точок зіткнення, який досягається логічними психологічними та аудіовізуальними прийомами.

Третій етап активізації (обговорення) сприяє закріпленню інтелектуально-пізнавального мотиву, розв'язанням конфліктних ситуацій та встановленню конструктивної відносин, розвитку суспільної потреби і досягненню глибинного рівня розуміння.

На всіх цих етапах стратегія реалізується сукупністю принципів, способів та прийомів.

Під принципами тактики оратора розуміються основоположні правила побудови промови або основні вимоги до неї. Такі принципи (правила, вимоги) різноманітні.

Перш за все, логічні принципи: тотожності, несуперечливості, послідовності, достатності (обґрунтованості). Але однієї логічності для реалізації стратегії замало. Промова будується ще за такими дидактичними й психологічними принципами, як посилення, економія та органічна діяльність. Принцип посилення вимагає плавного переходу від простого до складного, від менш емоційного до більш емоційного, від менш цікавого до більш цікавого тощо. Принцип економії означає досягнення більшої ефективності промови при мінімумі ресурсів (менше положень, аргументів, слів тощо), що складає враження не затягнутості промови, її єдності й сили. Під органічною єдністю розуміється дві вимоги: 1) єдність форми і змісту; 2) дотримання пропорцій: а) між теорією і фактами; б) між фактами позитивними і негативними; в) між відомим і невідомим; г) співвідношення частин промови за обсягом (між елементами композиції); д) між раціональним і емоціональним.

Способи тактики поділяються на логічні, психологічні, дидактичні.

До логічних способів належать: індукція, дедукція, аналогія. Відомо, що індукція — то спосіб мислення від одиничного до загального, дедукція — навпаки, аналогія ж — спосіб доведення від одиничного до одиничного. У промові одиничне — то є положення, факти, приклади тощо, загальне — то теза. Тобто, коли оратор спочатку наводить деякі приклади, факти, положення, а потім формулює основну ідею, яка витікає з цього, — він користується способом мислення (доведення) індукції. Якщо він спочатку формулює тезу



(основну ідею), а потім вже наводить положення, які обґрунтовують її, то використовує спосіб від загального до одиничного (дедукція). Єдина складність тут полягає у вірному використанні цих способів, що залежить від двох обставин: від характеристики аудиторії і особливості проблеми. В аудиторіях таких категорій, як: а) молодіжні; б) за нижчими рівнями освіти, культури, кваліфікації; в) за фахом не спеціалісти (щодо предмета промови); г) проблема досить складна, — то ефективнішою є Індукція. В аудиторіях з протилежними характеристиками необхідно обґрунтувати лише дедукцією. Помилки У використанні логічних способів знижують пізнавальну активність і зацікавленість аудиторії, що приводить, як правило, до невиконання надзавдання, тобто реалізації оратора, його інтересів.

Серед психологічних способів впливу виділяються навіювання, психічне зараження, переконання. Які ж вони і мають особливості? Навіювання — це процес впливу на психічну сферу людини, пов'язаний зі зниженням свідомості й критичності при сприйнятті й реалізації сприймаємого змісту інформації, з відсутністю цілеспрямованого активного його сприйняття, розгорнутого логічного аналізу й оцінки у співвідношенні з минулим досвідом і станом суб'єкта сприйняття (аудиторії). У житті ми частіше впливаємо на людей саме через навіювання, аніж через переконання: і в суді присяжних, і при спілкуванні керівника з підлеглим, і у всіх видах взаємодії людей. При навіюванні не досягається згода, але забезпечується прийняття інформації, яка містить готовий висновок. Навіювання буває довільним і мимовільним, прямим та непрямим, позитивним і негативним. Довільне — це цілеспрямоване : й організоване; мимовільне — коли оратор навіює ненароком; при прямому навіюванні оратор просто закликає до якоїсь дії, при непрямому — використовує образи, співставлення тощо (всі нормативні акти являють собою приклади прямого навіювання).

Психічне зараження — це процес передачі емоційного стану від однієї людини до іншої (інших) на психофізіологічному рівні контакту, окрім власного смислового впливу^ або додатково до нього. Така реакція використовується при і масових акціях, є ефективною в публічних виступах ора-| торів, слугує додатковим фактором згуртування людей.! Психічне зараження може відігравати як конструктивну/ так і деструктивну роль, тому використовувати його необхідно вкрай обережно. Наслідкування являє собою слідування людини будь-якому прикладу, зразку. Воно зустрічається у різних вікових групах в індивідуальному розвитку-людини, хоча тут діють різні психологічні механізми. Це особлива форма поведінки, яка полягає у відтворенні дій інших осіб.

На практиці навіювання, наслідкування, психічне зараження, переконання, як правило, рідко існують у чистому вигляді. Частіше всього вони функціонують в єдності, доповнюючи одне одного, що і приводить до реалізації поставленої оратором мети. Ораторові необхідно, зважаючи на особливості аудиторії і ситуації спілкування, вибрати найефективніший з них.

Такі способи мають дві сторони: способи викладання інформації (говоріння) та способи активізації аудиторії (для ліпшого слухання аудиторією). До перших відносяться такі парні, як концентричний — спіральний, асоціативний, логічний — історичний, ступінчастий, концептуальний — емоційний, спіральний спосіб становить процес поступового прирощення базових знань до набутих. Ступінчастий спосіб — поступовий плин думки від загального до конкретного і навпаки. Розгортання тези від загального до конкретного орієнтоване в основному на підготовлену аудиторію, розгортання тези в зворотному порядку — на непідготовлену. Пунктирний спосіб — розгортання тези шляхом членування її на відносно незалежні рівнозначні частини, які наприкінці знову об'єднуються в тезу. Даний спосіб застосовується, як правило, в аудиторії з високим рівнем підготовки, здатній самостійно поєднувати всі частини, знаходити зв'язки між ними. Контрастний спосіб — розгортання тези шляхом протиставлення різних точок зору стосовно одного й того ж предмета, — який можна використовувати для будь-якої аудиторії. Асоціативний спосіб — розгортання тези у вигляді поєднання у свідомості різних образів, який можна застосовувати в аудиторії, де домінують люди з образним мисленням.

