

**Макович Х.Я., Вербицька Л.О., Капітан Н.О.**

**СЛОВНИК  
ТЕРМІНІВ І ПОНЯТЬ  
З РИТОРИКИ**

Львів 2016

УДК 808=161.2'373.46(038)

ББК Ш41.14-434я31

Рекомендовано вченою радою Львівського державного університету безпеки життєдіяльності

Протокол № 10 від 4 квітня 2016 р.

**Рецензенти:**

**Доктор педагогічних наук, професор, директор інституту психології та соціального захисту Львівського державного університету безпеки життєдіяльності Б.І. Шуневич**

**Кандидат філологічних наук, доцент кафедри українознавства, документознавства та інформаційної діяльності Української академії друкарства Н.О. Гимер**

**Макович Х.Я., Вербицька Л.О., Капітан Н.О. Словник термінів і понять з риторики. – Львів, 2016. – 140 с.**

Словник є навчально-довідковим виданням, що містить близько 700 термінів і понять з риторики. Подано етимологію та тлумачення реєстрових слів, а також приклади-зразки практичного застосування термінів. Цей словник енциклопедичного типу, тому може слугувати навчальним посібником як для теоретичного вивчення риторики, так і для вдосконалення ораторських здібностей.

Навчальне видання укладено згідно з програмами курсу «Риторика» у вищих навчальних закладах системи Державної служби України з надзвичайних ситуацій, проте словник стане в пригоді всім, хто опановує риторику як одну з навчальних дисциплін і хто навчає риторики, а також тим, хто бажає не лише володіти теорією красномовства, але й застосовувати ці знання на практиці.

## ВІД АВТОРІВ

У сучасному інформаційному суспільстві вміння влучно, аргументовано, якісно висловлюватися часто є запорукою успіху. Декому таке вміння дане Богом від народження, дехто ж повинен вдосконалювати власне мовлення, боротися з хвилюванням та опановувати методики складання текстів і вільного володіння словом. У будь-якому разі потрібно докласти зусиль, щоб якнайефективніше послуговуватися засобами мовного переконання. У повсякденному житті, у сфері ділового спілкування (ділові бесіди, наради, збори...), у сфері зв'язків з громадськістю чи за будь-якої іншої потреби виступити публічно, людина зобов'язана вміти говорити не лише красиво, а й переконливо, влучно, багато, натхненно, відповідно до ситуації тощо. Це допоможе заслужити повагу, переконати та якнайефективніше вирішити ту чи ту ситуацію.

Запропонований «Словник термінів і понять з риторики» укладений з метою допомогти кожному знайти ті методи і засоби, які допоможуть оволодіти навичками красномовства та вдосконалити своє вміння послуговуватися словом. На відміну від наявних інших словників такого типу (зокрема, авторів З. Куньч і Г. Сагач), це видання по-особливому підходить як до вибору реєстрових слів, так і до їхнього пояснення. Зроблено спробу розгорнуто тлумачити терміни й поняття, конкретизувати їх та показати практичне застосування того чи того явища у мовленні. Приклади до реєстрових слів автори намагались спроектувати на сферу діяльності Державної служби України з надзвичайних ситуацій. Окрім методів і засобів досконалого оволодіння мовленням, у словнику подано життєписи відомих ораторів, адже з них часто довідуємося, що навчитися ораторських здібностей можливо навіть якщо вміння говорити не є вашою перевагою від природи, а успіх часто залежить від майстерності публічного виступу.

Сподіваємося, що словник знайде свого читача і стане практичним посібником на шляху до комунікативного вдосконалення й успішної реалізації поставлених цілей.

**Августин Аврелій** (354–430) – ранньохристиянський теолог, церковний діяч, єпископ, один з отців церкви, відомий як оратор та як перший професійний гомілет. Один з найосвіченіших людей свого часу. Походив з Північної Африки (м. Тагаст). З підліткового віку А. А. планував стати оратором, три роки навчався в риторичній школі в Карфагені, потім був викладачем риторики в Римі та Мілані. 378 р. прийняв хрещення, а згодом став священником. А. А. вів активну проповідницьку діяльність, а також був теоретиком *гомілетики*. Хоч А.А. здобув риторичну освіту на основі праць античних авторів, усе ж як гомілет він вказував, що антична риторика корисна, але необов'язкова для проповідника, адже вона не здатна задовольнити духовних запитів людини. В автобіографічному творі «Сповідь» А. А. вказував, що, вивчаючи риторику в юності, часто керувався марнославством, інколи використовував здобуте красномовство на шкоду іншим. Уже як християнський ритор він стверджував, що проповідник у своїй діяльності не повинен зосереджуватися на риторичній вправності й хитрощах, а орієнтуватися передусім на свого слухача. Гомілет має знати Біблію та церковну літературу, цього достатньо для опанування християнської мудрості. У проповідях А.А. вважав зміст важливішим від форми. Переніс з античності вчення про три стилі мовлення (низький, середній та високий). До нашого часу збережено близько 500 творів, серед яких значна кількість проповідей. Твір А. «Про християнську доктрину» є класикою *гомілетики*.

**Агітаційне красномовство** – риторична діяльність, метою якої є змінити переконання, установки слухачів чи спонукати їх до дії. У межах А. к. виділяють *закличні, переконувальні та надихальні промови*. Див. також *інформаційне красномовство*.

**Агітація** (з лат. *agitatio* – «спонукання») – закликання, спонукання до певних дій. Здебільшого А. застосовують у *політичному красномовстві*.

**Агональна риторика** (з гр. *αγων* – «змагання», «суперечка») – один з видів риторики, так звана «змагальна» риторика. А. р. передбачає наявність сторін, які засобами усного слова домагаються переваги чи перемоги у певній сфері: у суперечці, переговорах, словесних змаганнях (наприклад, у *дотепності, інтелектуальності, красномовстві*). А. р. також називають риторикою конфронтації, конфліктного спілкування (може включати вербальну агресію, хоч і не обов'язково передбачає її). А. р. інколи протиставляють класичній риторичній мистецтву переконання та красномовства. А. р. відома ще з Давньої Греції, саме там вона стала знаряддям боротьби за владу, поширення філософських ідей. Одними з перших агональних риторів були *софісти*. А. р. іноді розуміють як керування

людською поведінкою засобами усного чи писемного мовлення, коли один (чи кілька) співрозмовників стають об'єктом впливу сильнішого промовця.

**Агресивність** (з лат. *agressio* – «нападати») – схильність особи до деструктивної поведінки, спалахів гніву чи злості, грубості, завдання шкоди іншим людям тощо. Вияв А. завжди є порушенням норм поведінки в суспільстві. Риторіві потрібно максимально контролювати А. як особистісну рису, бо вона стає на заваді публічному мовленню, завдає дискомфорту слухачам.

**Адаптування матеріалу** – пристосування матеріалу, який заплановано використати у промові, до можливостей сприйняття, інтелектуальних здібностей, а також інтересів слухацької аудиторії; А. м. є передумовою того, що публіка конструктивно відреагує на виступ оратора і мети промови буде досягнуто.

**Адвокатська (захисна) промова** – один з основних жанрів *юридичного красномовства*, промова адвоката на судовому засіданні. Жанр виник у європейській риторичній епоху Давньої Греції, де тогочасне судочинство передбачало, що звинувачений виголосить перед судом промову на власний захист (так звану *апологію*); інколи замість звинуваченого могла виступити інша особа (громадянин цієї держави). Потреба в таких промовах стала одним із поштовхів античної риторичної до розвитку і утвердження її як мистецтва переконання. Зокрема, авторами захисних промов часто ставали професійні писарі-логографи, серед відомих представників цього жанру – *Корак, Горгій, Лісій* та ін. Основна мета З. п. – переконати у невинності підсудного чи принаймні пом'якшити його відповідальність. Промова містить аргументи на користь обвинуваченого, аналіз наявних доказів, міркування про суть вчиненого злочину, пропозиції щодо міри покарання тощо.

**Адекватність** (з лат. *adaequatus* – «прирівняний») – відповідність поведінки особи ситуації й очікуванням людей; уміння зробити власні дії зрозумілими та зручними для інших. У публічному мовленні А. є одною з передумов позитивного сприйняття оратора з боку *аудиторії*.

**Азіанізм** – стиль в античній риторичній й літературній. Виник у III ст. до н. е. в Малій Азії на протигагу класичній античній риторичній. Для нього була властива орнаментальність: значна кількість *тропів* та *риторичних фігур*, лексичне багатство, вживання незвичних, небуденних слів (*варваризмів, неологізмів*), використання фонетичних можливостей мови (*асонансів, алітерацій*, рим). З II ст. до н. е. А. поширився в римській риторичній. А. отримав свою назву від *Ціцерона*, який виділив два різновиди цього стилю: *сентенційний* та *пишномовний*. Представниками А. були *Гай Гракх, Луцій*

*Крас, Сенека* та ін. А. наслідували літератори та ритори пізніших епох, зокрема середньовіччя та Бароко. А. вплинув і на українську риторичну прозу епохи Бароко. Як заперечення А. в I ст. н. е. виник інший стиль – *аттицизм*.

**Академічне красномовство** – один з *видів красномовства*, який застосовують у науковій та освітній сферах. У європейській риторичній А. к. сформувалося в Давній Греції, біля його витоків стояли *Платон* (засновник Академії – школи, яку філософ створив у IV ст. до н. е.), *Арістотель*. В Україні початки А. к., ймовірно, сягають X–XI ст., коли, за літописними даними, на Русі з'явилися перші школи. Розквіт українського А. к. припав на XVI–XVII ст. і пов'язаний із заснуванням *братських шкіл*, а згодом *Острозької* та *Києво-Могилянської Академії*. Зараз А. к. застосовують у школах, ВНЗ, наукових установах. Основні риси А. к. – аргументованість (доказовість), логічність, точність, адаптованість, наявність термінології. Жанрами А. к. є, зокрема, лекція, наукова доповідь, наукове повідомлення, виступ на семінарі, колоквиумі, диспуті та ін.

**Аксіома** (з гр. *ἀξίωμα* – «твердження», «положення») – твердження, яке не потребує доведення; самоочевидна істина. Наприклад: «Усі люди помирають», «Після весни настає літо». У *суперечці* (як і в монологічному мовленні) А. може відігравати роль *сильного аргумента*.

**Активізації уваги аудиторії прийоми** – див. *засоби керування увагою аудиторії*.

**Актуальність промови** – відповідність теми та змісту промови інтересам *аудиторії*. А. п. передбачає, що під час публічного виступу прозвучить свіжа, цікава, важлива для слухачів інформація.

**Акція** (від лат. *actio* – «дія», «діяльність») – один з розділів *класичної риторики*, який вивчає особливості виголошення промови. А. зосереджується на таких питаннях, як *техніка мовлення* оратора, встановлення *контакту з аудиторією*, подолання *страху публічного виступу*, використання *невербальних засобів спілкування* під час виступу, *засоби керування увагою слухачів* та ін.

**Алегорія** (від гр. *ἀλληγορία* – «іноказання») – один з *тропів*, суть якого полягає у втіленні певної риси чи явища в конкретному образі. При цьому значення алегоричного образу стає зрозумілим з контексту. Наприклад, образ лисиці може бути алегоричним втіленням хитрості, сови – мудрості тощо. А. здебільшого використовують у художніх творах (байках, притчах). А. можна ввести в риторичний твір для підсилення його образності.

**Алітерація** (з лат. *ad* – «до» і *littera* – «буква») – повторення у висловлюванні одних і тих самих приголосних звуків. Переважно А.

застосовують у поезії, однак її можна використовувати і в усному публічному мовленні. А. підсилює виразність мовлення, створює певний настрій чи колорит. Наприклад: тривали трагічні роки тривоги і руїни.

**Алогізм** – нелогічне міркування, що порушує *закони логіки*; логічна помилка. Навмисний А. є *софізмом*. А. розглядають також як *стилістичну фігуру*. Наприклад: «Випробовуючи новий маршрут у непролазних хащах, команда туристів заблукала, а Василь знепритомнів». У цьому разі А. використовують для привернення уваги слухачів і з гумористичною метою.

**Алюзія** (з лат. *allusio* – «натяк», «жарт») – одна зі *стилістичних фігур*. Це натяк на подію, факт з політики, історії, культури, суспільного життя тощо. А. передбачає, що оратор не називатиме факт чи цитату прямо, а натякне на них так, щоб слухач сам здогадався, про що йдеться. Наприклад, фраза «За кордоном багато хто сумує за димом рідного краю» містить А. на цитату з Лесі Українки «Для нас у ріднім краї навіть дим солодкий і коханий». Використовувати А. в ораторському мовленні варто перед підготовленою аудиторією, яка зможе зрозуміти, на що саме натякає промовець.

**Аморальність** (з лат. *a* – заперечна частка та *moralis* – «етичний») – відсутність *моралі*, зневага до моральних норм. Як особистісна риса А. позбавляє оратора довіри *аудиторії*, суперечить поняттю *етосу* як одного з основних принципів *класичної риторики*.

**Ампліфікація** (від лат. *amplificatio* – «поширюю», «збільшую») – одна зі *стилістичних фігур*, риторичний прийом, що полягає в накопичуванні в межах одного чи кількох сусідніх висловлювань однорідних мовних одиниць (найчастіше синонімів). Наприклад: «Я хочу сказати, я підкреслюю і наполягаю на тому, що бездіяльність зараз виявляє наше боягузтво». У разі вдалого використання А. привертає увагу до того, що каже оратор, підсилює виразність промови.

**Амфіболія** (з гр. *амфиболія* – «двозначність», «нечіткість») – синтаксична неоднозначність, така граматична структура, яку можна сприйняти двояко. Наприклад: «На столі лежить фотографія брата», «Потрібен працівник для роботи з клієнтами зі знанням англійської мови», «Виробництво пташиного м'яса та молока», «Велосипедист наїхав на пішохода, він злякався». А. можна використати як *стилістичну фігуру*, у разі навмисного вживання в ораторському мовленні вона здатна привернути увагу аудиторії. В іншому разі А. порушує логіку викладу і може викликати неоднозначне сприйняття інформації. А. розглядають як одну з *логічних помилок*.

**Анаколуф** (з гр. *ανακόλουθον* – «неузгодженість, непослідовність») – риторична фігура, яка полягає у граматичній неузгодженості частин висловлювання. Наприклад: «Нам треба про це звернути увагу». На тлі граматично правильного мовлення А. повертає увагу слухачів, додає експресивності висловлюванню. Може передавати емоційний стан мовця (зокрема, схвильованість). Використання А. може мати гумористичне чи сатиричне призначення.

**Аналогічний метод викладу** – один з методів викладення матеріалу у промові, який полягає в зіставленні кількох явищ чи фактів з метою виявити між ними відношення *аналогії*. Цей метод використовують під час мовлення про маловідомі явища чи предмети з метою пояснити чи потрактувати їх за допомогою вже відомих *аудиторії* явищ. Зразок такого викладу матеріалу: прогноз розгортання воєнного конфлікту на певній території здійснюють, опираючись на інший відомий в історії конфлікт, який мав схожі причини, умови перебігу, мотиви сторін тощо. При цьому поступово аналізують усі подібні моменти й на їх основі доходять відповідних висновків. А. м. в. вимагає певної підготовленості слухачів: вони мають орієнтуватися в тих явищах, які слугують аналогією до обраної теми. Також див. *аналогія*.