До способів активізації належать такі, що підвищують мисленнєву діяльність аудиторії. Справа в тому, що слухання — це не просто мовчання, це дуже важка розумова діяльність, бо сприйняття, увага коливаються під час виступу оратора і при невмінні оратора підвищити активність аудиторії увага падає, а з нею губиться і кількість інформації, яку сприйме, засвоїть і запам'ятає аудиторія. Способів активізації дуже багато — від простого звертання Уваги на щось у промові до складних, заздалегідь продуманих.

До форм говоріння відносяться монолог, діалог, полілог.

Діалогічний спосіб спілкування (виступу) мають свої психолого-ситуативні та мовні особливості. Монологічна взаємодія є найбільш вживаною сучасною формою виступу оратора, хоч і найменш ефективною, нерівноправною щодо обміну інформацією. Така форма передбачає лише поверхове, часткове сприйняття інформації особистістю. Діалогічна форма являє собою особистісно рівноправні позиції оратора й аудиторії, своєрідне «партнерство», домінуючими мотивами якого є мотиви самоактуалізації й саморозвитку співрозмовників, тобто обох сторін — оратора й аудиторії. Тим важливим моментом є сприйняття інформації не як вотчини оратора, а як спільного надбання, що, в свою чергу, веде до покращання процесу сприйняття її аудиторією.

Будуючи тактику виступу, оратор має визначитися й з рівні змісту й рівні взаємин, що завжди супроводжуючі будь-який вплив і позначаються на результатах спілкування (реалізації чи нереалізації запланованої цілі, тобто стратегії). Якщо цього не враховувати, то це може викликати непорозуміння, конфлікти й маніпулятивні ігри. Адже в ста відсотках, коли оратор передає інформацію, що має, наприклад, негативний зміст, то аудиторія, сприймаючи таку інформацію й аналізуючи її, відчуває, як правила незадоволення, а то й

агресію. Доведено, що майже 40<sup>^</sup> будь-якого повідомлення — це передача ставлення до слухача, до оратора або до теми виступу. Такий результат ми отримуємо, аналізуючи виступ, наприклад, депутатів І Верховній Раді України. Тут передається ставлення одної! депутата до іншого або ж до змісту його промови більш, ніж у половини виступів. Тут ми бачимо і підкресленість значимості проблеми (на сто відсотків у лобійованих законах наприклад, щодо акцизів і таке інше), дискредитацію опонентів, перетворення їх думок, завищення значимості власного ставлення і розуміння проблеми.

Третім елементом тактики ми визначили прийоми. Прийоми (на відміну від принципів та способів) являють собою певні мовні форми, в яких передається інформація та сукупність конкретних дій, які є неодмінною умовою реалізації цілі.

Існує декілька груп прийомів: композиційні, психологічні, мовні, інтонаційні. Мовні та інтонаційні розглядатиметься в темах «Культура мови» та «Техніка мови». В цьому розділі ми проаналізуємо композиційні та психологічні

Під композиційними прийомами ми розуміємо певні мовні форми, в яких передається інформація. Серед них найчастіше використовуються характеристика, коментарі, цитування, згадування, риторичне запитання, [опудало-опонент, мислений експеримент, розяснення, агітація, заклик, проблемне введення матеріалу, анекдот, запитання-відповідь тощо. Прийом «опудала-опонента» становить собою змодельовану типову думку з питання, що обговорюється, яке може бути домінуючим у даній аудиторії. Суб'єкт повинен реально проаналізувати цю думку (виявити все позитивне і <sup>Т</sup> гативне), а потім запропонувати свою точку зору. Такий прийом допомагає суб'єкту досить активно підтримувати зацікавленість аудиторії. Як правило, цей прийом конструюється таким чином: «Часто можна почути, що... Та чи вірно це?»

Прийом проблемного введення матеріалу дозволяє суб'єкту з перших хвилин спілкування опанувати увагу аудиторії за допомогою проблемних питань, влучних афоризмів, чітко сформульованого завдання, активного спілкування, захоплюючих, яскравих прикладів, вдало винайдених компліментів тощо.

«Запитання-відповідь» — розвиток обмірковування, сутність якого полягає в тому, що суб'єкт у процесі спілкування може будувати своє мовлення у вигляді запитань та відповідей на них (до речі, відповідати на питання може не лише оратор, але й аудиторія). Такого роду прийом допомагає концентрувати увагу аудиторії на важливих моментах спілкування, перевіряти засвоєння матеріалу за допомогою запитань щодо розуміння і уточнення.

Дуже ефективним є прийом мисленого експерименту, змістом якого є конструювання оратором ситуації, яку він пропонує розв'язати аудиторії.

До розряду логіко-психологічних прийомів належить, насамперед, аналіз раніше визначених різних думок, поглядів, точок зору з приводу питання, що розглядається. Аналіз може мати дві сторони. Перша — виявлення протилежностей з метою психологічного спрямування на об'єктивний аналіз,

тобто для створення атмосфери можливого співіснування різних підходів. Друга сторона аналізу — зіставлення протилежностей: виявлення загального та специфічного у поглядах.

Далі можна здійснити перехід до синтезу, поєднання ротилежних сторін. Розглянемо деякі особливості синтезу;— компроміс можливий тоді, коли декілька пози; принципово не збігаються і протистоять одна як відносно самотійні сутності. Компроміс досягається шляхом взаємних еквівалентних поступок за наявності певної загальної основи;

—перевага прогресивної сторони характеризується тріумфом найбільш розумної точки зору, а інша — буває підпорядкованого значення (повністю або частково включається в першу). Ця форма можлива тоді, коли не спостерігається різкого (принципового) протистояння позицій;

—консенсус становить вищу форму поєднання протилежностей, коли досягається оптимальне узгоджене позицій. Умови консенсусу: позиції в основі своїй протистоять одна одній, більше того, вони взаємодоповнюються. Розбіжності стосуються лише частковостей.

Активізація створюється і таким психологічним засобом, як прийом співучасті, який сприяє інтелектуальній і емоційній взаємодії суб'єктів спілкування. Техніка цієї прийому полягає у переважному використанні займенників «ми», «нас» у процесі спілкування: «у нас з вами «ми відчуваємо» тощо.

Композиційні та психологічні прийоми на етапі обговорення можуть підкріплюватися різними технічними засобами (схеми, малюнки, графіки, відеофрагменти тощо).

Отже, активізація мисленнєвої та почуттєво-емоційної діяльності аудиторії — це система дій, завдяки якій оратор забезпечує аудиторії найглибший рівень пізнання того т іншого питання, тобто підносить аудиторію на декілька порядків вище у розумінні певної проблеми. Внаслідок активізації створюється повноцінний двосторонній прояв спілкування, до якого залучені обидві сторони (ораторі аудиторія), тобто створюються умови для суб'єктно-суб'єктних відносин.

Тактика, таким чином, дозволяє ораторові знайти ефективні засоби впливу на аудиторію, завдяки чому здійснюється реалізація установки (завдання та надзавдання розгортання тези).

### **Сутність та проблеми взаємодії оратора та аудиторії**

Взаємодія з аудиторією — це спільність психологічного стану оратора і його слухачів, що викликані спільними роздумами та співпереживаннями в процесі їх сумісної інтелектуальної роботи. Ця спільність визначається обопільною зацікавленістю й довірою одне до одного. Наявність контакту у взаємодії зі слухачами усвідомлюється оратором як позитивний чинник, що полегшує його роботу, адже в умовах взаємодії найбільш повно розкриваються його особистісні риси. В свою чергу сам факт встановлення контакту дає оратору інтелектуальне й емоційне задоволення.

Досвід кращих ораторів доводить, що умовами встановлення взаємодії є, як ми підкреслювали, знання оратором предмета розмови; врахування ним потреб та настроїв аудиторії; проста, жвава мова оратора; постійний зоровий контакт зі слухачами, визначення їх реакції і внесення додаткових змін як у зміст, так і в методику викладення матеріалу; намагання бачити в кожному слухачеві співбесідника, товариша, не підніматися над аудиторією; залучення слухачів з перших хвилин до сумісного активного обговорення питань.

Метою оратора, смислом його діяльності є перетворення знання в переконання. Існує ілюзія, що для такого перетворення достатньо лише змістовно, повно, логічно викласти певну інформацію і мета досягнута. Для того, щоб забезпечити успіх виступу (реалізувати мету виступу і забезпечити свій інтерес), оратору необхідно, щоб інформація була сприйнята, засвоєна аудиторією, більше того — стало б системою, частиною тих її духовних цінностей, які зумовлюють мотиви поведінки. А щоб досягти цього, оратору необхідні не тільки знання предмета розмови, а й уміння зробити так, щоб аудиторія впродовж всієї промови слухала оратора, взаємодіючи з ним. Важливо знати, що у взаємодії оратора й аудиторії відбуваються суб'єкт-суб'єктні відносини, які передбачають двобічну активність, незважаючи на те, що вплив оратора домінуючий і здавалось би однобічно впливовий.

Засвоєння будь-якої інформації неможливе без участі емоційно-чуттєвого апарата. Люди ж помилково думають, що достатньо довести істину як математичну формулу, щоб її прийняли, або достатньо вірити самому собі, щоб інші повірили. Часто виходить не так: оратор говорить одне, а слухачі приходять до іншого висновку, слухаючи його. Чому так відбувається? Справа в тому, що перш ніж добратися до ядра, тобто до впливу на переконання слухача за допомогою знання, оратору необхідно перебороти два психологічних кола протидії, без чого знання просто не дійде до слухача, той почує тільки слова, не більше.

Перше коло — це інтерес, соціальний і особистісний. Причому, мова має йти не про зовнішню цікавість, а про те, щоб зачепити щось суттєве саме для цих конкретних слухачів. Це може здатися не досить значними тонкощами, і все ж, наприклад, в жіночій аудиторії будь-який аспект розмови, пов'язаний з дітьми та їх майбутнім, частіше всього приведе до успіху в переборюванні шару протидії сприйняття.

Припустимо, що перший шар переборений, інтерес аудиторії викликаний. Та не можна забувати, що по більшості питань у людей є свої уявлення, оцінки, висновки, засновані на життєвому досвіді, тобто буденна свідомість. Навіть повна відсутність уявлення про певний предмет розмови свідчить про рівень свідомості, оскільки говорить про те, що слухачі не вважають це достатньо важливим і не звертають тому уваги на це. Оскільки для буденної свідомості характерна активна діяльність емоційно-чуттєвого апарата, то він виконує роль своєрідного відбіркового фільтру отриманої інформації. Інформація може бути абсолютно істинною й корисною і все ж таки залишитися неприйнятною. І навпаки — інформація може бути невірною й небезпечною, а сприймається

активно, легко. Серцевиною цього «фільтру» є механізм довіри або недовіри, формування якого визначається не тільки і не стільки знаннями, а доволі складною системою законів психологічної взаємодії оратора і аудиторії, взаємодії живої особистості з цілою системою таких же особистостей зі своїми турботами, знанням, почуттями й мотивами до діяльності й поведінки.