**Аналогія** (з гр. *αναλογία* – «відповідність») – подібність різних предметів чи явищ за певними ознаками; умовивід, відповідно до якого певні явища, схожі за деякими ознаками, можуть бути схожі й за іншими параметрами. Наприклад, за О. Шпенглером, якщо всі живі організми протягом життя переживають народження, дитинство, молодість, зрілість, старіння і смерть, то те саме має відбуватися з культурою, оскільки вона певною мірою організована подібно до біологічної системи. А. часто використовують під час побудови *аргументів* у суперечці чи в монологічному мовленні. Див. також *аналогійний метод викладу*.

**Анафора** (з гр. *ἀναφορά* – «піднесення») – одна зі *стилістичних фігур*, яка полягає в повторенні однакових звуків, слів чи словосполучень на початку кожної фрази; єдинопочаток. Наприклад: «Усе далі й далі поширюються наші ідеї, все більше й більше людей вірять у них, все швидше і швидше настають очікувані зміни». Використання А. повертає увагу *аудиторії*, робить мовлення виразнішим. Протилежністю А. є *епіфора*.

**Анокід** (бл. 440–390 рр. до н. е.) – давньогрецький оратор, громадський та політичний діяч. Один із канону *аттичних ораторів*. Походив з давнього афінського роду. Відомий у зв'язку зі справою про руйнівників герм (статуй богів) в Афінах 415 р. до н. е., за яку зазнав остракізму й вирушив у вигнання. 403 р. до н. е. повернувся в Афіни, виступав послом до багатьох земель. Після посольства у Спарту, членів якого



звинували у порушенні приписів, знов опинився у вигнанні. А. не був професійним оратором, писав промови з потреби захистити самого себе на суді. Стиль його простий, з невеликою кількістю фігур та прикрас. Збережено три промови: «Про містерії», «Про моє повернення», «Про мир з лакедемонянами», які є особистими *апологіями* А.

**Анекдот** (з гр. *ανεχδοτος* – «неопубліковане», «невидане») – коротке оповідання про певну подію з гумористичним, дотепним, часто несподіваним фіналом. Переважно це усний жанр народної творчості, автори більшості А. невідомі. У риторичному мовленні А. є засобом привернення уваги *аудиторії*. Його використовують з розважальною метою. А. можна вжити на початку промови як один із прийомів *вступу*.

**Анонімного авторитету прийом** – один з *вивертів у сперечанні*, коли аргументом виступає певний невідомий авторитет, конкретне ім'я чи посада якого не названо. Наприклад: «Британські вчені довели, що сіроокі люди частіше страждають на депресію, ніж кароокі», «Лікарі визнають безсумнівну користь цього препарату», «Однин з працівників обласної ради, що забажав залишитися анонімним, підтвердив численні факти корупції в цій установі».

**Антитеза** (від гр. *ἀντίθεσις* – «протиставлення») – одна зі *стилістичних фігур*, яка полягає в зіставленні протилежних явищ і понять. Наприклад, на А. побудовано промову *Іларіона* «Слово про закон і благодать», у якій Слово (Старий Заповіт) протиставлено Благодаті (Новому Заповітові). Як риторичний прийом підсилює виразність промови, допомагає підкреслити контрастні явища чи поняття, про які говорить оратор.

**Антифон** (480–411 рр. до н. е.) – давньогрецький оратор, учитель риторики, державний діяч. Входить до канону *аттичних ораторів*. Походив з м. Рамні в Аттиці. В Афінах працював *логографом*, а також учителем ораторського мистецтва. Брав участь у змові олігархів 411 р. до н. е., за що був звинувачений у державній зраді та засуджений на смерть. А. сам не виступав перед публікою, за винятком власної *апології* на суді. Стиль А. простий, він часто використовував *антитези*, поетичну лексику. Відомо про 60 промов А., 15 з яких дійшли до нашого часу. Дванадцять збережених творів є вправами (складені на вигадану тему), а три стосуються справжніх судових процесів, а саме: «Звинувачення мачухи в отруєнні батька», «Про хориста» (на захист випадкового вбивці, члена хору) та «Про вбивство Герода». Також збережено фрагменти власної захисної промови А.

**Антоніми** (з гр. *αντί* – «проти» та *ὄνομα* – «ім'я») – слова чи словосполучення, які мають протилежне значення. Наприклад: радість – горе,

погоджуватися – відмовлятися, білий світ – темна ніч і т. д. На використанні А. часто ґрунтуються *антитеза*, *гра слів*, *каламбури*.

**Антономазія** (з гр. *ἀντονομάζω* – «називаю по-іншому») – один з *тропів*, використання власних імен у ролі загальних назв або загальних назв як власних імен. Наприклад: «Україна має своїх Шекспірів і Байронів». А. також називають заміну імені чи назви певною озакою, особливістю цього явища чи особи, наприклад, «син коваля» замість «Іван Франко». Використання А. додає промові образності, однак вимагає підготовленості слухачів.

**Апелювання** (від лат. *apello* – «звертаюся») – звернення до когось за підтримкою чи порадою, покликання на певний авторитет. Оратор під час виступу може апелювати до слухачів, очікуючи на їхню підтримку, або ж підкріплювати свої слова цитатами видатних, авторитетних у певній галузі людей. Див. також *аргумент до авторитету*, *аргумент до публіки*.

**Апломб** (з фр. *aplomb* – «прямо», «верикально», «рівновага») – самовпевненість у поведінці, мовленні. Надмір А. може зашкодити оратору, бо викличе негативне сприйняття з боку *аудиторії*.

**Апологія** (з гр. *απολογία* – «виправдання», «вихваляння») – промова чи письмовий твір, спрямований на захист певної особи, поглядів, теорії. У Давній Греції А. називали захисну промову на суді. Більшість відомих давньогрецьких ораторів були *логографами*, а отже, авторами А. Багато А. на захист християнства створено в перші століття нашої ери, їх створювали ранньохристиянські письменники й богослови, наприклад, *Ориген*. А. були поширені в українській полемічній літературі XVI–XVII ст. і були спрямовані на захист православної віри від наступу католицизму.

**Апосіопеза (замовчування)** (з гр. *ἀποσιώπησις* – «замовчування») – одна зі *стилістичних фігур*, що полягає в незавершеному, обірваному висловлюванні. Мовець передбачає, що продовження відоме слухачам (читачам) або вони про нього здогадаються. Наприклад: «Я сказала б вам правду, але...», «Сподівалися на інший результат, а тут...». А. застосовують, якщо в певній ситуації говорити про якийсь предмет чи явище недоречно чи небезпечно, або ж для підкреслення схвильованості, нерішучості, неможливості сформулювати думку.

**Аргумент** (від лат. *argumentum* – «доказ», «тема», «основа») – це висловлювання, яке доводить істинність *тези*, обґрунтовує її (у монологі оратора чи під час суперечки), або ж заперечує тезу опонента в суперечці; те саме, що доказ. Аргументи поділяють на *логічні* та *емоційні*. Див. також *виверти у сперечанні*.

**Аргумент до авторитету (до скромності)** (лат. *argumentum ad verecundiam*) – один з *емоційних аргументів*, доведення власної *тези* чи спростування тези опонента посиланням на авторитет (видатних людей у певній галузі, загальноприйнятих суспільних норм, посад, власний авторитет тощо), що саме по собі має свідчити про правильність чи неправильність якоїсь позиції. Наприклад: «Як один з провідних дослідників цього питання, я заявляю...», «Керуючись словами провідника української нації Т. Шевченка...», «Наша консервативна галицька мораль не схвалює того, щоб...» тощо. Іноді власну позицію обґрунтовують, покликаючись на авторитетну, однак не компетентну в певному питанні особу. Наприклад: «У цьому ресторані прекрасна французька кухня, недарма тут часто вечеряють футболісти команди «Динамо».

**Аргумент до вигоди** (лат. *argumentum ad utili*) – один з *аргументів*, доведення *тези* вказуванням на користь, яку отримають опонент чи слухачі, погодившись з позицією оратора. А. д. в. дуже сильний, адже стосується особистих інтересів людей. Наприклад: «Ця річ утричі дорожча, але вона прослужить вам значно довше».

**Аргумент до гаманця** (лат. *argumentum ad crumenam*) – один з *емоційних аргументів*, доведення власної *тези* чи спростування тези опонента з позиції, що гроші та матеріальні цінності є мірою істинності, відповідно, має рацію той, хто багатший. Наприклад: «Забезпечені люди погодяться зі мною в тому, що...», «Мабуть людина, що створила такий бізнес, не може в усьому помилятися», «Якщо ви так добре все знаєте, то чому ви не багаті?» тощо.

**Аргумент до давнини** (лат. *argumentum ad antiquitam*) – один з *емоційних аргументів*, який полягає в доведенні правильності чи переваги якоїсь позиції тим, що там само вважали чи робили з давніх часів. Наприклад: «Саме таких поглядів дотримувалися наші видатні предки...», «Звичайно, ви не можете дозволити собі літати за кордон, але ваші батьки, а тим більше діди і прадіди також цього не робили».

**Аргумент до жалю** (лат. *argumentum ad misericordiam*) – один з *емоційних аргументів*, яким оратор намагається викликати співчуття до себе або до того, про що говорить. Цей доказ часто використовують у суперечках, де прийняте рішення може мати конкретні наслідки. Наприклад: «Тільки подумайте, що буде з сім'єю підсудного, якщо він опиниться за ґратами», «Цим рішенням ми прирікаємо сотні сиріт на жебрацьке існування».

**Аргумент до кількості** (лат. *argumentum ad numeram*) – один з *емоційних аргументів*, яким оратор апелює до кількості тих, хто підтримує чи може підтримати його *тезу*. Наприклад: «Тридцять мільйонів українців не

можуть помилятися», «Так роблять усі», «Усі мої знайомі вважають саме так», «Так чинили десятки поколінь до нас» тощо.

**Аргумент до Лазаря** (лат. *argumentum ad Lazarum*) – один з *емоційних аргументів*, що полягає в доведенні власної *тези* чи спростування тези опонента з позиції, що має рацію той, хто бідніший (перед такою особою виникає менше спокус, вона менш корислива тощо). Протилежний *аргументові до гаманця*, Наприклад: «Це бідна, але чесна людина», «Мій банківський рахунок свідчить про те, що мені не затьмарює очі користолюбство» тощо.

**Аргумент до незнання** (лат. *argumentum ad ignorantiam*) – один з *емоційних аргументів*, коли для доведення власної тези посиляються на відсутність достовірного знання про її заперечення, тобто істинним є все те, що не заперечене. Наприклад: «Бога не існує, бо ніхто ще не довів його існування», «Усі спроби знайти переконливі фотографії НЛО були марними, тож НЛО – тільки фантазія».

**Аргумент до новизни** (лат. *argumentum ad novitatem*) – один з *емоційних аргументів*, який полягає в доведенні правильності чи переваги якоїсь позиції лише тим, що вона є новою на сьогодні. Наприклад: «Це найновіша розробка, тому нам необхідно її придбати».

**Аргумент до нудоти** (лат. *argumentum ad nauseam*) – один з *емоційних аргументів*, коли для доведення своєї позиції використовують багаторазове повторення одного й того самого (можливо, різними словами). Наприклад, багаторазове повторення у рекламі висловів про якість і користь певного продукту.

**Аргумент до особи** (лат. *argumentum ad hominem*) – один з *емоційних аргументів*, коли для доведення власної *тези* чи спростування тези опонента звертаються до самої особи суперника, зважають на її особисті риси, деталі біографії (здебільшого негативні). Якщо під час суперечки присутні треті особи, А. д. о. використовують, щоб створити негативний образ опонента перед слухачами. Наприклад: «Зважаючи на Вашу репутацію, навряд чи Вашим словам можна довіряти», «Враховуючи минуле мого опонента, я не схильна вірити в його щирість», «З такою біографією, як у вас, про мораль краще взагалі мовчати».

**Аргумент до пихи** (*captatio benevolentiae*) – один з *емоційних аргументів*, коли вдаються до похвали, лестощів на адресу суперника або ж слухачів, щоб заохотити їх погодитися з позицією сперечальника. Наприклад: «Така розумна й розважлива людина, як ви, не може не згодитися з тим, що...».

**Аргумент до публіки** (лат. *argumentum ad populum*) – один з *емоційних аргументів*, за якого для доведення власної тези апелюють до громадської думки, орієнтуються на почуття та емоції аудиторії. Наприклад: «Хіба ми, громадяни своєї країни, не повинні дбати передовсім про власні інтереси?»).

**Аргумент до сили (паличний доказ)** (лат. *argumentum ad baculum*) – один з *емоційних аргументів*, коли для доведення власної тези посиляються на силу як засіб переконання супротивника. Наприклад: «Ви можете не погоджуватися з рішеннями керівництва, але пам'ятайте, що на вашу посаду знайдеться багато претендентів». По суті, є різновидом *аргументу до страху*.

**Аргумент до страху** (лат. *argumentum ad metum*) – один з *емоційних аргументів*, заснований на залякуванні супротивника чи аудиторії. Наприклад: «Якщо до влади прийде мій супротивник, країна негайно скотиться у злидні».

**Аргумент емоційний (психологічний)** – *аргумент*, звернений до почуттів та емоцій аудиторії чи опонента (у разі ведення *суперечки*). Його мета – викликати певний емоційний стан, вплинути на почуття та емоції. Серед А. е., зокрема: *аргумент до людини, до сили, до пихи, до жалю, до авторитету*. Нерідко А. е. стають *вивертими у сперечанні*.

**Аргумент логічний** – *аргумент*, звернений до розуму слухачів чи опонента (у разі ведення *суперечки*). До них, зокрема, належать факти, цифри, логічні умовиводи.

**Аргумент, заснований на фактах** (лат. *argumentum ad rem*) – істинний *аргумент*, що полягає в наведенні фактів, які підтверджують *тезу*.

**Аргументація** (від лат. *argumentum* – «доказ», «тема», «основа») – процес доведення власної точки зору й переконання опонента в її прийнятності; добір *аргументів* на захист власної *тези* або на спростування тези опонента під час суперечки.

**Арістотель** (384–322 до н. е.) – давньогрецький учений, філософ, логік, педагог, теоретик риторики. Походив з м. Стагіра. 867 р. прибув до Афін, де протягом 20 років навчався в Академії *Платона*. Зголом заснував власну школу – Лікей. Був вихователем Олександра Македонського. А. заклав основи багатьох сучасних наук, став одним із перших теоретиків риторики. Питань риторики торкається трактат А. «Про риторичне мистецтво» (у трьох книгах), а також – опосередковано – «Поетика». А. розмежував ці дві науки, визначивши риторіку як мистецтво переконання, мистецтво, що впливає на дійсність, а поетику – як мистецтво наслідування дійсності. На думку А., головне в риторичі – пошук доказів. Усі засоби переконання А. розділив на логічні докази, моральні докази та емоційний

вплив. А присвятив особливу увагу особистості оратора, його принципам, переконанням, *етиці* (моральності). А. працював над проблемами техніки виголошення промов, стилю як способу й манери говорити, створив класифікацію стилів (схарактеризував ясний і холодний стилі). Розглянув різні види *тропів* і фігур та їх застосування у риторичному мовленні. Вивчав питання *композиції промови*. Також звернув увагу на склад і характер слухацької *аудиторії*. А. належить перша класифікація *видів красномовства* – він виділив три роди промов – *дорадчі, епідейктичні* та судові. У «Поетиці» А. вивів систему вимог до до художніх творів, зокрема до ораторської прози.