Критерієм подолання кіл (шарів) протидії є зацікавлена вага аудиторії, забезпечення якої являє собою першу психологічну проблему контакту оратора й аудиторії на шляху формування переконання (причому, переконання, що має конкретний, життєвий аспект, наприклад, винуватості або невинуватості підсудного), яке тільки тоді є дійсно переконанням, коли базується на свідомо засвоєних певних знаннях або принципах. Про це необхідно пам'ятати, приступаючи до подолання всіх кіл протидії, щоб не вийшло так, Щ<sup>о</sup> те» Щ<sup>о</sup> ви говорите спочатку, не прийшло б в суперечність з тим, що ви сказали потім, чим послабило б формування певних знань або принципів.

Подолання кожного кола являє собою певний етап до розуміння слухачами предмета виступу оратора і тому несе на собі не тільки психологічне, а й інтелектуальне навантаження. Тому психологічні аспекти слід продумувати у нерозривній єдності з аспектами мисленнєвими, змістовними. Наприклад, оратор вирішив викликати інтерес до теми за допомогою гумору. Психологічно важливо, щоб разом з цим слухачі отримали й певний інтелектуальний поживок, адже гумор завжди оснований на суперечності, і в ньому в живій, яскравій формі просвічується, проглядається сутність речей. Тому жартівливий, на перший погляд, початок має в подальшому розгорнутися в серйозну, змістовну систему знань, важливих для слухачів.

Психологічно перший етап розуміння, тобто подолання першого шару протидії, важливий у досягненні мети оратора, якщо слухач внутрішньо сприйме тему і предмет виступу, як важливий для себе і цікавий, і буде готовий слухати їх.

Другий етап розуміння пов'язаний з подоланням опору повсякденної свідомості. При цьому варто підкреслити, що мова йде саме про подолання опору, оскільки формування наукових уявлень може на всьому протязі виступу зводитися до того, щоб нейтралізувати по будь-якому питанню укорінені стереотипи. Подолання опору виражається з інтелектуальної точки зору в усвідомленні аудиторією того факту, що багато чого з того, що є в житті, не укладається у звичні рамки розуміння і не може бути пояснене на основі існуючих у неї уявлень. А психологічно воно виявляється навіть чисто зовні: у довірі до оратора, у прагненні записати, у проханнях щось повторити і навіть у незгоді, якщо вона носить не ворожий характер, а характер сумніву.

Про всі ці нюанси оратор має пам'ятати, відчувати їх і відповідно до цього будувати психологічну лінію поведінки.

Лише після того, як створені психологічні передумови сприйняття наукових знань, переборені психологічні бар'єри, можна в повному обсязі приступати до реалізації системи наукових знань. Але при цьому не слід забувати, що подолання опору в шарах соціального і психологічного інтересу, а

також повсякденного інтересу, не здійснюється раз і назавжди. Цей опір може відродитися в тій або іншій формі чи дати себе знати в процесі змістовного викладу матеріалу, загальмувавши його сприйняття. Щоб цього не трапилося, протягом усієї промови оратору необхідно дотримуватися визначених психологічних і педагогічних (дидактичних) принципів, використовувати певні прийоми організації взаємодії з аудиторією.

Майстерність організації взаємодії залежить від багатьох складників: перш за все від майстерності самого виступу — його змістовності (це і науково-теоретична глибина, і практична спрямованість, і логічність), емоційності. Велике значення має технологія піднесення матеріалу, тобто правильний вибір форм і методів виступу в залежності від особливостей аудиторії.

### **Ознаки аудиторії, їх урахування в організації взаємодії оратора та аудиторії**

«Показовими» характеристиками людей є ряд їх якостей. Розпізнати їх не так вже й складно, вони як би лежать на поверхні і проявляються незалежно від людини. Природа і характер прояву цих якостей різноманітні, їх допоможе визначити умовне розчленовування різного роду якостей людей, що допоможе скласти «портрет» аудиторії як сукупність певних особливостей слухачів. Це, безумовно, підкаже ораторові ймовірне ставлення аудиторії до того або іншого виступу, допоможе йому визначити характер запитань до нього, та напевне знати, які можна застосувати щодо конкретної аудиторії форми і методи активізації уваги.

За якими параметрами визначається характеристика аудиторії?

Існує три групи характеристик аудиторії. Перша з них — формально-ситуативна, яку становлять такі ознаки, як місце проведення зустрічі оратора з аудиторією (зала, чи прохідна кімната, ресторан, польовий стан тощо), розмір аудиторії (як за кількістю слухачів, так і за площею приміщення), умови спілкування, час виступу та багато інших формально-ситуативних показників, від яких часто залежать особливості та результат промови, дійсно, саме ці ознаки з початку промови вже змінюють Динаміку діяльності оратора. Те, що він підготував, наприклад, для розмови з аудиторією в 400 слухачів, зовсім не так прозвучить для 7 слухачів, аргументи на майдані і в лекційній залі також будуть іншими і т. ін.

Другу групу складають соціально-демографічні характеристики слухачів: соціальний статус, рівень освіти і культури, професійна характеристика, матеріальне становище, соціальне походження, стать, вік тощо. Ці дані допоможуть зорієнтуватися в потребах і інтересах аудиторії, у настрої людей, підготувати їх до сприйняття інформації.

Третю групу становлять суто психологічні характеристики людей. Щоб орієнтуватися в них, оратору необхідна сукупність знань про психічні процеси (пізнавальні, вольові, емоційні); психічні стани (бадьорість чи пригніченість, працездатність чи втома, зосередженість чи розсіяність); психічні властивості

особистості (спрямованість, темперамент, характер, здібності); психічні утворення, надбання (знання, навички, уміння, звички).