**Артикуляційна гімнастика** – вправи, спрямовані на покращення рухливості органів *артикуляційного апарату*. За допомогою А. г. розминають і тренують м'язи язика, губ, щік, м'якого піднебіння. А. г. допомагає покращити *дикцію*: швидше і чіткіше вимовляти звуки, а також усунути деякі *вади дикції*. А. г. можна застосовувати і для розслаблення органів мовлення, для того, щоб відволіктися і подолати хвилювання перед виступом.

**Артикуляційний (мовленнєвий) апарат** – сукупність органів людського організму, які беруть участь в *артикуляції*. А. а. складають органи дихання – легені, бронхи, трахея, діафрагма, міжреберні м'язи (адже звуки утворюються завдяки струменю видихуваного повітря), пасивні органи мовлення (нерухливі: зуби, альвеоли, тверде піднебіння, глотка, порожнина носа, гортань), активні органи мови (рухливі: язик, губи, м'яке піднебіння, маленький язичок, надгортанник, голосові зв'язки), також до них можна зарахувати центральний мозок (керує роботою А. а. й трансформує внутрішнє мовлення в зовнішнє). Порожнини-резонатори (ротова і носова) розширюють і збагачують звук. Знаючи специфіку роботи А. а., оратор може за потреби працювати з голосом для його вдосконалення, здатності чіткіше і швидше вимовляти звуки. На розвиток А. а. спрямовані артикуляційні вправи, що дозволяють удосконалити дикцію, правильно поставити дихання з метою регулювання звучності голосу, зокрема *артикуляційну гімнастику*. Тренуючи А. а., оратор зможе розвинути можливості свого голосу (*сила, тембр*). Правильно поставлений голос є запорукою чіткого, виразного мовлення. Знання про організацію А. а. особливо допоможе подолати *вади мовлення*, які часто є значною проблемою для промовців.

**Артикуляція** (від лат. *articulatio* – «розчленування») – положення органів людського організму, потрібне для вимови певного звука; робота органів мовлення, спрямована на утворення звуків.

**Архаїзм** (від гр. *ἀρχαῖος* – «древній») – слово або словосполучення, що в сучасній мові є застарілим, натомість у літературній мові наявне інше

слово з таким самим значенням. Наприклад, *атрамент* (чорнило), *глаголити* (говорити), *тать* (злодій), *піім* (поет). Вживання А. в публічному мовленні може бути регламентоване стилістичною метою (наприклад, для створення колориту давнини), однак потрібно враховувати рівень освіченості аудиторії. Див. також *історизм*.

**Асиндетон (безсполучниковість)** (з гр. *ἀσύνδετον* – «незв'язане») – одна зі *стилістичних фігур*, яка полягає у відсутності сполучників, що пов'язували б окремі слова чи частини фрази. Наприклад: «Пожежа. Паніка. Вигуки навколо. Тріск дерева, що ламається...», «Прийшов, побачив, переміг». А. часто трапляється під час швидкого мовлення. Використання А. надає мовленню динамічності, підкреслює окремі аспекти того, про що йдеться.

**Асонанс** (фр. *assonance* – «співзвучність») – повторення одних і тих самих голосних звуків у висловлюванні. Переважно А. застосовують у поезії, однак його можна використовувати і в усному мовленні. А. додає мовленню особливого колориту і настрою, підсилює його виразність. Наприклад: Спочатку було слово.

**Асоціація** (з лат. *associo* – «з'єдную», «зв'язую») – поняття, що виникає у свідомості під час згадування іншого поняття. На здатності людської свідомості створювати А. побудований механізм пам'яті. Тренування пам'яті, по суті, є відпрацюванням уміння вибудовувати А. Для того, щоб створити А., факти, які треба запам'ятати, вводять у зв'язок з іншими, вже відомими. Наприклад, щоб запам'ятати типове ім'я нового знайомого, можна асоціювати його зі знайомою людиною, яка має таке саме ім'я. Нову дату можна асоціювати з тими, що вже відомі (наприклад, 1994 – це три роки після проголошення незалежності України). На побудові А. ґрунтується техніка запам'ятовування промов, відома в риторичі під назвою *римська кімната*. Див. *мнемотехніка*.

**Атаки запитаннями прийом** – один з *вивертів у сперечанні*, коли замість того, щоб наводити власні докази, заперечувати аргументи чи відповідати на питання опонента, перехоплюють ініціативу і ставлять супереникові неперервний потік запитань (здебільшого щодо його поглядів та аргументів). Оскільки відповідати на запитання завжди важче, ніж ставити їх, то позиція суперника внаслідок А. з. п. стає слабшою.

**Аттицизм** – стиль у риторичі та літературі античного світу, що виник у I ст. н. е. на протигагу *азіанізму*. Назву отримав від Аттики – історичної області у Давній Греції, центром якої були Афіни. Послідовники А. виступали за відхід від пишномовності і складності, повернення до класичної простоти стилю давньогрецьких ораторів. Зразками для А. стали промови

*аттичних ораторів*. Особливе значення в А. приділяли очищенню й відродженню класичної давньогрецької мови періоду V–IV ст. до н. е. Серед представників А. – *Діонісій Галікарнаський*.

**Аттичні оратори (Канон десяти античних ораторів)** – перелік десяти найкращих ораторів і логографів Давньої Греції періоду V–IV ст. до н. е. Список сформували у III ст. до н. е. Аристофан Візантійський та Аристарх Самотракійський в Александрії, де було зібрано тексти найвидатніших ораторів класичного періоду. До А. о. належать *Антифон, Андокід, Лісій, Ісократ, Демосфен, Ісей, Лікурґ, Гіперид, Динарх, Есхін*. До нашого часу дійшов твір про життя десяти А. о., який приписували Плутархові. Для праць А. о. характерний простий і ясний стиль, вони стали зразками для наслідування риторів пізнішого часу.

**Аугументив** (від лат. *augmentum* – «збільшення») – слово, що передає суб'єктивно-оцінне значення великого розміру чи емоційно-експресивне значення згрубілості. Наприклад: *дідуган, вовчище, вітрисько, здоровенний*. Протилежність *демінутива*. Вживання А. у публічному мовленні допустиме зі стилістичною метою, однак потребує обережності.

**Аудиторія** (від лат. *auditor* – слухач) – сукупність слухачів, присутніх під час виступу оратора; те саме, що публіка. Див. *засоби керування увагою аудиторії*.

**Аудиторний шок (ораторська лихоманка)** – сильний страх, який передує виступові або охоплює оратора безпосередньо під час промови. На відміну від *хвилювання під час виступу* А. ш. перешкоджає виголошенню промови. Під час А. ш. оратор відчуває надзвичайно сильний стрес, може забути текст промови, у нього може погіршитися фізичне самопочуття, збитися дихання, змінитися голос, *дикція* може стати нерозбірливою. Причинами А. ш. стають надмірна зануреність у власні переживання, брак упевненості в собі, попередній негативний досвід чи взагалі брак досвіду публічного мовлення, недостатня підготовленість оратора. Щоб запобігти А. ш., можна вживати тих самих заходів, що й для подолання *хвилювання під час виступу*, крім того, виступові має передувати позитивна самоналаштованість оратора.

**Афоризм** (з гр. *αφορισμός* – «визначення») – узагальнений оригінальний вислів, висловлений у дуже виразній формі. Для А. характерна влучність та коротка форма, завдяки якій його легко запам'ятати. До А. належать вислови класичних авторів, цитати з літературних творів, які стали крилатими тощо. Багато А. створили античні оратори. Наприклад, А. є слова *Сократа* «Заговори, щоб я тебе побачив» чи *Цицерона* «Поетами народжуються, а ораторами стають».



**Афористичність** – насиченість мовлення *афоризмами*; також викладання думок у стислій, узагальненій формі. А. була особливо властива для риторики Давнього Риму.

**Багатозначність слова (полісемія)** – наявність в одного слова двох чи більше значень. Наприклад, слово «наелектризований» може означати «заряджений електрикою», а крім того, «надзвичайно напружений, збуджений». Неврахування Б. може зробити мовлення неясним. Б. часто є основою для *каламбурів*.

**Багатослів'я** – вживання у мовленні без потреби великої кількості слів, тоді як той самий зміст можна передати меншою їх кількістю; те саме, що *плеоназм*. Протилежність *лаконічності*. Наприклад: «З метою збереження великої і різноманітної кількості видів тварин і птахів у наших, українських лісах потрібно проводити інформаційну роботу серед населення, яка стосується загрози зникнення деяких видів тварин» замість «Щоб зберегти різноманіття фауни наших лісів, треба інформувати населення про те, що деякі види перебувають під загрозою». Надмір слів особливо важко сприймати на слух. Б. є стилістичним недоліком і перешкоджає розумінню промови, тому під час роботи над *конспектом* та під час *репетицій* треба попрацювати над стислістю викладу. Див. *плеоназм*.

**Багатство мовлення** – наявність у мовленні великої кількості лексичних одиниць для вираження різних понять і значень; вживання синонімів, словотвірних варіантів слів, різних типів синтаксичних конструкцій. Б. м. є однією з вимог *культури мовлення* загалом. Б. м. сприяють оволодіння виражальними засобами мови, збільшення лексичного запасу за допомогою читання літератури та спілкування.

**Байдужа реакція аудиторії** – така реакція слухачів, за якої вони не виявляють інтересу до особи оратора і того, про що йдеться в його промові. Аудиторія виявляє Б. р. переважно невербально (у міміці, жестах, відсутності контакту з оратором), рідше вербально. У разі Б. р. а. варто підкреслити актуальність для слухачів того, про що йдеться, засосувати *засоби привернення уваги* аудиторії. Б. р. а. може викликати й недостатня підготовленість слухачів до сприймання вибраної теми, тому виклад варто спростити.

**Баранович Лазар** (1620–1693) – український письменник, церковний і громадський діяч, оратор, проповідник, викладач риторики. У 1640-х рр. викладав у *Києво-Могилянському колегіумі* поезику й риторику, у 1650–1657 рр. ректор цього навчального закладу. Автор збірок проповідей «Меч духовний є глагол Божий» (1666, 1668), «Труби словес проповідних» (1674,

1679), польськомовної збірки поезій «Аполлонова лютня» та полемічного трактату «Нова міра старої віри».

**Барокова проповідь** – характерні для української *гомілетики* XVII–XVIII ст. *проповіді*, створені на засадах барокового стилю. Творцями Б. п. були відомі українські риторичні та проповідні *Л. Баранович, А. Радивиловський, І. Гізель, К. Транквіліон-Ставровецький, Й. Галятовський, С. Яворський* та ін. Б. п., з одного боку, були засновані на традиційних для України проповідях-тлумаченнях Святого Письма, таких як твори отців церкви, давніх київських ораторів (зокрема, *Іларіона*), а з іншого – мали свої характерні риси. Б. п. були за своєю суттю художніми творами, вони наповнені художніми засобами – *тропами* і *фігурами*. Для Б. п. властиві *епідейктичні* елементи – прославлення Бога та святих (апостолів, мучеників та ін.), а також відомих людей, меценатів. Крім того, Б. п. часто торкалися актуальних для свого часу політичних та церковно-релігійних проблем (унії, конфлікту між православ'ям та католицизмом в Україні).

**Бесіда** – форма спілкування, що полягає в обміні думками, почуттями між двома чи більше людьми. Мистецтво ведення Б. вивчає риторика діалогічного мовлення, *еристика*. Див. *діалогічне красномовство*.

**Блефування** (з англ. *bluff* – «обман») – навмисне введення в оману з метою перебільшити власні сили, можливості, значення, знання тощо. Під час сперечання опоненти можуть використовувати Б. як *виверт у сперечанні*, наприклад, покликаючись на вигадані знайомства, дипломи тощо.

**Братські школи** – навчальні заклади, які у XVI–XVIII ст. функціонували при церковних братствах (національно-релігійних організаціях українських містян). Першу братську школу засновано 1585 р. у Львові. Б. ш. діяли в Києві, Галичі, Рогатині, Перемишлі, Луцьку та інших українських містах. У Б. ш. викладали латинську, грецьку, церковнослов'янську мови, а також сім вільних наук: дисципліни тривіуму (діалектика, риторика, граматики) та квадрівіуму (арифметика, геометрія, астрономія, музика). Розвиток риторичної в Україні нерозривно пов'язаний з діяльністю Б. ш., оскільки саме там її почали викладати як наукову дисципліну. З Б. ш. пов'язана діяльність українських риторів, зокрема *І. Вишенського, З. Копистенського* та ін.

**Брифінг** (від англ. *brief* – короткий) – короткий публічний виступ, закрита прес-конференція, на якій організатори чи учасники певних подій або заходів надають інформацію про перебіг справ, нові факти, власну позицію й стисло відповідають на запитання представників ЗМІ.

**Бумеранг прийом** – один з *вивертів у сперечанні*, коли звинувачення опонента негайно обертають проти самого супротивника.

Наприклад: «Ви погано працюєте, адже під час робочого дня обговорюєте особисті питання! – Якби ви самі добре працювали, у вас не було б часу на те, щоб слухати, що саме обговорюють інші».

**Вади дикції** – недоліки *дикції*, які полягають у неправильній вимові одного або кількох звуків, нечіткості вимови, *заїканні*. До В. д. належать *гугнявість, гаркавість, шепелявість* та ін. В. д. можуть бути природженими і (рідше) набутими. Серйозною В. д. також є загальна нечіткість вимови, яка є наслідком недбалого ставлення до власного мовлення. Більшість В. д. можна виправити за допомогою логопедичного лікування або ж самостійно з використанням різноманітних вправ: *артикуляційної гімнастики, скоромовок* тощо. Див. *дикція*.

**Варваризми** (з гр. *barbarismos* – «іноземний зворот») – запозичені слова чи звороти, які ще не адаптувалися в мові і не набули граматичного оформлення. Можуть зберігати написання, як у мові-оригіналі. Наприклад: персона нон грата, гепі енд, alter ego, nota bene!, dixi, self made man, chiao! та ін. Вживання В. у мовленні оратора залежить від особливостей аудиторії – її віку, рівня освіти тощо.

**Василій Великий** (329–379) – церковний і релігійний діяч, архієпископ, отець церкви, гомілет. Зачислений до лику святих. Походив з м. Кесарії в Каппадокії (зараз Туреччина). Батько В. В. був оратором. В. В. навчався в Константинополі та Афінах, де вивчав класичну риторіку. Згодом став ченцем-аскетом, мандрував країнами Сходу, проповідуючи християнство. Перебував на посаді архієпископа Каппадокійського. До нашого часу дійшло понад 300 праць В. В., серед яких близько 30 *проповідей*, бесіди з тлумаченнями Біблії. За переконанням архієпископа, проповідь має бути передусім доступною слухачам. В. В. створив текст літургії, відомої як літургія Василя Великого.

**Вибір теми** – перший і дуже важливий етап у роботі над підготовкою промови. Він залежить від *мети виступу* й особливостей оратора. Іноді тема є наперед заданою. Однак коли тему потрібно вибрати самостійно, варто відштовхнутися від власного досвіду – вона має відповідати можливостям промовця (до прикладу, не кожен здатен виступати на розважальні теми чи виголошувати *надихальні промови*) та його інтересам. Крім того, тема має зацікавити *аудиторію*. Гарантією успіху теми є *актуальність* (має зачіпати особисті, індивідуальні чи групові інтереси слухачів, стосуватися найгарячіших на сьогодні питань), новизна, гострота (зіткнення протилежних точок зору, наприклад «Паління: шкода чи користь?»), гарне формулювання (цікаве, лаконічне, зрозуміле, не надто складне для сприйняття). Тема має зацікавити і, якщо можливо, заінтригувати слухачів.

**Виверт у суперечці** – навмисне порушення логіки викладу під час сперечання для того, щоб переконати опонента чи публіку у правильності власної позиції чи заперечити позицію та аргументи суперника; прийоми, якими прагнуть полегшити суперечку для себе й ускладнити її для опонента. До типових В. у с. належать *аргумент до жалю, до гаманця, до кількості, до особистості, до сили, до страху, атаки запитаннями прийом* та ін. Див. *софізм*.

**Вигляд промовця** – сукупність зовнішніх ознак промовця (вираз обличчя, хода, постава, одяг, зачіска тощо). В. п. – важливий елемент *іміджу оратора*, один з чинників його успіху, адже через зовнішній вигляд *аудиторія* складає враження про особу ще до початку виступу. Глядачі фіксують цю інформацію, і вона впливає на переконливість того, хто говорить. Гарний зовнішній вигляд викликає повагу слухачів, окрім того, дає впевненості самому ораторові. Зовнішність промовця має бути передусім охайною, вираз обличчя привітним, хода впевненою, а постава – прямою. Важливий компонент В. п. – одяг, який має відповідати часу, місцю і ситуації, бути зручним, мати прийнятний колір. Ексцентричності в зовнішньому вигляді варто уникати, адже увага аудиторії однаково буде звернена на оратора. Основне у В. п. – доречність, відповідність ситуації.

**Виголошення промови** – публічне висловлювання промови. В. п. вивчає *акція*. Риторика не рекомендує виголошувати промову, читаючи з *конспекту*. Найкраще виступати перед *аудиторією*, заздалегідь підготувавшись і лише опираючись на конспект або ж (у разі впевненості й достатнього досвіду публічних виступів) *імпровізуючи* (Див. *експромт*). Окрім наявності заздалегідь підготованого тексту промови, для успішного В. п. потрібно працювати над *технікою мовлення*, вміти встановити *контакт з аудиторією*, доречно використовувати під час виступу *невербальні засоби спілкування*, долати *аудиторний шок*, володіти *засобами керування увагою слухачів* та ін.

**Вигук риторичний** – одна з *риторичних фігур*, окличне речення, яким промовець виражає сильну емоцію або заклик до чогось. Наприклад: *Ох уже ці забобони! Бережімо природу!*

**Вид красномовства** – красномовство, яке застосовують у певній сфері людської діяльності. До В. к. належать, зокрема, *академічне, юридичне (судове), суспільно-побутове, дипломатичне, рекламне, військове, політичне, церковне красномовство*.

**Визначення** – див. *дефініція*.

**Виклад** – спосіб представлення матеріалу промови. В. можна вести різними способами (*розповідь, опис, роздум*) та різними методами (*індуктивний, дедуктивний, аналогічний, концентричний, стадійний*).

**Виключення третього закон** – один з чотирьох (основних) законів формальної логіки. Суть його полягає в тому, що будь-яке судження про певний предмет у певний час і в певних обставинах або є істинним, або істинне його заперечення, третього варіанта бути не може. В. т. з. забороняє визнавати одночасно істинними або одночасно хибними два протилежні судження (тобто коли одне заперечує інше). Наприклад, у міркуванні про колір певного предмета можна стверджувати лише, що «цей предмет червоний» або «цей предмет не червоний», а жоден третій варіант істинним бути не може, адже предмет або має певну властивість, або не має її. Застосований у публічному мовленні, цей закон вимагає бути послідовним у мисленні, забороняє ухилятися від вибору з-поміж двох суперечливих тверджень, вимагає давати зрозумілі й точні відповіді на поставлені запитання. В. т. з. вимагає порівнювати речі одного плану (а не, наприклад, тепле з м'яким), це так звана точність протиставлення – коли до твердження додати частку *не*, вийде протилежна точка зору. Роль В. т. з. – виділення предмета дискусії. В *еристиці* на ньому заснований *фіксації полюса суперечки прийом*, що полягає в уточненні того положення, яке треба або підтвердити, або спростувати. Цей прийом пришвидшує дискусію і робить її конструктивнішою. Загалом дискусією може бути тільки та суперечка, де до предмета можна застосувати В. т. з.

**«Виняток, що підтверджує правило»** – один з *вивертів у сперечанні (софізмів)*, який полягає в тому, що *аргумент* супротивника оголошують «винятком, який підтверджує правило».

**Виразність мовлення** – здатність мовлення викликати інтерес у слухачів, підтримувати їхню увагу, справляти емоційне враження, впливати на уяву. В. м. є однією з вимог *культури мовлення*. В. м. оратора сприяють продуманий зміст мовлення, добре орієнтування в темі промови, гарне володіння мовою загалом, вдалий підбір мовних одиниць, використання засобів образності мовлення (*тропів і риторичних фігур*).

**Висновки** – короткий огляд, стислий узагальнений зміст усього, що сказано у промові. В. – важлива частина промови, адже в них ще раз роблять акцент на основній думці. Композиційно В. розташовують у *закінченні промови*. Зміст В. залежить від мети публічного виступу, наприклад, в *інформаційній промові* В. може бути короткий переказ сказаного, у *переконувальній* – *ідея* промови, яку аргументували в *головній частині*, у *закличній* – безпосередній заклик до певних дій тощо.

**Високий стиль** – згідно з ученням про три стилі, розробленим в Античності та підтриманим в епоху Відродження й бароко, один з трьох традиційних стилів, для якого властиві піднесеність, емоційність, пишномовність, використання вишуканих художніх засобів (*тронів і фігур*). В. с. у риторичі використовували для мовлення про урочисті, важливі події. Див. *середній стиль, низький стиль*.

**Висота голосу** – здатність голосу до тональних змін, тобто його діапазон. Це одна з вроджених властивостей людського голосу. З фізичного погляду вона залежить від частоти коливань звуку. В. г. людини залежить від довжини голосових зв'язок – що вони коротші, то вищий голос. Зазвичай для голосу характерний діапазон півтори октави, але у повсякденному мовленні людина використовує лише кілька нот. Розширення діапазону увиразнює мовлення, тому під час публічного виступу не варто говорити на тій самій висоті постійно, щоб не бути монотонним. В. г. не треба плутати з *гучністю голосу*.

**Вишенський Іван** (бл. 1550 – 1621) – український церковний і громадський діяч, письменник, полеміст. Походив з м. Судова Вишня на Львівщині. У 1570-х рр. став православним монахом, прожив близько 40 років у монастирі на Афоні. Звідти надсилав в Україну послання, спрямовані проти унії, ополячення краян та переходу в католицьку віру. У 1604–1606 рр. побував в Україні. І. В. відомий передусім як полеміст – противник унії, латинської та греко-католицької церков. Збереглося 16 творів письменника, переважно це полемічні трактати та послання, серед них: «Послання до єпископів», «Послання до всіх, хто живе в землі польській», «Викриття диявола-миродержця», «Загадка філософам латинським» та ін. Хоч про безпосередню ораторську діяльність І. В. відомо мало, його твори є риторичними: вони переважно мають форму послань, письменник використовує живу народну мову поряд з церковнослов'янською, широко вживає риторичні засоби (*риторичні запитання, звертання, вигуки, антитези* та ін.).

**Відповіді запитанням на запитання прийом** – один з *вивертів у сперечанні*, який полягає в тому, що на *запитання* відповідають іншим запитанням. Метою В. з. н. з. п. є збити опонента з пантелику чи поставити у незручне положення і так все-таки уникнути відповіді. Прикладами В. з. н. з. п. є запитання: «А з якою метою ви цікавитесь?», «Подумайте, чи маєте ви моральне право ставити такі запитання?» і т. д.

**Відповідь** – репліка чи розширене повідомлення, які є поясненням з приводу чийогось *запитання*. За змістом В. бувають правильними та неправильними, а також В. не по суті (за змістом не пов'язані з запитанням).

За обсягом інформації В. ділять на короткі й розгорнуті. У *суперечці* особливо цінують дотепні відповіді на запитання.

**Відстань від слухачів** – дистанція між промовцем і першим рядом слухачів. Під час вибору В. в. с. варто орієнтуватися на оптимальну видимість оратора з залу. Наприклад, у разі виступу в класичній аудиторії оптимальним розташуванням для промовця є таке, коли між ним та крайніми слухачами справа та зліва утворюється рівносторонній трикутник, адже так найлегше підтримувати зоровий контакт з усіма присутніми. Однак відстань не має становити більш ніж 3,5–4 м. При цьому варто стояти трохи віддалік від задньої стіни (для ліпшого поширення голосу у приміщенні). Якщо слухачі зайняли останні ряди, а перші залишаються порожніми, варто попросити присутніх пересісти ближче. Коли в залі присутні більш ніж 70 осіб можна виступати стоячи на підвищенні, в іншому разі краще залишатися на одному рівні зі слухачами.

**Відступ від теми** – один з *засобів привернення уваги аудиторії*, коротка зміна теми, яка дає змогу слухачам «відпочити», щоб потім з посиленою увагою продовжити сприймати промову. Як В. в. т. можна використовувати цікаві факти, історії з життя, *анекдоти* тощо, які на перший погляд безпосередньо не пов'язані з темою, але опосередковано підкріплюють *ідею промови*. До В. в. т. варто вдаватися, коли увага слухачів розсіяна. Див. *періоди уваги*.

**Відходу від тези прийом** (лат. *ignoratio elenchi*) – один з *вивертів у сперечанні* (логічних помилок, *софізмів*), за якого один з учасників суперечки змінює *тезу*, якої дотримувався на початку, оскільки так легше відстоювати власну позицію під тиском аргументів суперника. Наприклад: «Я, безумовно, підтримую цей закон, проте я цілком поділяю висунуті застороги і вважаю, що без внесення певних поправок він буде неефективним і навіть шкідливим».

**Військове красномовство** – один з *видів красномовства*, який застосовують у військовій сфері. В. к. наближене до *політичного та дипломатичного красномовства*. У європейській риторичі В. к. сформувалося в найдавніші часи, розвивалося в усіх народів, у тому числі і в Україні, особливо в часи захисту від іноземних ворогів – у періоди Русі, козаччини й гетьманщини, Першої та Другої світових воєн. Для В. к. властива *лаконічність*, близькість до розмовного мовлення, ясність, *афористичність*, *дотепність*. Жанрами В. к. є, зокрема, промова-наказ, інструктивна промова, виступ на військово-політичну тему, бесіда перед боєм, бесіда після бою та ін.

**Вітальна промова** – жанр *суспільно-побутового красномовства*, промова, що містить привітання з певної нагоди (ювілею, відкриття певної установи чи організації, свята тощо). Часто В. п. є урочистими. Зазвичай зміст В. п. оптимістичний, включає опис події, похвалу її винуватцям, добрі побажання.

**Володимир Мономах** (1053–1125) – київський князь, державний діяч, письменник. За життя батька князя Всеволода був князем у Чернігові та Смоленську. Брав участь у походах проти половців. Князував також у Ростові, Переяславі. З 1113 р. – князь київський. Відомий як автор «Повчання дітям», одного з оригінальних давньоукраїнських творів, що має чітку риторичну спрямованість. Твір В. М. є дидактичним і містить елементи автобіографії. У «Повчанні» В. М. висловлює власні міркування з приводу політичних, державних та морально-особистісних проблем, чітко формулює заклик до нащадків розумно провадити життя, дбати про науку й освіту, бути мудрими правителями й уникати міжособних чвар. «Повчання» наповнене цитатами з Біблії, як приклади автор наводить події з власного життя. Багато цитат із твору стали афоризмами, наприклад: «Лінощі – то мати усьому злому: що вміє людина, те забуде, а чого не вміє, того не навчається».

**Впевненість у собі** – властивість особистості, що полягає в позитивному оціненні власних можливостей, рис, умінь тощо. В. у с. – передумова успішних виступів перед *аудиторією*, тому для досягнення успіхів у публічному мовленні над В. у с. потрібно працювати.

**Вплив** – дії особи, які вносять зміни в поведінку, думки, настрої, переконання інших людей. Риторика вивчає методи ефективного психологічного В. на аудиторію у процесі спілкування. До методів психологічного В. передусім належать *зараження, навіювання, переконання*.

**Враження** – уявлення, яке залишається внаслідок спілкування з певною особою чи сприйняття певного явища. Завданням оратора під час публічного мовлення є справити гарне В. про себе і свій виступ. В. на *аудиторію* справляє *вигляд оратора, його впевненість у собі* (але не самовпевненість), *інтонація, дикція, невербальні засоби спілкування, тема, ідея і зміст промови* тощо. Тому для гарного враження слухачів потрібно старанно працювати над усіма аспектами майбутнього виступу.

**Вступ** – початкова частина промови, мета якої – зацікавити слухачів, справити на них *враження*, встановити контакт з аудиторією. В. є дуже відповідальним етапом виголошення промови, тому його потрібно добре продумати. Зазвичай В. розпочинають із привітання, *звертання*, якщо треба – з представлення. До універсальних прийомів В. належать наведення цікавих фактів чи статистики, прикладів з життя оратора чи його знайомих, влучної



цитати, *афоризму*, вдалого жарту чи *анекдоту*, які стосуються теми й налаштують слухачів на сприймання промови. Можна розпочати виступ з *запитання* до аудиторії (наприклад: «Чи знаєте ви, що найбільше впливає на силу волі? Чи задумувалися ви, як можна її набути?»), з найактуальніших питань, що перебувають у полі зору суспільства. Можна висловити враження з приводу обставин власного виступу, зробити *комплімент* слухачам (короткий і відвертий). Варіантом В. є виклад мети й завдання виступу. Вдалим початком може стати самопрезентація. У В. не треба говорити про своє хвилювання чи страх, про брак підготовки – це складає враження про оратора як про невмілого й невпевненого в собі, викликає співчуття. Не варто просити прощення за відібраний у слухачів час. В. має бути коротким і яскравим. Якщо аудиторія уважно слухає – мети В. досягнуто і потрібно переходити до *головної частини промови*.

**Вульгаризми** (з лат. *vulgaris* – «простий», «брутальний») – слова та звороти, які перебувають поза сферою літературної мови, є грубими чи непристойними. Вживати В. у публічному мовленні не варто, оскільки їх використання здатне негативно схарактеризувати самого оратора.

**Галятовський Йоаникій** (бл. 1620 – 1688 рр.) – український письменник, церковний і громадський діяч, оратор, проповідник, викладач риторики. У 1640-х рр. навчався у *Києво-Могилянському колегіумі*, був учнем *Лазаря Барановича*. Згодом викладав у цьому навчальному закладі курс риторики. У 1658–68 рр. – ректор Києво-Могилянського колегіуму. У 1668–1688 рр. архімандрит Чернігівського Єлецького монастиря. Автор близько 20 творів, зокрема збірок проповідей та оповідань, полемічних трактатів. Збірка проповідей Г. «Ключ розуміння» (1659, тричі перевидана за життя автора) вплинула на розвиток жанру проповіді в Україні. Ця збірка містила й теоретичну частину – гомілетичний трактат «Наука, або Спосіб зложення казання», що мав великий вплив на розвиток тогочасного українського красномовства.