Найбільш показовими характеристиками людей є їх психологічні якості. Вони часто лежать на поверхні і проявляються незалежно від людини. Природа і характер прояву цих якостей різноманітні. Ряд психологічних якостей — це утворення соціального порядку, інші обумовлені особливостями процесу психофізіологічного розвитку. Детальне розчленування психологічних якостей людей досить умовне, все ж воно дозволяє оратору скласти більш-менш вірний «портрет» аудиторії, що допоможе спрогнозувати ймовірне ставлення слухачів до оратора, визначити, які можуть бути запитання, які форми взаємодії найбільш придатні.

Своєрідність психологічних якостей, наприклад, наочно виступає в аудиторіях, де різний демографічний склад. Так, жінки з більшою увагою слухають образне викладання, легко сприймають яскраві приклади. Чоловіки, теж оцінюючи високо образи і яскравість, більш вимогливі до логіки, Доказовості положень; молодь, на відміну від зрілого населення, більш скептична, намагається суперечити оратору; багаті не так сприймають, як бідні, і так по всіх соціальних позиціях, які є своєрідними факторами, від яких залежать певні психологічні якості аудиторії: увага, сприйняття, 1 пам'ять (запам'ятовування під час виступу оратора).

Істотним фактором, що впливає на сприйняття, є установка, яку треба виявити ораторові. Установка — це важлива ланка, що виникає в системі психічної взаємодії індивіда з зовнішнім світом. Вона виражає внутрішній стан готовності людини певним чином сприймати інформацію, готовність до визначеної активності, вибору варіанта поведінки. Установка як би виконує функцію наведення людини на конкретну інформацію, підвищує або послабляє рівень емоційно-чуттєвого відношення до її змісту і форми, впливає на інтенсивність розумового процесу. Необхідно особливо підкреслити таку важливу властивість установки, як вираження готовності особистості до певної форми реагування на інформацію. Це спонукує оратора постійно спостерігати за аудиторією, за її реакцією на принципові положення свого виступу, форму його подачі, манеру своєї поведінки.

Зрозуміло, що для того, щоб продумати свою поведінку, треба заздалегідь ознайомитися з майбутньою аудиторією. Подібна інформація допоможе з'ясувати установку людей, краще продумати технологічні моменти виступу» заздалегідь підібрати методи психологічного та педагогічного впливу на слухачів.

При вивченні аудиторії важливо також з'ясувати очікування. Це суб'єктивна настроєність на щось або на будь-кого, спрямована зацікавленість у чомусь. Якщо виступ торкається цієї настроєності людей, вони слухають уважно, легше піддаються співпереживанню. Очікування поширюється не тільки на інформацію, з якою виступає оратор, але часто і на особистість виступаючих. Зрозуміло, що очікування буде в аудиторії в цьому випадку підвищене. Чим ближче до життєвого досвіду сфера, якої торкається оратор,



тим більш уважна аудиторія. Підвищену увагу викликає і вторгнення оратора в професійну сферу слухачів.

Наступна психологічна характеристика аудиторії — темперамент. Темперамент — це природна основа прояву психологічних якостей людини. Знання типів темпераменту, їх врахування — одна з умов успішного виступу.

Таким чином, перед виступаючим стоїть непросте завдання установити надійний зворотний зв'язок зі слухачами, уміти керувати ним. Непросте завдання ще і тому, що на практиці ми далеко не завжди маємо можливість

знайомитися з характеристикою аудиторії, і доводиться ід час виступу фіксувати її реакцію, вносити корективи власний виступ. Для встановлення контакту зі слухачами необхідно знати соціально-психологічні способи організації аудиторії.

Які завдання в цьому вирішує оратор? Перше — це організація аудиторії. Губляться перед аудиторією не тільки оратори-новачки, але і висококваліфіковані фахівці. І тоді — ні слухачі, ні виступаючий не одержують задоволення.

Чи кожна аудиторія впливає на оратора? Так. Адже слухачі — це не просто кількість людей, що сидять разом. Це якісно нове соціальне утворення і соціально-психологічні фактори виявляються в ній обов'язково. Спілкування людей один з одним викликає до життя такий феномен, як стан психічного контакту.

### **Об'єктивні перешкоди контакту оратора й аудиторії та їх урахування в організації аудиторії**

Організація аудиторії за допомогою збудження в неї певного емоційного стану, як правило, ускладнюється перешкодами при встановленні інформаційного (передавального і сприймаючого) контакту між реципієнтом і комунікатором, тобто оратором і аудиторією.

Перешкод існує багато — і суб'єктивних, і об'єктивних.

Суб'єктивні — це такі, виникнення яких залежить від рівня підготовки оратора, знання ним предмета виступу, уміння визначати характеристики аудиторії тощо. Тобто ці перешкоди якби задаються самим оратором, і для того, щоб їх здолати, треба краще готуватися до виступу.

Об'єктивні — це такі, які змінити оратор не може, адже вони походять з наших психологічних властивостей, їх змінити неможливо, можна лише враховувати і знаходити єдино можливі способи організації аудиторії.

Першою з об'єктивних психологічних перешкод є інерція включеності. Це такий стан людини, аудиторії, коли вони ще знаходяться у своїх думках, проблемах і не можуть зразу активно слухати, сприймати виступ оратора. Це означає, що ораторові потрібно звільнити на час виступу свідомість слухачів від тих життєвих обставин, які могли б негативно вплинути на їхнє відношення до одержуваної інформації. Інерція включеності заважає людині переключити

увагу на оратора, породжує навіть консерватизм поглядів, може привести і до звуження поля зору.