**Гаркавість (ротацізм)** – одна з *вад дикції*, яка полягає в нездатності чітко вимовити звук «р». Позбутися Г. можна за допомогою занять з логопедом або самостійно, виконуючи вправи для поліпшення дикції, наприклад, *артикуляційну гімнастику*.

**Гасло** (з пол. *hasło* – «пароль», «девіз») – слово чи фраза, у яких сформульовано політичну, організаційну, громадянську ідею, заклик, вимогу. Наприклад: «Волю політв'язням!», «Свободу не спинити». Використання Г. типове для *політичного красномовства*.

**Генетичний софізм** (лат. *reductio ad Hitlerum*) – один з *вивертів у сперечанні* (логічних помилок, *софізмів*), коли для того, щоб дискредитувати

певну позицію, її схвалення приписують особі, яку опонент чи публіка не люблять / не сприймають. Наприклад: «Генна інженерія очевидно небезпечна. Як відомо, її заохочував Гітлер».

**Гізель Іннокентій** (бл. 1600 – 1683) – український церковний і громадський діяч, учений, полеміст. Походив із Пруссії, юнаком прибув до Києва, де прийняв православ'я. 1642 р. закінчив *Києво-Могилянську колегію*, після чого деякий час навчався за кордоном. За дорученням Петра Могили очолив Києво-Печерську друкарню. З 1645 р. професор, з 1646 р. ректор Києво-Могилянської колегії, з 1656 р. архімандрит Києво-Печерського монастиря, де зібрав найбільшу в Україні бібліотеку. На посаді архімандрита захищав права і самостійність Київської митрополії, наголошуючи на цьому у своїх проповідях. І. Г. був одним з найосвіченіших людей свого часу, як учений працював у багатьох галузях знань, зокрема філософії, теології, етиці. Відомий твір – богословсько-етичний трактат «Мир з богом чоловікові». І. Г. вважають імовірним автором «Синописа» (першого нарису історії України). І. Г. належить полемічний трактат «Про віру правдиву». *Л. Баранович* називав І. Г. за його розум «українським Арістотелем».

**Гіпербола** (з гр. *ὑπερβολή* – «надмір», «перебільшення») – один з *тропів*, образне перебільшення якоїсь ознаки з метою її підкреслення. Наприклад: «Мине ціла вічність, доки ми зможемо про це забути». Особливо часті Г. в політичній полеміці, *агітації*, *пропаганді*. Г. привертають увагу й посилюють образність, однак ними не треба зловживати щоб промова не стала схожою на вигадку.

**Гіперид** (бл. 390 – 322 р. до н. е.) – давньогрецький оратор, громадський і політичний діяч. Один з канону десяти *аттичних ораторів*. Учень *Ісократа*. Походив з Афін. Почав кар'єру як *логограф*. Спершу підтримував політичні погляди *Демосфена* проти македонян, однак згодом 324 р. до н. е. виступив одним з його обвинувачів на процесі проти Гарпала, колишнього скарбника О. Македонського. Після вигнання Демосфена очолив патріотичну партію Афін. Брав участь у невдалій Ламійській війні проти Македонії, початкові якої могли посприяти промови самого Г. Після поразки в ній Г. схоплено і вбито. Г. сягнув високого рівня ораторського мистецтва, у власній творчості взорувався на *Ісократа* та *Лісія*, його промови цінували за гумор, мистецтво переконання. Відомо про більш ніж 50 промов Г., збереглися лише уривки шести з них, зокрема «Проти Демосфена», «Проти Філіпіда», а також «Епітафії» – надгробного слова на честь полеглих у Ламійській війні.

**Гіпотеза** (з гр. *ὑπόθεσις* – «підстава», «припущення») – припущення, яке висловлюють з приводу певної проблеми, а згодом доводять чи

спростовують. Г. висувають, щоб пояснити невідомі чи маловідомі аспекти знання. Під час вироблення *концепції* майбутньої промови, на етапі *інвенції* оратор може висунути певну Г. і побудувати промову у формі доведення чи спростування цієї Г.

**Гнома** (з гр. *γνώμη* – «думка», «погляд») – короткий образний вислів філософського чи повчального змісту. Має форму вірша чи ритмічної прози. Наприклад: «Хто зрозумів, що дурень, – вже не дурень», «Чужим миліше наше, нам – чуже» (Публілій Сір). Г. були особливо популярними в античній літературі, у тім числі траплялися в ораторській прозі.

**Головна частина промови** – найбільша за обсягом частина ораторського твору, зазвичай розміщена після *вступу*, центральний елемент у *структурі промови*. Г. ч. п. містить виклад основного матеріалу, у ній наведено основні *тези* й *аргументи*, погляди автора та інших осіб на поставлені проблеми. Це найбільша за обсягом частина промови, яка повинна займати приблизно 80 – 85 % усього часу виступу. Г. ч. п. найбільш змістовна, бо в ній викладено матеріал, доводять чи спростовують певні погляди. Способи та прийоми *аргументації* в Г. ч. п. обирають залежно від типу виступу, його тривалості, особливостей аудиторії тощо. *Виклад* матеріалу може відбуватися як *розповідь*, *опис* чи *роздум*. У Г. ч. п., як правило, ближче до закінчення, є *кульмінація* промови. Див. *методи викладу матеріалу*.

**Голос** – звук, який людина видає під час видиху повітря з легенів і за участі голосових зв'язок. Основні властивості голосу, важливі, зокрема, для риторичної діяльності, це *сила*, *висота*, *тембр*, *дзвінкість*, емоційне забарвлення. Певною мірою на якість Г. впливають постава, настрої, емоційний та фізичний стан.

**Гомілетика** (з гр. *ὁμιλική* – «мистецтво бесіди») – християнська риторика, вчення про християнське *церковне красномовство*. Г. зосереджена на тлумаченні Біблії через проповідь чи повчання. Розглядає проповідь крізь призму риторики, тобто передусім як промову, що впливає на слухачів, переконує їх. Історію Г. виводять від Нагірної проповіді Ісуса Христа, бо саме вона була першою відомою християнською проповіддю. Подальшими представниками Г. стали апостоли, отці церкви, пресвітери. Найдавніші проповіді переважно мали форму *гомільї*. З V ст. почали з'являтися перші посібники з Г., що містили рекомендації для укладання проповідей. Авторами їх, зокрема, були *Августин Аврелій* («Християнська наука»), *Григорій Великий* («Правило пастирське») та ін. В Україні Г. виникла з прийняттям християнства, першими її представниками були *Іларіон*, *Клим Смолятич*, *Лука Жидята*, *Теодозій Печерський*. Видатні українські гомілетичні

XVI–XVIII ст. – вчені і проповідники *І. Галятовський, Л. Баранович, Ф. Прокопович* та ін. На українських землях були поширені також анонімні збірки проповідей – *учительні Євангелія*. Зараз гомілетика є однією з богословських дисциплін, її вивчають у духовних навчальних закладах.

**Гомілія** (з гр. *ὁμιλία* – «бесіда», «вчення», а також «зібрання людей», «товариство») – форма проповіді, яка містить тлумачення окремих уривків Святого Письма чи присвячена певній біблійній темі; проповідь-тлумачення Біблії. Це найдавніша форма проповіді, що набула поширення в перші століття християнства, коли пресвітери на зібраннях пояснювали вірянам уривки Святого Письма. Гомілії є в доробку більшості східних і західних Отців Церкви. Найраніша збережена гомілія «Друге послання до коринтян» належить *Климентові І*. Одним із популяризаторів цього жанру був *Ориген*, який у формі Г. витлумачив усе Св. Письмо (збереглося близько 200 його творів цього жанру). Темою гомілії є власне біблійний текст, який послідовно аналізують та витлумачують. Цьому жанрові властива простота та доступність викладу.

**Горгій** (483 – бл. 375 рр. до н. е.) – давньогрецький *оратор, софіст*, теоретик і вчитель риторики, представник епідейктичного (похвального) красномовства. Народився в м. Леонтини на Сицилії, там навчався риторичного мистецтва у *Коракса*. Про риторичну майстерність Г. свідчить те, що коли він під час Пелопоннеської війни прибув до Афін 427 р. як Леонтинський посол, його промови настільки захопили афінян, що народні збори негайно вирішили надати Леонтині військову допомогу в боротьбі з Сиракузами. Г. виступав з урочистими промовами в різних грецьких містах, зокрема в Олімпії, де навіть встановили статую на його честь. В Афінах Г. згодом відкрив риторичну школу. Саме Г. належить розуміння риторики як мистецтва переконання. Переконати слухачів Г. та його учням вдавалося, зокрема, за допомогою поетичної образності. Він розробляв і застосовував особливі риторичні прийоми, які згодом назвали *горгійськими фігурами*. Одним з перших опрацьовував теоретичні проблеми риторики, зокрема, Г. шукав гармонію у звуковому ладі мови, досліджував вплив звучання мови на свідомість слухачів, вивчав це на прикладі народної поезії, молитов, голосінь, заклинань. Г. вважав, що сила мови здатна до чарування духу й обману думки. Г. відомий як майстер *епідейктичної промови*, прикладами є збережені твори «Похвала Олені» та «Виправдання Паламеда». Виокремив основні складові вміння хвалити: знайти в об'єкті цінність, гідну похвали; показати іншим, що цей предмет достойний похвали; вміння надати похвалі приємного звучання. Одна з цитат Г.: «Серйозні доведення суперника спростовуй жартом, жарти – серйозністю».

**Горгійські (горгіанські, Горгієві) фігури** – риторичні прийоми, винахід яких приписують *Горгієві*. До них належали, зокрема, *антитеза*, *алітерація*, *асонанс*, *епіфора*, ритмічність мовлення, використання рими у мовленні та ін.

**Гра слів** – зіставлення й переосмислення, обігравання різних значень і форм однакових чи подібних слів для вираження дотепності, гостроти думки. Наприклад: «Ліпше менше, та ліпше», «І мене не мине». Використання Г. с. повертає увагу *аудиторії*, часо створює гумористичний ефект. Різновидами Г. с. є *парономазія* та *каламбур*.

**Градація** (від лат. *gradus* – «крок, ступінь») – одна зі *стилістичних фігур*, низка однорідних слів чи словосполучень, які поступово підвищують або знижують емоційну наповненість чи змістове навантаження того, про що йдеться. Наприклад: «Минали дні, тижні, місяці, роки...», «Прийшов, побачив, переміг». Г. буває висхідною та нисхідною, залежно від того, звужується чи розширюється емоційність або змістовий обсяг того, про що йдеться. Використання Г. додає промові виразності, повертає увагу слухачів.

**Гракх Гай Семпроній** – (бл. 154 – 121 р. до н. е.) – політичний діяч Римської республіки, видатний оратор. У 123 р. до н. е. Г. став народним трибуном, захищав інтереси римського вільного населення, зокрема селян. Представник римського патетичного стилю. Відомий своєю легендарною ораторською майстерністю, яку застосовував для боротьби з політичними опонентами. Як оратор Г. був темпераментним, першим із римлян відмовився від статичної пози і під час промов ходив по ораторській трибуні. Також серед перших звільнив руки від тоги для активного жестикулювання. Через пристрасний і запальний характер Г. нерідко втрачав контроль над емоціями, тому під час виступів біля нього перебував раб із флейтою, який починав грати, як тільки Г. починав говорити занадто пристрасно. Риторичне мистецтво Г. високо цінував *Цицерон*.

**Григорій Богослов (Назіанзин)** (бл. 330 – бл. 390) – релігійний і церковний діяч, богослов, один з отців церкви, оратор, проповідник. Зачислений до лику святих. Походив з Каппадокії (зараз територія Туреччини). Навчався в Александрії та Афінах. Найбільших успіхів досяг у вивченні риторики. В Афінах потоваришував з *Василієм Великим*. Після закінчення навчання деякий час викладав в Афінах красномовство. У 30 років прийняв хрещення від батька, що був на той час єпископом. Згодом переїхав до Константинополя, де служив і проповідував, борючись з поширеним на той час аріанством. 381 р. став Константинопольським патріархом. Однак його призначення викликало невдоволення деяких

єпископів, тож Г. Н., щоб уникнути незгоди в церкві, повернувся на батьківщину, де до смерті провадив аскетичне життя. До нашого часу збереглося багато творів Г. Н., серед них послання, проповіді, духовні вірші й поеми.

**Григорій I Двоєслов (Великий)** (бл. 540 – 604) – релігійний і церковний діяч, богослов, проповідник, Папа Римський. Походив з Рима. У юнацькі роки брав участь у політичному житті, був римським префектом. Згодом прийняв чернечий постриг. Був представником Папи при дворі константинопольського імператора. У Константинополі вів полеміку з патріархом Євтихієм про те, чи матимуть воскреслі душі матеріальні тіла. Повернувшись до Рима, був першим секретарем Папи Римського, а 590 р. став його наступником. Провадив активну церковно-релігійну, а також політичну діяльність. Збережено багато творів Г. I Д., серед них тлумачення біблійних книг, проповіді, бесіди, послання. Значне місце у теорії *гомилетики* посідає його «Пастирське правило». У цій праці Г. I Д. сформував поняття казуальності, яке полягало в обов'язковій зорієнтованості проповіді на слухачів (їхній вік, соціальний стан тощо), виділив 36 пар типів слухачів (наприклад, молоді–старі, багаті–бідні, жінки–чоловіки та ін.).

**Григорій Ніський** (бл. 335 – після 394) – християнський церковний і релігійний діяч, один з отців церкви, богослов, проповідник. Зачислений до лику святих. Брат *Василія Великого*. Походив з Каппадокії. Отримав добру освіту в Афінах, деякий час працював учителем красномовства. 372 р. став єпископом Ніси в Каппадокії, де активно протистояв аріанам. Згодом церковний синод скерував його в Палестину та Аравію з поповідницькою місією та для боротьби з єресями. Деякий час перебував у Константинополі, де мав репутацію авторитетного богослова та проповідника. Збереглося багато творів Г. Н., серед яких полемічні й морально-етичні трактати, проповіді й послання.

**Гугнявість** – одна з *вад дикції*, яка полягає у зміні тембру голосу і нечіткій, «носовій» вимові звуків унаслідок порушення носового дихання чи анатомічних дефектів піднебіння, рідше виникає через звичку неправильно вимовляти звуки. Подолати Г. можна логопедичними вправами чи за допомогою медичного втручання.

**Гумор** – здатність помічати у явищах їхні смішні, комічні аспекти; доброзичливо-глузливе ставлення до чогось. У риторичній діяльності Г. є одним із *засобів привертання уваги аудиторії*, почуття гумору є бажаним під час ведення діалогів, *суперечок, дискусій* тощо. Див. *жарт, недоречного гумору прийом*.

**Гучність голосу** – змінна якісна характеристика голосу *промовця* під час публічного виступу, керована *сила голосу*. Г. г. можна варіювати залежно від того, про що йдеться, від *пафосу* оратора. Силою звуку виділяють найважливіше. Під час виступу головне підтримувати таку силу голосу, яка дає змогу всім слухачам добре чути промову. Г. г. прямо залежить від розміру аудиторії й кількості слухачів. Під час вибору оптимальної гучності варто керуватися «правилом третини», тобто уявити, що за останнім рядом слухачів сидить ще третина залу і намагатися розмовляти з такою силою голосу, щоб ця уявна третина почула промову. Під час виступу збільшувати Г. г. треба не напруженням голосових зв'язок, а підсиленням потоку повітря під час дихання, при цьому підвищуючи чіткість *артикуляції* й сповільнюючи *темп мовлення*. Під час суперечки Г. г. не повинна відігравати роль *аргументу*.

**Дебати** (від фр. *débates*) – заздалегідь організоване публічне обговорення питань, за якого учасники викладають власні ідеї, програми, погляди на вирішення важливих громадських та державних проблем. Переважно участь у Д. беруть двоє осіб. Мета учасників Д. – переконати аудиторію у власній правоті. Д. стосуються передусім *політичного*, а також *юридичного красномовства*.

**Дедуктивний метод викладу** (від лат. *deductio* – «виведення») – метод викладу матеріалу, за якого розповідь ведуть від загального до часткового. Тобто спочатку висловлюють певне узагальнення, а тоді до нього добирають підтвердження, факти, які його ілюструють. Зразок такого викладу матеріалу: спершу наводять твердження про необхідність упровадження реформ трудового законодавства, а потім пропонують аргументи на користь таких реформ (наприклад, нечіткість наявних законів, недостатня міра відповідальності за їх порушення тощо). Також можна спершу назвати наслідок, а потім поступово підводити слухачів до причини. Д. м. в. вимагає від аудиторії стежити за ходом думок промовця, активно сприймати матеріал, тобто слухачі мають бути достатньо підготовленими, орієнтуватися у конкретній темі. Д. м. в. застосовують під час доведення певних положень. Він часто трапляється в пропагандистській діяльності.

**Декламація** (від лат. *declamatio* – «вправляюся в красномовстві») – у Давньому Римі вправи у *красномовстві*, що були одним із важливих елементів навчання оратора. Д. полягала в заучуванні найкращих зразків промов античних ораторів і подальшому їх виголошенні. У сучасному розумінні Д. – мистецтво читання літературних творів, віршованих або поетичних, стосується радше акторської майстерності, ніж *риторики*.

**Демагогія** (гр. *δημαγωγία* – «веду народ») – сукупність прийомів маніпулювання громадською думкою в корисливих цілях. Д. застосовують у публічному мовленні: в політиці, громадському житті, рекламі. Д. передбачає свідоме спотворення фактів, приховування дійсного стану справ, використання неправдивої інформації та обіцянок, які неможливо виконати. Серед ознак Д. виділяють надмірний пафос, пишномовність, гучні заяви, приниження опонентів, спекулювання потребами і сподіваннями людей. Д. використовують, щоб відволікти увагу від гострих політичних і соціальних проблем, досягти політичних, групових чи особистих цілей. У Давній Греції демагогами називали ораторів, які вміли багато та велелемовно говорити й цим активно впливати на громадян. З часом, унаслідок того, що чимало правителів дискредитувало себе через зловживання владою, це поняття набуло негативного відтінку. Зараз Д. розглядають як потужний засіб маніпулювання масовою свідомістю.

**Демінутив** (від лат. *deminutus* – «зменшений») – слово, що передає суб'єктивно-оцінне значення малого розміру чи емоційно-експресивне значення пестливості. Наприклад: *столік, лавочка, хлоп'ятко, зайчик, дрібнесенький, донечка* тощо. Протилежність *аугументива*. Д. використовують переважно в розмовному чи художньому стилях. Вживання Д. у публічному мовленні допустиме зі стилістичною метою, однак потребує обережності, адже Д. доречні не в усіх *видах красномовства*.

**Демонстрація** (з лат. *dēmonstrātiō* – «показування») – наочне представлення чого-небудь; також процес виведення *тез* із *аргументів*, під час якого між тезами й аргументами встановлюють логічний зв'язок.

**Демосфен** (384–322 рр. до н. е.) – давньогрецький оратор, *логограф*, політичний діяч. Найвидатніший представник грецького красномовства. Походив з Афін. Після смерті батька спадок Д. відібрали й витратили опікуни хлопця, тому майбутній оратор вирішив відстояти його в суді і для цього почав навчатися красномовства. Учителем Д. був *Ісей*. Д. вдалося виграти справу зі спадком, після цього він став *логографом*. Від природи Д. мав вади мовлення (*гаркавість, шепелявість*, а також тихий голос та слабке дихання), проте сумлінно працював над усім, що завадило б йому виступати публічно. Як свідчить Плутарх, Д. тренував *дикцію*, розмовляючи з камінцями у роті, зміцнював голос бігом і розмовою на крутих підйомах, виголошував промови на березі моря, перекрикуючи шум хвиль, відточував *міміку* перед дзеркалом. Д. також підвішував над собою гострий меч, який завдавав йому болю в разі посмикування плеча. Над текстом кожної своєї промови Д. довго та наполегливо працював, крім того, вивчав найкращі зразки промов своїх попередників. Щоб уникнути спокуси відірватися від праці і вийти надвір, Д.



голив половину голови і так змушений був залишатися вдома. Йому було соромно, якщо вранці хтось брався до роботи раніше за нього. У підсумку Д. поборов усі свої вади і став найвидатнішим оратором Афін, навчившись майстерним словом впливати на розум та емоції слухачів. Бл. 354 р. до н. е. Д. виступив із першою політичною промовою «Про податкові округи». Очолював антимакедонську партію в Афінах, закликав греків до боротьби проти македонського царя Філіппа. У своїх знаменитих промовах, що отримали назву *філіппіки*, Д. попереджав мешканців Афін про загарбницьку політику Філіппа II. Основним політичним супротивником Д. був *Есхін*. Коли афіняни зазнали поразки в битві з македонцями, Д. зайнявся внутрішніми справами Афін. На знак заслуг Д. громадськість нагородила його золотим вінком. 324 р. до н. е. притягнутий до суду у зв'язку з процесом проти Гарпала, колишнього скарбника О. Македонського. Покараний штрафом, який не міг заплатити, тому втік з Афін і повернувся туди тільки після смерті О. Македонського. Новий правитель Македонії Антипатр наказав убити Д. і, втікаючи від переслідувань, той наклав на себе руки, ковтнувши отруту. Збережено близько 60 промов Д., зокрема «Про вінок, або На захист Ктесіфонта», «Проти Аристократа», «На захист волі родосців» та ін. Твори Д. високо цінували сучасники та наступники за їхню продуманість, логічність *аргументів*, простоту і ясність стилю, вміле використання *тропів* і *фігур*, ритмічність прози. Промови Д. стали зразками для наслідування наступних поколінь ораторів.

**Дефініція** (з лат. *definitio* – «визначення») – коротке визначення певного поняття, що відбиває його істотні ознаки. Д. є *допоміжним матеріалом* у промові. Призначення Д. – пояснити певний термін чи поняття, що може бути незрозумілим для *аудиторії*, тому під час роботи над текстом промови, варто визначити, чи не потребують Д. деякі слова.

**Дзвінкість голосу** – чіткість і виразність звучання голосу. Над поліпшенням Д. г., як і над підвищенням *сили голосу*, можна свідомо працювати. Окрім природних даних, Д. г. залежить від упевненості в собі та емоційності. Д. г. вимагає і чітких, правильно поставлених *логічних наголосів*. Для посилення Д. г. потрібне правильне, глибоке *дихання оратора*, а також активна робота губ.

**Дидактизм (дидактичність)** – повчальність; неприхована повчальна, настановча складова твору, зокрема риторичного. Д. може бути виявлений в *академічному* та інших *видах красномовства*. Однак неприхований Д. слухачі можуть сприйняти критично, оскільки ним оратор вивищує себе над *аудиторією*.

**Дикція** (від лат. *dictio* – «вимова») – ступінь виразності в мовленні, чіткість вимовляння звуків відповідно до норм певної мови. Правильна Д. – одна з передумов успіху оратора, бо від неї безпосередньо залежить те, як слухачі сприймуть інформацію. Погана Д. привертає зайву увагу аудиторії й відволікає від того, що саме говорить промовець. Для розвитку Д. застосовують різноманітні вправи, серед них: *артикуляційна гімнастика*, *скоромовки*, аналоги вправ *Демосфена* (наприклад, розмовляти з уміщеними в рот горіхами чи камінцями або закушеним між зубами олівцем). Правильну вимову окремих звуків відпрацьовують послідовним повторенням різних звукосполучень (наприклад, для вимови звука [p] це можуть бути *ра, ре, рі, ри, ру, ро*, а також *рн, рл, рв, рт* і т. д.). Д. тренують також читанням уголос, під час якого приділяють увагу чіткій вимові звуків, уникають злиття. Для роботи над Д. варто використовувати звукозаписувальні пристрої, щоб порівняти, чи відрізняється вимова звуків до тренування і після.

**Динарх** (бл. 361 – 291 рр. до н. е.) – давньогрецький оратор. Останній з канону десяти *аттичних ораторів*. Походив з Коринфу, юнаком приїхав до Афін, де працював *логографом*. Був другом афінського правителя Деметрія Фалерського, на час правління якого припав розквіт ораторської діяльності Д. (319–307 рр. до н. е.). Коли Деметрій вирушив у вигнання в Халкіду, Д. поїхав разом із ним. Повернувся в Афіни лише 292 р. до н. е. Цього року Д. єдиний раз публічно виступив зі своєю промовою в суді у справі проти свого друга, у домі якого в Д. вкрали золото. Д. вважали наслідувальником *Демосфена*, але йому не вдалося досягти настільки значної слави. Усього відомо про більш ніж сто промов Д., до нашого часу повністю збереглася лише одна – «Проти Демосфена», а дві («Проти Аристокітона» і «Проти Філокла») збережено в уривках, усі ці промови стосувалися одного судового процесу проти Гарпала, колишнього скарбника О. Македонського 324 р. до н. е.

**Дипломатичне красномовство** – один з *видів красномовства*, який застосовують у сфері міжнародних відносин. Д. к. розвивається лише в тих країнах, які є суб'єктами міжнародної політики. В Україні воно існувало не постійно, а лише в часи державної самостійності. Д. к. є особливим, елітарним видом красномовства, воно вимагає від оратора знання правил і норм дипломатичного спілкування (дипломатичного протоколу), володіння іноземними мовами, такту та обережності, вміння вести бесіду на різноманітні теми. Д. к. є складовою професійної майстерності дипломата. До *жанрів* Д. к. належать промови на міжнародних та міждержавних конференціях чи зустрічах, промови під час дипломатичних актів, під час міжнародних візитів, прийомів та ін.

**Дискредитування опонента** – один з *вивертів у суперечці*, який ґрунтується на підриванні довіри до опонента, применшенні його авторитету перед публікою. Див. *аргумент до особи*.

**Дискурс** (з фр. *discours* – «промова», «виступ») – висловлення як безпосередня мовленнєва діяльність, реалізована в певній життєвій ситуації, формі спілкування, а також певних соціальних і культурних умовах; єдність мовленнєвих і позамовленнєвих чинників, яка дає уявлення про учасників спілкування, їхні цілі й переконання, умови створення і сприймання висловлень.

**Дискурсивна риторика** – риторика *дискурсу*, яка вивчає щоденне мовне спілкування в різних сферах людського життя.

**Дискусія** (від лат. *discussio* – «розгляд», «дослідження») – один з жанрів *діалогічного красномовства*, форма колективного обговорення проблем. Переважно Д. є публічною, її ведуть за певними правилами. Призначення Д. – виявити й зіставити різні погляди для того, щоб дійти спільного висновку й відшукати правильне вирішення проблеми. На відміну від *полеміки*, метою Д. є не утвердження чиєїсь точки зору, а пошук компромісного варіанта, який задовольнить усіх учасників, пошук істини. Д. передбачає толерантність співрозмовників. Тема Д. може бути сформульована заздалегідь.

**Диспозиція** (від лат. *dispono* – «розташовую») – один з розділів *класичної риторики*, який вивчає організацію майбутнього змістового повідомлення, розташування його частин – *композицію промови*. Д. також розглядають як один з етапів роботи над промовою, на якому формулюють основні поняття про предмет виступу, підбирають матеріал і знаходять для нього місце у структурі промови, продумують композицію ораторського твору.

**Диспут** (від лат. *disputare* – «досліджувати», «сперечатися») – один з жанрів *діалогічного красномовства*, публічна суперечка на заздалегідь обрану, переважно наукову тему між попередньо визначеними опонентами. Д., як правило, проводять, щоб знайти шляхи для вирішення складної, важливої для присутніх проблеми.

**Дихання оратора** – спосіб, яким промовець вдихає та видихає повітря під час виступу. Від Д. о. безпосередньо залежить озвучення промови, зокрема *сила голосу*, якість звуку, *артикуляції* тощо. Перед виступом глибоке та спокійне дихання надає впевненості. Якщо дихання порушене, оратор може затинатися, ковтати останні склади. Важливо, щоб Д. о. було легким для промовця і непомітним для слухачів. Найкраще для оратора – нижньореберно-діафрагмене дихання, адже воно дає змогу набрати більше

повітря в легені. Під час виступу треба дихати рівномірно, вдихаючи перед тим, як почати говорити, а також після кожної паузи; вдихати водночас і ротом, і носом (більше носом). Вдих потрібно свідомо скорочувати, а видих продовжувати. Контроль дихання включає і його затримку, і економію, адже повітря треба витратити рівномірно й ощадливо, щоб наприкінці фрази не задихатися і щоб голос не став тоншим (що голосніше оратор говорить, то швидше витрачає повітря). Важливо вдихати й видихати безшумно, щоб слухачі не чули сопіння, хекання, гучного втягування повітря. Починати говорити можна лише тоді, коли легені наповнені принаймні настільки, щоб вимовити одну фразу (для себе це можна визначити експериментально), якщо почати раніше, то може збитися ритм дихання. Для дихання має значення *поза оратора* – легше вдихати повітря, якщо постава пряма. Щоб збільшити силу голосу, повітря треба набрати більше і з більшою інтенсивністю видихати його під час *артикуляції*. Д. о. варто тренувати вправами, наприклад, читанням уголос. Див. *тренування дихання*.

**Діалектизм** – слово чи словосполучення, характерне для певної місцевості, територіального різновиду мови (діалекту). Наприклад, західноукраїнськими Д. є слова *когут, мешти, пательня, зимний, файний, гуторити, хтіти* тощо. Вживати Д. під час ораторського виступу доречно зі стилістичною метою: для створення місцевого колориту чи гумористичного ефекту (наприклад, відтворюючи мовлення людей з певної місцевості). Щоб спілкуватися невимушено, Д. можна застосувати під час виступу перед людьми, які в побутовому мовленні розмовляють певним діалектом. Однак це варто робити тоді, коли оратор сам є носієм цього діалекту, інакше є небезпека вимовити ті чи ті Д. неправильно, вжити їх не до ладу.

**Діалог** (з гр. *Διάλογος* – «бесіда») – обмін інформацією, у якому беруть участь двоє учасників, висловлення (репліки) одного змінюються висловленнями (репліками) іншого. Д. передбачає водночас вираження власних думок та сприйняття думок опонента. Д. вивчає риторика діалогічного мовлення, *еристика*. Див. *діалогічне красномовство*.