Друга перешкода — висока швидкість розумової діяльності. Людина думає в 4 рази швидше, ніж викладає свої думки і знання. Коли оратор говорить, інтелект слухачів велику частину часу вільний і може відключатися від промови оратора.

Третя — нестійкість уваги. Увагу може відвернути і зовнішність оратора, його голос, манера говорити, оформлення приміщення, звук дверей, що відчиняються, шепотіння тощо.

Четверта перешкода — антипатія до чужих думок!

Люди часто звикають до своїх точок зору, їм зручніше і легше додержуватися логіки свого міркування, тому у них утворюється стійке несприйняття точки зору оратора, а іноді це породжує репліки, вигуки й ін. реакцію незгоди. Які знання допоможуть опанувати ці перешкоди та як існують психологічні і педагогічні прийоми усунення перешкод у психологічній організації аудиторії?

Перш за все, знання того, що можливість стійкого сприйняття без розсіювання уваги не перевищує тридцяти секунд. Тому треба при підготовці до виступу підібрати квантовий викид інформації в аудиторію, суть якого в тому, щоб через визначені часові інтервали пропонувати слухачам нові факти, нетрафаретні висловлення, оригінальну ідею тощо.

Важливо також уміло застосовувати такі педагогічні принципи дидактики, як наочність, систематичність, послідовність, посиленість. Для концентрації уваги слухачі: необхідно опанувати такі соціально-психологічні способи як зараження, наслідування і навіювання — внутрішні механізми контакту. Зараження — це несвідома, мимовільна схильність людини до визначеного психологічного стану. Воно здійснюється як передача особистості психічного настрою іншої особистості, що володіє великим емоційним зарядом. При цьому емоційне співпереживання оратора аудиторії в процесі виступу виступає одночасно і як фон, як основний пусковий механізм їхнього контакту. Варт підкреслити, що емоційне співпереживання аудиторії викликається в першу чергу самою особистістю оратора. Його зацікавленість, переконаність, емоційний підйом неминує породжувати відповідну емоційну реакцію слухачів, їх мимовільний інтерес до того, що хвилює оратора. У силу цього ставлення оратора до виступу як би стає ставленням до аудиторії, що і забезпечує у певній мірі взаєморозуміння. У соціальній психології сформульований закон емоційного зараження, відповідно до якого «нарастання напруги пристрастей», що створює психічний фон зараження, знаходиться в прямій пропорційній залежності від величини аудиторії і ступеня емоційного напруги індуктора. Чим можна забезпечити зараження? Знанням і використанням найбільш співпадаючих інтересів і настроїв людей, емоційною яскравістю викладу, виразністю прикладів, манерою поведінки оратора.

Складніші справи щодо механізму наслідування, що грало завжди велику роль в історії ідей, смаків, моди, звичаїв. Наслідування — це імітація людиною

якихось зовнішніх рис і зразків поведінки, манер, учинків, що характеризуються визначеною раціональною й емоційною спрямованістю. Тобто значення і зараження, і наслідування в тому, щоб забезпечити такий стан аудиторії, коли підсилюється момент єдиного співпереживання слухачів і оратора. А це допомагає кращому засвоєнню інформації.

Навіювання — це словесний вплив особистості на людей. Це такий спосіб комунікативного впливу, що розрахований на некритичне, бездоказове сприйняття інформації. Володіння «ефектом навіювання» припускає знання двох основних груп умов. Перша група пов'язана з тим, кому вселяють, друга — з тим, хто вселяє. Сприйнятливість навіювання залежить від віку, від індивідуальних особливостей людини, її переконань, волі, емоцій і т.ін.

«Ефект навіювання» багато в чому залежить від внутрішнього стану особистості. Одна і та сама людина в один час може піддатися навіюванню, а в інший — не може. Це трапляється, коли людина стомлена або переживає розгубленість, страх. У такі хвилини треба вміти «перекрити» цей стан і повернути до сприйняття необхідної інформації.

Переконання — логічно обґрунтоване впровадження у свідомість слухачів певних положень. За допомогою переконань можна досягти перебудови свідомості, мотивів діяльності, сформуванати бажання, змінити спосіб життя особистості. Як видно, саме переконання — провідний метод виховання і навчання.

Існує ряд педагогічних прийомів переконання. Один з них — показ і роз'яснення наслідків якого-небудь учинку. Оцінка вчинку, обґрунтування його правомірності (або неправомірності) впливають на почуття і розум, сприяють

переосмисленню людиною своєї поведінки. Інший прийом — порівняння дій того або іншого індивіда з поведінкою! авторитетних людей, літературних героїв тощо.

Отже, перші хвилини оратором виграні. Як забезпечити увагу аудиторії протягом усього виступу? Для цього необхідно дотримуватися трьох психолого-педагогічних вимог: новизни, доказовості й експресивності.

Перша вимога представляє сьогодні для оратора дуже серйозну психологічну і методичну проблему. Новий матеріал, природно, задовольняє пізнавальні потреби слухачів. Але, як відомо, оратор часто не може повідомити тим, що зібралися, щось абсолютно нове. Це пояснюється тим, що сучасні люди одержують сьогодні великий обсяг інформації з каналів масової комунікації. Дає про себе знати і високий культурний і освітній рівень слухачів. Виходить, потрібно шукати інші засоби підвищення ефекту новизни.

Одним з підходів до вирішення цієї задачі є виклад уже відомого аудиторії під новим кутом зору. У такому випадку слухач буде обов'язково зацікавлений, буде думати про те, чи зміг би і він сам вибудувати таку систему викладання! матеріалу, може, і зміг би, але раніше над цим не думав. Виходить, те, що сказав оратор, для нього нове.