**Діатриба** (з гр. *διατριβή* – «розтирання») – у Давній Греції літературний жанр, твір у формі *бесіди, діалогу* з уявним опонентом, у якому порушено морально-етичні проблеми, наявне пряме звертання до адресата, широке використання *аналогій* і прикладів. Під Д. також розуміють різку викривальну промову, що містить агресивну критику певної особи.

**Дієслова візуалізації** – дієслова, які апелюють до зорового аналізатора, закликають слухачів «побачити» у своїй уяві ті речі, про які йдеться у промові. Д. в. варто використовувати у промові (особливо коли у ній мало *наочності засобів*), адже для більшості людей домінантним є

зоровий канал сприйняття, вони охочіше сприймають зорові образи. Приклади Д. в.: «розгляньмо», «погляньте», «уявіть» тощо.

**Ділова риторика** – наука про переконливе та ефективне мовлення в різних ситуаціях ділового спілкування. Як прикладний напрям *риторики*, Д. р. вивчає різні форми ділового спілкування й колективного обговорення ділових проблем, такі як *бесіди, дискусії, наради, круглі столи, переговори, телефонні розмови, інструктивні промови* тощо. Іноді до сфери інтересів Д. р. зачисляють також письмове професійне спілкування (листи, документи тощо).

**Діонісій Галікарнаський** (бл. 60 – після 7 р. до н. е.) – давньогрецький історик, викладач риторики, автор риторичних праць. Головний твір – фундаментальне дослідження «Римські старожитності» у двадцяти книгах, де викладено історію Риму від найдавніших часів. На основі вивчення найкращих зразків давньогрецького ораторського мистецтва Д. Г. уклав кілька риторичних трактатів: «Мистецтво риторики», «Про поєднання слів», «Про імітацію», а також «Коментарі про аттичних ораторів» (у яких згадано *Лісія, Ісея, Ісократ, Динарха*), «Про чудовий стиль Демосфена». У творчості Д. Г. був прихильником *аттицизму*.

**Доведення до абсурду прийом** – один з *вивертів у сперечанні* (*софізмів*, логічних помилок), коли з поглядів і тверджень суперника роблять необґрунтовані висновки, приписують розвиткові ситуації абсурдні наслідки. Наприклад: «Якщо ми толерантно ставитимемося до людей нетрадиційної орієнтації, наша молодь стане гомосексуалістами і нація просто вимре», «Коли знизити вік, з якого можна вживати пиво, з 18 до 16 років, ми скоро дійдемо до того, що діти питимуть його замість материнського молока».

**Довіра** – ставлення до особи чи групи осіб, яке виникає внаслідок упевненості в їхній чесності, щирості та порядності. Під час публічного мовлення одне з першочергових завдань оратора – викликати Д. слухачів, оскільки вона є передумовою ефективного *впливу* на *аудиторію*. Для формування Д. до промовця має значення щирість і правдивість усього сказаного в промові, а також його добра репутація. Див. *етос, етика промовця*.

**Доповідь** – прилюдне офіційне повідомлення на певну тему. У Д. відображено суть певної проблеми чи результати дослідження, проведеного з якогось питання. У Д. можуть бути також пропозиції чи рекомендації. Д. може стосуватися наукових, політичних, юридичних та ін. питань, а отже, це жанр *академічного, політичного, юридичного красномовства*.

**Допоміжний матеріал у промові** – інформація (текстова чи візуальна), вплетена у структуру промови. До нього належать *визначення*,

*порівняння, приклади, цитати, статистичні дані, наочності засоби.* Призначення Д. м. – пояснювати думки та погляди оратора, відігравати роль *аргументів*, привертати увагу слухачів. Вибір конкретного Д. м. залежить від мети промови й складу аудиторії. Його використання доречно в абсолютній більшості публічних виступів. Джерелами Д. м. можуть бути власний та чужий досвід, книги, засоби масової інформації (Інтернет, газети, телебачення) тощо.

**Дорадчі промови** – промови, які стосуються суспільних чи особистих справ і містять поради, пропозиції, заохочення до певних думок або дій. Уперше Д. п. виділив *Арістотель*, визначивши три види промов – Д., *судові* та *епідейктичні*, метою Д. п. він називав досягнення добра, користі та щастя.

**Доречність мовлення** – відповідність мовлення конкретній ситуації й меті спілкування. Д. м. передбачає відбір найоптимальніших для певної ситуації мовних засобів, а також урахування обставин мовлення, складу слухачів (їхніх знань, інтересів), завдань, які ставить перед собою промовець. Д. м. є однією з вимог *культури мовлення* загалом. Д. м. сприяють знання та ерудиція самого оратора, його вміння орієнтуватися в різних життєвих ситуаціях, оцінювати аудиторію, а також користуватися великою кількістю мовних засобів.

**Достатньої підстави закон** – один з чотирьох (основних) законів формальної логіки. Суть його полягає в тому, що жодне судження чи явище не можна вважати істинним без достатнього обґрунтування. Цей закон зобов'язує оратора доводити те, що він каже, не допускає голослівності – це стосується як монологічного мовлення, так і сперечання, ведення дискусій.

**Дотеп** – влучний, кмітливий вислів із гумористичним відтінком. Часто вживають як синонім до слова жарт. Використання Д. в ораторському мовленні привертає увагу слухачів, робить виступ цікавішим і динамічнішим.

**Дотепність** – уміння використовувати влучні, гострі або смішні вислови. Д. є цінною здатністю для оратора, однак її важко навчитися. Розвивати Д. допомагає розумова праця, розширення світогляду, читання художньої й наукової літератури, тренування нестандартного мислення.

**Доцільність мовлення** – відповідність мовлення поставленій меті. Д. м. є однією з вимог *культури мовлення* загалом. Д. м. оратора сприяють чітке усвідомлення мети свого виступу, продуманий зміст мовлення, добре орієнтування в темі промови, вдалий підбір мовних одиниць, знання *невербальних засобів* комунікації.

**Евристичної (сократичної) бесіди метод** – метод навчання чи спілкування з аудиторією, за якого завдяки низці взаємопов'язаних питань

слухачів підводять до відповіді на головне питання, допомагають зробити ширший висновок щодо певної проблеми. Отримав назву від імені *Сократа*, який під час бесід з учнями прагнув спростувати їхні помилкові думки, не стверджуючи прямо власний погляд, а підводячи слухача до певних висновків серією відповідно поставлених запитань. Відомий також як *маєвтика*.

**Евфемізм** (від гр. *ευφήμη* – «гарне мовлення») – один з *тронів*, який полягає в тому, що слово, яке з певних причин не можна чи не бажано називати, замінюють іншим словом чи словосполученням. Наприклад, *відійти, піти у вічність* замість *померти*, *прибрати* замість *убити* тощо. В ораторському мовленні Е. використовують, коли хочуть уникнути вживання різких, неприємних висловів або ж з гумористичною метою.

**Езопівська мова** – замасковане висловлення власних думок, іносказання. Назва походить від імені давньогрецького байкаря Езопа. Е. м. використовували здебільшого щоб уникнути цензурних та інших переслідувань, зараз цим терміном позначають мовлення, сповнене недомовок та натяків. Засобами Е. м. виступають *алегорія, іронія, алюзія*.

**Екзальтація** (лат. *exaltatio* – «піднесеність», «натхнення») – стан сильного збудження, надмірної захопленості чимось, натхненності, піднесеності. Під час публічного мовлення виявляти Е. варто лише у відповідних ситуаціях, вона може бути доречною в *надихальних, закличних* промовах.

**Експресивність** – яскравість прояву почуттів та емоцій; підвищена виразність твору (промови), створена за допомогою художніх та риторичних засобів. У публічному мовленні Е. є позитивною властивістю промови та виступу оратора, оскільки робить їх більш жвавими й динамічними. Див. *експресія*.

**Експресія** (від лат. *expressio* – «вираження») – сила вияву певних почуттів, емоцій, а також виразність тексту, створена різноманітними засобами мови, зокрема *фігурами, тронами*.

**Експромт** (від лат. *exprom(p)tus* – «готовий») – у риторичній промові, складена безпосередньо у процесі виголошення, без попередньої підготовки. Те саме, що *імпровізація*. Створення Е. вимагає від промовця певного досвіду складання та виголошення промов, упевненості в собі, кмітливості.

**Еліпсис (еліпс)** (з гр. *ἔλλειψις* – «пропуск», «брак», «нестача») – одна зі *стилістичних* фігур, пропуск у висловлюванні певних компонентів, які слухач (читач) встановлює з контексту. Наприклад: «Глянула за вікно, а там – сніги», «Одні на спокій та мир сподіваються, а другі – на наживу».

Використання Е. допомагає уникнути багатослів'я й повторів, робить мовлення динамічним.

**Елоквенція** (від лат. *eloquor* – «висловлююсь», «виголошую промову») – підрозділ *елокуції*, який досліджує *тропи* і *стилістичні фігури*. Раніше словом Е. називали *красномовство, ораторське мистецтво*.

**Елокуція** (від лат. *eloquor* – «висловлююсь», «виголошую промову») – один з розділів *класичної риторики*, який вивчає виразність промов і їх мовне оформлення. Е. займається, зокрема, питаннями *правильності, доречності, виразності, змістовності, точності* мовлення оратора, використання у промовах оптимальних мовних засобів. Е. також розглядають як один з етапів роботи над промовою, на якому текст ораторського твору записують, намагаючись вжити ті мовні засоби, які найкраще сприйме очікувана аудиторія. Е. тісно пов'язана зі стилістикою. Підрозділом Е. є *елоквенція*.

**Емоційна (емоційно забарвлена) лексика** – слова, у значенні яких виявлено оцінний компонент, які передають позитивну чи негативну оцінку. До Е. л. належать слова, які передають почуття та переживання («жаль», «любий», «дратуватися»), характеризують людей чи істот («сонечко», «красунчик», «негідник», «свиня»), містять оцінку певної дії чи процесу («базікає», «плетуться»), вигуки («Ох!», «Ой!», «Ого!») та ін. Сфери Е. л. стосуються *демінутиви* та *аугументиви*. Слова можуть набувати емоційного забарвлення в певному контексті. Вживання Е. л. у публічному мовленні привертає увагу *аудиторії*, однак повинне бути адекватним ситуації, темі та меті промови.

**Емоційні жести** – жести, які виявляють різноманітні емоції людини. Наприклад, знизування плечима підкреслює сумнів чи непевність, розведення рук – здивування, удар кулаком по столу – гнів тощо. Такі жести (у поєднанні з *мімікою* та *інтонацією*) посилюють *експресивність* промови. Багато в чому Е. ж. залежать від темпераменту промовця. У риторичній практиці використовувати Е. ж. потрібно з обережністю, оскільки надмірне їх використання може викликати комічний ефект.

**Емоційність** – схильність людини до переживання та яскравого вираження *емоцій*; збудженість. У публічному мовленні Е. – радше позитивна властивість оратора, вона робить виступ більш жвавим і динамічним, *аудиторія* здебільшого є чутливою до Е. й відповідає власними емоціями.

**Емоція** (з лат. *emoveo* – «хвилюю», «збуджую») – психічний стан, який виражає суб'єктивне ставлення людини до навколишнього світу, людей, подій чи самої себе. Наприклад, захоплення, радість, печаль, гнів та ін.



Зовнішньо Е. виявляються в *міміці, жестах, інтонації*, змісті сказаного тощо. Е. посідають вагоме місце в публічному мовленні. Див. *емоційність*.

**Емпедокл** (V ст. до н. е.) – давньогрецький філософ, ритор, поет, державний діяч, прихильник демократії. Походив з Агригента – грецької колонії на Сицилії. Був видатним оратором свого часу. Саме йому Арістотель приписував винайдення риторики. Вочевидь, Е. користувався деякими риторичними прийомами, що їх згодом міг запозичити учень Е. *Горгій*. Відомий також як лікар. Збереглися уривки поеми Е. «Про природу», у якій викладено його філософські погляди.

**Емфаза** (з гр. *Έμφασις* – «виразність») – одна з *риторичних фігур*, емоційне та експресивне виділення певної частини висловлювання чи окремого слова за допомогою *інтонації*, повторень, порядку слів тощо. Наприклад: «Нам потрібно працювати, працювати і ще раз працювати!», де «працювати» виділено повторенням, а в усному мовленні – також інтонаційно. У широкому сенсі Е. – це підсилення емоційної виразності мовлення за допомогою інтонації та застосування *риторичних фігур*.

**Емфатичний наголос** – експресивне, емоційне виділення певної частини висловлення (групи слів, одного слова або його частини). Найчастіше виявляється в подовженні голосних (інколи приголосних) звуків, яке супроводжує своєрідна *інтонація*. Е. н. підсилює *експресивність* мовлення, виявляє емоційний стан промовця.

**Ентузіазм** (з гр. *ενθουσιασμός* – «захоплення», «натхнення», «порив») – емоційний стан піднесення, натхнення, захоплення певною ідеєю чи діяльністю. У публічному мовленні Е. промовця додає мовленню *пафосу*. Е. може передатися *аудиторії* за допомогою *зараження*. Вияв Е. доречний у *надихальних та закличних промовах*.

**Епідейктична промова** – урочиста промова, що стосується певної особи, події, явища й містить оцінний компонент. Уперше Е. п. виділив Арістотель, визначивши три види промов – Е., *судові* та *дорадчі*, метою Е. промов він називав похвалу чи засудження чогось. До Е. п. належать *вітальні, застільні, промови, епітафії* та інші промови, що містять похвальний компонент. Е. п. є також викривальні промови, що засуджують когось чи щось.

**Епітафія** (з гр. *Επίτάφιος* – «надгробний») – короткий текст на честь померлої особи, викарбуваний на надгробній плиті. Е. також називають *надгробну промову*. Як промова Е. зазвичай містить похвалу померлій особі, її вчинкам і чеснотам, у ній ідеться про жаль і смуток, якого зазнали внаслідок втрати всі близькі, а також громада, суспільство, країна тощо.

**Епітет** (з гр. *ἔπιθετον* – «прикладений», «доданий») – один з *тронів*, художнє означення, яке підкреслює прикметні риси чи якості осіб і предметів. Вживають як засіб образної характеристики предмета мовлення. Наприклад: гнівний акорд, несхибний закон, цілоденна робота.

**Епіфора** (з гр. *ἔπιφορά* – «додавання») – повторення однакових звуків, слів чи словосполучень у кінці кожної фрази; єдинозавершення. Наприклад: «Продовжувати справу було нашим рішенням. Зберегти наявну команду було нашим рішенням. Навчатися й шукати нові шляхи було нашим рішенням». Використання Е. робить мовлення виразнішим, повертає увагу *аудиторії*. Протилежною до Е. є *анафора*.

**Ерида** (гр. *Ἔρις* – «незгода», «розбрат») – давньогрецька богиня хаосу, чварів та розбрату. Супутниця бога війни Ареса. За Гесіодом, давні греки шанували двох богинь Ерид – одну ворожу, яка викликає війни та розбрат, а другу конструктивну, покровительку змагальності у праці. Від імені Е. отримав назву підрозділ риторики – *еристика*.

**Еристика** (з гр. *ἔριστικῆς τέχνη* – «мистецтво сперечання») – підрозділ *риторики*, який вивчає правила та прийоми сперечання. Предметом Е. є *суперечка*. Е. досліджує види суперечок, етапи їх ведення, способи доводити власну думку та спростовувати позицію суперника, типові помилки під час сперечання, типи *аргументів* та ін. Е. інколи розглядають ширше – як риторику діалогічного мовлення. Е. зародилася в Давній Греції та пов'язана з діяльністю *софістів*.