Іншим важливим підходом служить виявлення оратором свого ставлення до розглянутого питання. У кожному виступі він повинен бути особистістю, що

має і висловлює свою думку з тієї або іншої проблеми. Адже не в кожному виступі відкриєш істину. Це завжди важко і дається не кожному. Але завжди можна і варто висловити своє ставлення до предмета. Слухач думає так, але йому цікаво, як думає оратор. Йому важливо зіставити свою думку з думкою оратора. Це допомагає аналізувати, уточнювати, прийти до необхідних висновків.

Отже, новизна — не обов'язково нові дані з розглянутої проблеми, але і нові уявлення про раніше відомі факти, події, положення, і зіставлення того, що відомо слухачам під новим кутом зору, і прояв власного ставлення до того, про що говорить оратор.

Доказовість — це логіка викладу й аргументація висунутих положень. Адже задача оратора — не просто дати нову інформацію. Його обов'язок — показати те, що він захищає, у чому переконує і переконаний. Без ґрунтовної доказовості оратор не зуміє передати свою переконаність слухачам. Звідси задача — допомогти слухачам опанувати наукові поняття, логіку міркування, що представляють собою відбиття знань і досвіду.

Експресивність — це візуальний і звуковий прояв ставлення оратора до того, про що він говорить: обурення, радість, жаль, упевненість, подив і т.п. Цицерон стверджував, по без серцевого хвилювання і запалу мова оратора буде непридатна. Тон, тембр голосу, характер інтонацій говорять про певне ставлення оратора до проблем іноді більше, ніж інші прийоми ораторського мистецтва. Інтонація може донести до 40 % інформації. Міміка і жести також впливають на сприйняття. Є. Вахтанов говорив: «Руки доводять думку». Емоційна яскравість виступу багато в чому забезпечує увагу аудиторії, ефективність засвоєння. При емоційно яскравому, експресивному виступі зростають розумова діяльність слухачів, їхнє прагнення міркувати по ходу виступу оратора, вносити корективи у свої знання.

Безпосередній контакт зі слухачами дозволяє використовувати у виступі новизну, доказовість і експресивність найбільш комплексно, а значить і оптимально. Важливо володіти тому не тільки логічністю викладу своїх думок, вірно будувати фрази, але і правильно інтонувати слова, користуватися модуляцією голосу, мімікою, жестами. Вони активізують сприйняття інформації, більш поглиблену її обробку.

Перейдемо тепер до розгляду однієї з основних психологічних умов ефективності процесу взаємодії оратора й аудитори, до аналізу такого виду контакту, як інтелектуальне співпереживання. Розумове сприяння визначається включеністю обох сторін у єдину активну діяльність по розгляду тієї або іншої проблеми і спрямовану на розв'язання певних розумових задач. Оратор, викладаючи свою точку зору, як би привселюдно мислить, і аудиторія, стежачи за розвитком його думки, робить ту ж розумову роботу. У результаті такої спільної розумової діяльності, співмислення між оратором і слухачами виникає контакт у повному змісті Цього слова.

Важливо підкреслити, що інтелектуальне співпереживання викликається переважно усною формою мови, зрозуміло, при ясній постановці проблеми

обговорення, строгій логіці і послідовності її викладу оратором. Саме такими особливостями — незламною логікою, ясністю і гостротою постановки питання, значимістю і важливістю предмета] обговорення — відрізнялися виступи видатних ораторів^ минулого і сьогодення. І це завжди приводило до встановлення найтіснішого контакту між оратором і аудиторією.! Деяких ораторів аудиторія могла слухати впродовж багатьох годин.

Зовнішнім проявом наявності або відсутності контакту між оратором і слухачами є їх поведінка під час виступу.! Так, увага слухачів, погляди і жести схвалення, робоча, регульована самим оратором тиша в залі, напружене мовчання аудиторії під час пауз оратора й інших показників] свідчать, що слухачі включені в загальну з оратором актив-і ну розумову діяльність. Якщо ораторові вдається установити контакт з аудиторією, він говорить природно, у звичній для себе манері. У цьому випадку в мові чувається впевненість, бажання вести довірчу бесіду. Він часто користується прямими звертаннями до слухачів (товариші, панове), питаннями-звертаннями (Чи ясно?), риторичними питаннями. Його вільна манера триматися, міміка, жести, прагнення зменшити дистанцію, як би наблизитися до слухачів, свідчить, що він сам одержує задоволення від спілкування з аудиторією.

Розглядаючи контакт як умову і результат успішного виступу оратора, варто зупинитися на передумовах його спільної з аудиторією мисленнєвою діяльністю, що є основним психологічним механізмом цього контакту. В якості такої передумови й у той же час показником розумової активності слухачів виступають їхня увага й інтерес до ви-, ступу оратора.

Відомі три види уваги: мимовільна, довільна і післядовільна.

Мимовільна увага — це спрямованість свідомості людини на об'єкт без будь-якого вольового зусилля, поза метою, тобто мимоволі. Така увага викликається несподіваним, яскравим, що контрастує, цікавим подразником, або тим, що відповідає визначеному станові людини. Цікавий, інтригуючий незвичайний початок виступу оратора, як правило, викликає мимовільну увагу аудиторії.

Але цей вид уваги нестійкий — будь-який інший більш сильний або цікавий подразник (жарт сусіда, яскрава деталь обстановки і ін.) може привести слухача до переключення, відвернути слухача від його виступу.

Більш стійким видом уваги є увага довільна. Вона виникає в результаті зосередженості, вольового зусилля, спрямованого на досягнення заздалегідь поставленої людиною мети. Як правило, такий вид уваги характеризує по-к на перший погляд, нецікавого виступу, тобто момент, коли аудиторія уважна, тому що знає, що їй потрібно увійти в роботу. Під час виступу оратор часто апелює саме до довільної уваги слухачів, говорячи: «Товариші, послухайте, зверніть увагу, постарайтеся запам'ятати і т.д.». Ставлячи перед слухачами визначену мету, оратор припускає і їх певне вольове зусилля, що вони повинні зробити для її реалізації. При довільній увазі у слухача формуються приватні цілі слухання, виникає інтерес до сприйняття інформації. У цьому випадку довільна увага переходить в інший специфічний вид уваги — післядовільний. При такій

увазі слухач, затаївши подих, стежить за думкою оратора. Він цілком захоплений нею.

Природно, що всі зусилля оратора повинні бути спрямовані на формування саме цього виду уваги. Щоб його викликати, необхідно дотримуватися основного психологічного правила: важливо, насамперед, створити умови для активної розумової діяльності слухачів в аудиторії.

Велике значення для оратора має також урахування особливостей, властивостей уваги, що виявляються як у його власній діяльності, так і в поведінці аудиторії. До основних з них відносяться стійкість, розподіл, переключення й обсяг.

Стійкість уваги визначається часом зосередження свідомості на якому-небудь об'єкті. Експериментальне доведено, що якщо на одному одиничному об'єкті увага утримується не більш 1,5-2,5 сек (відбувається його коливання), то на діяльності в цілому (на її предметі, меті, способах і засобах досягнення мети) увага дорослої людини може утримуватися досить довго — до 40-45 хв. Таким чином, стійкість уваги аудиторії обумовлюється характером і структурою самої діяльності оратора, значимістю теми виступу, правильністю її мовної побудови, чіткістю логічної побудови. Інакше кажучи, стійкість уваги залежить від того, наскільки органічно всі ці елементи утворюють єдине Ціле, один глобальний об'єкт уваги аудиторії — смислове значення виступу.

Важливо при цьому знати, як розподіляється увага аудиторії впродовж виступу оратора.

Розподіл уваги означає одночасну спрямованість свідомості на кілька різнорідних об'єктів (або дій), об'єднаних однією діяльністю. Ця властивість уваги професійно значима для оратора. Так, він одночасно пам'ятає про зміст виступу, стежить за часом, за поведінкою слухачів, за їхньою реакцією і т.д. Порівнюючи діяльність оратора і диригента, герой оповідання А.П. Чехова «Нудна історія» говорив: «Хороший диригент, передаючи думку композитора, робить відразу двадцять справ: читає партитуру, махає паличкою, стежить за співаком, робить рух то убік барабана, валторни та ін. Те ж саме і я, коли виступаю».

Необхідно відзначити, що увага оратора зосереджується в основному на змістовній стороні діяльності, наприклад, на смислі власного висловлення, на ознаках, що свідчать про розуміння або нерозуміння виступу слухачами. На форму висловлення він звертає увагу лише тоді, коли свідомо вибирає той або інший засіб для кращої передачі думки. Форма привертає до себе увагу й у тому випадку, якщо вона сама є подразником, як, наприклад, поведінка, вигуки окремого слухача.

Переключення уваги — це зміна спрямованості свідомості одного об'єкта на інший. Воно вимагає певного часу, різного для різних людей. Оратор, що вдається демонстрації репродукцій, схем, використання діапозитивів або переходить від одного стилю і жанру до іншого, від теоретичних положень до життєвих епізодів, повинен врахувати цю особливість слухачів. Наприклад, при переході від однієї думки до іншої доцільно використовувати вставні сполучні

фрази, типу: «Як ми вже переконалися...», при демонстрації засобів наочності — робити паузи і т.д.

Обсяг уваги визначається кількістю однорідних предметів, що може одночасно утримувати людина при зоровому чи слуховому сприйнятті. Установлено, що обсяг уваги не перевищує п'яти — семи об'єктів. Увага спрямовується насамперед на зміст, припускає активну розумову діяльність людини, що формує потребу в такій діяльності, пізнавальний і практичний інтерес до неї. А інтерес — це емоційний прояв пізнавальних потреб людини. Це той стимул, що по більшій частині і приводить їх до зали послухати оратора. Інтерес може з'явитися й у ході самого виступу, тоді ним обумовлюється внутрішній механізм післядовільної уваги в загальній діяльності оратора і слухачів — в діяльності спілкування.

Таким чином, увага й інтерес тісно пов'язані між собою і разом визначають активну розумову діяльність слухача.

Для поглиблення дидактичного аспекту, тобто повної і точної передачі змісту, забезпечення його засвоєння слухачами ораторові варто згадати принципи пізнавальної діяльності, що ввійшли в золотий фонд педагогіки, такі, як: принцип наочності, свідомості, активності, принцип доступності і посиленості, систематичності і послідовності, зв'язку теорії з практикою, принцип науковості, міцності засвоєння. Треба зупинитися більш докладно на питанні щодо проблемності навчання. Сутність його зводиться до використання особливих засобів для підвищення пізнавальної активності, стимулювання самостійного пошуку відповіді слухачами. Досягається це їх залученням до розв'язання пізнавальних задач, ядром яких служить так звана проблемна ситуація. Виникає вона з протиріччя між задачею і незнанням слухачами шляхів її вирішення. Проблемності виступові можна Додати, якщо показувати, як з'явилася та або інша задача в науці і на практиці; які існують точки зору по даному питанню; у чому і де маються розбіжності між різними, протилежними положеннями в науці; які видимі протиріччя і невідповідності спостерігаються в ході розвитку визначено-го явища і яке пояснення можна їм дати? При цьому може бути і пряме запрошення слухачів знайти своє пояснення рішення, що відрізняється від пропонованих.

Правда, слід зазначити, що перебудова для проблемного викладу — справа важка. Але витрати праці виправдуються, тому що такий виступ збуджує думку, допомагає встановленню контакту оратора й аудиторії.