**Ерудиція** (з лат. *eruditio* – «вченість») – глибока обізнаність в одній чи багатьох галузях знання; ученість, начитаність. Е. важлива для розвитку *красномовства*, оскільки є запорукою того, що промовець зможе говорити на різноманітні теми, користуватися широким *лексичним запасом*, умітиме підтримати бесіду, відстоювати власні погляди в суперечці, підбирати вдалі *аргументи*. Здобути Е. допомагає освіта, читання різноманітної літератури, спілкування, осмислення актуальних проблем.

**Есхін** (бл. 390 – 314 рр. до н. е.) – давньогрецький державний діяч, оратор. Належить до канону десяти *аттичних ораторів*. Походив з Афін. Протягом життя воював в афінських військових кампаніях, очолював промакедонську партію в Афінах. 348 р. до н. е. виступив послом до Македонії, після чого укладено не вигідний для Афін мир. *Демосфен* двічі звинувачував Е. у зраді державних інтересів, проте Е. обидва рази виправдався (уперше – завдяки власній промові «Про посольство»). Е. часто виступав як опонент Демосфена, зокрема 330 р. до н. е. програв йому справу «про золотий вінок» (проти надання Ксеніфонтіві – союзникові Демосфена – золотого вінка за заслуги перед Афінами). У результаті поразки сплатив

штраф і втратив право виступу на народних зборах. Після цього відкрив риторичну школу на Родосі. Для промов Е. була властива простота, ясність, вишуканість та дотепність. До нашого часу дійшли три промови Е. під назвою «Три грації».

**Етапи підготовки промови** – стадії роботи над промовою. До них належать *вибір теми*, створення *концепції*, складання *плану*, продумування *композиції* промови, збирання *допоміжного матеріалу*, створення *конспекту*, *редагування тексту промови*, *репетиція промови*.

**Етика промовця** (з гр. *εθος* – «характер», «звичай», «норов») – сукупність норм та уявлень, що визначають поведінку і слова оратора. Е. п. ґрунтується на усвідомленні моральної відповідальності перед *аудиторією* за сказане під час публічного виступу. Див. *етос*, *мораль*.

**Етопея** (з гр. *εθοπεία* – «творення характеру») – змалювання типового характеру, за якого виділяють тільки спільні, властиві для певної групи людей риси й пропускають індивідуальні особливості, моделювання характеру людини засобами мовлення; стилізація певного твору чи висловлювання під конкретну особу або представника певної групи людей. Виникнення Е. в Давній Греції пов'язане з ремеслом *логографів*, які створювали промови від імені своїх клієнтів, тож мали старанно замаскувати власну творчість, так щоб текст сприймався природно в устах особи, для якої був написаний, відбивав особливості її соціального прошарку, інтелектуального розвитку. У давньогрецькій риторичній майстерності Е. були *Горгій*, *Лісій*.

**Етос** (від гр. *εθος* – «характер», «звичай», «норов») – одна з основних категорій класичної риторики, зразкова суспільна й особиста морально-етична поведінка оратора, що потрібна для того, аби мати змогу впливати на слухачів і переконувати їх. В античності Е. спочатку розглядали як характеристику особистості оратора. Основоположник теоретичної риторики *Арістотель* трактував Е. як спосіб зображення характеру людини через стиль її мовлення. У «Риторичній» він писав, що «вираження думок за допомогою знаків відображає характер (промовця)», тобто, вибираючи ті чи ті вирази, оратор мимоволі виявляє своє моральне обличчя. Моральність промовця, виявлена в його словах, імпонуватиме аудиторії чи, навпаки, може викликати недовіру, буде або сприяти, або перешкоджати досягненню мети промови. У сучасній риторичній Е. (разом з *логосом* і *пафосом*) трактують як складник особистісної парадигми оратора. Е. наявний і в будь-якій публічній промові як її об'єктивна властивість, адже зміст промови теж може відповідати чи не відповідати критерію моральності. Е. виявляється у виборі теми та цільового призначення промови, виборі засобів аргументації, атмосфері спілкування

промовця зі слухачами. Через Е. відбувається вплив внутрішнього світу промовця на внутрішній світ його слухачів.

**Ефект перевинності (черговості)** – особливість людського сприйняття, відповідно до якої отримана найраніше інформація про особу чи предмет сприймається як важливіша за подальшу і справляє сильніший вплив на загальне враження людини. Один з проявів *ефекту рамки*. Е. п. зумовлює силу першого враження. Особливо яскраво він виявляється під час сприйняття раніше невідомих людей чи речей. Е. п. ораторові варто враховувати під час публічного виступу й намагатися справити гарне перше враження на свою *аудиторію*.

**Ефект рамки (ефект межі)** – одна з особливостей людського сприйняття, за якою людина краще сприймає та запам'ятовує об'єкти, розташовані по краях, аніж ті, що перебувають посередині. У контексті риторики це означає, що найбільше уваги слухач приділить початку й завершенню промови і на їх основі сформує загальне враження про виступ. Також Е. р. варто враховувати під час вивчення тексту промови і зосереджуватися на тому, щоб добре запам'ятати саме *вступ і висновки*.

**Ефективність промови** – такий результат від виголошеної промови, який повністю або частково відповідає очікуванням оратора; реакція *аудиторії*, яка свідчить про те, що *мети промови* вдалося досягти. Наприклад, у разі *закличної промови* слухачів вдалося переконати здійснити певні дії, у разі *розважальної промови* – розвеселити тощо. Досягнення Е. п. передбачає тривалу роботу над усіма аспектами майбутнього публічного виступу. Див. *закони риторики*.

**Ефективної комунікації закон** – один з *законів риторики*, який передбачає діяльність оратора, спрямовану на налагодження контакту з *аудиторією*. Дотримання Е. к. з. вимагає від оратора керування власною поведінкою та поведінкою слухачів, старанної роботи над вербальним та невербальним аспектами виступу. Е. к. з. передбачає добре орієнтування в ситуації публічного мовлення, корегування власної стратегії й тактики виступу залежно від складу аудиторії та поведінки й настрою слухачів, рівня їхньої уваги (див. *засоби керування увагою аудиторії*), а також уміння регулювати власну поведінку, контролювати емоції, боротися з *хвилюванням під час виступу* та *аудиторним шоком*, використовувати оптимальні вербальні засоби спілкування і т. д. Цей закон допомагає встановити контакт зі слухачами й досягти *мети промови*. Е. к. з. є базовим для *акції*.

**Ехо** (з гр. *ήχώ* – «відлуння») – явище відбивання звуку (голосу) від навколишніх поверхонь чи предметів, так що сказане звучить ще раз або кілька разів; відлуння. Якщо у приміщенні є Е., ораторові бажано

сповільнити *темп мовлення*, щоб цей звуковий ефект зменшився й не заважав слухачам сприймати промову.

**Жанр красномовства** (з фр. *genre* – «різновид») – тип промови, для якого характерний специфічний зміст, а також особливості й обставини виголошення. Ж. виділяють у кожному конкретному *виді красномовства*. Наприклад, Ж. *академічного красномовства* є *лекція, наукова доповідь, наукове повідомлення*.

**Жаргонізми** (з фр. *jargon* – «белькотання, базікання») – слова чи словосполучення, характерні для певного жаргону, тобто соціального різновиду мовлення. Ж. використовують у мовленні представники різних вікових і соціальних груп. Наприклад, Ж. молоді: *прикол* («жарт»), *стипуха* («стипендія»). Ж. переважно є емоційно забарвленими, мають відповідники в літературній мові. Ж. використовують у невимушеному, фамільярному мовленні досить вузькі групи людей, тому оратор може вживати їх тільки в обмежених випадках – під час виступу перед дуже близькою аудиторією, якій ці слова не чужі, для створення гумористичного ефекту або ж зі стилістичною метою – для характеристики певних осіб чи соціальних груп.

**Жарт** – фраза чи невеликий текст з гумористичним змістом. Може містити *іронію, сарказм, гру слів* та ін. У риторичному мовленні Ж. використовують з розважальною метою, однак він іноді містить серйозніший підтекст. Ж. можна вжити на початку промови як один із прийомів *вступу*. Крім *розважальних промов*, Ж. доречний і в промовах інших типів, а також у діалогах та різних видах *суперечок*, адже він є одним із засобів активізації уваги слухачів.

**Жест** (лат. *gestus* – «рух тіла») – один з *невербальних засобів спілкування*, рух людського тіла або його частин (здебільшого рук), який передає певну інформацію, виражає емоції. Ж. супроводжують вербальне спілкування, або ж їх використовують замість слів. Ж. – невід’ємний атрибут публічних виступів. Наприклад, щось підкреслюючи чи наголошуючи на чомусь під час публічного виступу, промовці часто використовують Ж. рукою від ліктя. Рух рукою від плеча вживають під час емоційних висловлювань або ж за великого розміру приміщення й значної кількості слухачів. Небажаними є так звані закриті Ж., коли не видно долоней промовця (наприклад, коли руки сховані за спиною), Ж.-замки (руки схрещені на грудях, одна рука тримає кисть іншої тощо), адже слухачі сприймають їх як брак відвертості й небажання спілкуватися. Натомість відкриті Ж., коли промовець показує долоні, викликають довіру з боку аудиторії. Ще з античних часів оратори усвідомлювали важливість Ж. для успіху оратора. Про Ж. згадано у працях *Демосфена, Платона, Арістотеля*,

*Цицерона, Сенеки, Квінтіліана*. Є різні класифікації Ж.: виділяють безумовні Ж. (які здатні сприйняти усі люди) та умовні (їх використовують представники певних етносів, соціальних чи професійних груп). Ж. також ділять на *механічні, емоційні, ілюстративні та жести-наголошення*. Ж. вивчає *кінесика*.

**Жестикулювання** – процес використання жестів для виразності мови або виявлення емоцій. Ж. завжди загострює увагу слухачів, адже в людській свідомості закладена сприйнятливність до жестів руками. Під час ораторського виступу Ж. має бути невимушеним і природним. Ж. не повинно бути безперервним, адже не кожна фраза потребує підкреслення *жестом*.

**Жести-наголошення** – короткі, прості рухи рук, які зазвичай співпадають із *логічним або емпатичним наголосом*. Люди здебільшого використовують ці жести мимовільно. Під час ораторської практики не варто їх надмірно контролювати, адже вони підсилюють виразність мовлення.

**Жидята Лука** (? – 1059) – давньоукраїнський книжник, мислитель, проповідник. Зачислений до лику святих. У «Повісті минулих літ» вказано, що князь Ярослав Мудрий приставив Л. Ж. вчителем до свого сина. У 1034 р. Ж. за призначенням князя став єпископом у Новгороді, відтоді відомий як святий Новгородський. Пробув на цій посаді 23 роки. Єдиний збережений твір Ж. – проповідь «Повчання до братії» (у списках XV–XVI ст.), яку автор, імовірно, виголосив, вступаючи на єпископську кафедру. У ній прославляє чесноти, такі як правдивість, доброта до ближніх, миролюбність, закликає вірян виконувати християнські обов'язки. Проповідь Ж. передусім має морально-етичний зміст.

**Загальноживана лексика** – слова, які використовують усі носії мови; стилістично нейтральна лексика, яку можна вжити у будь-якому *функціональному стилі*. До З. л. належать назви загальновідомих явищ, предметів, дій, процесів, ознак, чисел, а також службові частини мови (сполучники, прийменники, частки). У публічному мовленні З. л. має становити ядро промови, що більше слів будуть загальноживаними, то зрозумілішою, доступнішою будь-якій *аудиторії* буде промова. До З. л. не належать *терміни, діалектизми, професіоналізми, жаргонізми, вульгаризми, неологізми, архаїзми, історизми* тощо.

**Заїкання** – одна з *вад дикції*, яка полягає в мимовільному повторенні чи тривалому затягуванні певних звуків або складів, великих паузах у мовленні. Найчастіше З. є набутих і виникає внаслідок сильного стресу, переляку.

**Закінчення (завершення) промови** – остання частина промови. Найчастіше промову закінчують *висновками*, а також подякою за увагу,

заохоченням *аудиторії* поставити запитання чи висловити свої міркування з приводу сказаного, компліментом слухачам. Також, коли це потрібно, використовують прощальні формули на зразок «До побачення», «До нових зустрічей» і т. д. У З. п. не треба просити пробачення за відібраний у слухачів час, це складе враження про оратора як про невмілого й невпевненого в собі. Традиційно обсяг З. п. приблизно дорівнює обсягові *вступу*. Як і вступ, З. п. варто добре продумати, адже слухачі звернуть на нього увагу. Див. *ефект рамки*.

**Заклична промова** – один з типів промов у межах *агітаційного красномовства*, метою якої є спонукати слухачів до певних дій, заохочувати їх щось зробити. Наприклад, промовець може заохочувати аудиторію кинути палити, взяти участь у роботі на громадських засадах чи придбати певний продукт або послугу. З. п. повинна примусити слухача відчувати внутрішню потребу в дії, до якої закликає оратор. При цьому такий заклик може бути прямим чи завуальованим. Готуючи З. п., треба зважити, чи актуальний для аудиторії обраний заклик, чи здатні слухачі зробити те, що від них очікують, чи не надто сильним буде їхній спротив.

**Закони логіки** – принципи внутрішньої побудови думки та зв'язку між думками. У риторичному мовленні З. л. допомагають будувати аргументи. Знання З. л. дає змогу запобігти порушенню основних принципів мислення, сприяє конструктивному веденню дискусії. До основних З. л. належать *тотожності закон, суперечності закон, виключення третього закон, достатньої підстави закон*.

**Закони риторики** – основні закономірності риторичної діяльності, які визначають її ефективність. За Г. Сагач, є сім З. р.: *концептуальний, моделювання аудиторії, стратегічний, тактичний, ефективної комунікації та системно-аналітичний закон*.

**Закономірності запам'ятовування** – закони, на яких засновано процес *запам'ятовування*, це *враження, повторення, асоціація*. Щоб запам'ятати матеріал, треба отримати від нього певні враження, які можна здобути або завдяки власному невимушеному інтересові (запам'ятати легше те, що нам цікаво), або за допомогою свідомої концентрації. Ще одна умова запам'ятовування – повторення, причому постійне, краще не протягом одного дня, а за більший проміжок часу, щоб інформація ліпше закріпилася у пам'яті. І основна З. з. – асоціація, на якій ґрунтується людська пам'ять. Для кращого запам'ятовування асоціації потрібно використовувати свідомо.

**Замкнене коло (коло в доведенні)** (лат. *circulus in probando*) – один з *вивертів у сперечанні* (логічних помилок, *софізмів*), коли як аргумент використовують факт, який можна довести безпосередньо цим аргументом,

так що ланцюжок доведення замикається. Наприклад: «Наші працівники досягли неабияких успіхів – Яким чином? – Тому що добре працювали – А як ми можемо оцінити те, що вони працювали добре? – Це очевидно, вони ж досягли успіхів».

**Замовчування невігідних фактів прийом** – один з *вивертів у сперечанні*, а також маніпулятивний прийом у монологічному мовленні, коли мовець навмисне не згадує важливі факти, які невігідні йому (його позиції) у конкретній ситуації. Наприклад, під час реклами певного продукту не згадують про його ймовірні побічні ефекти.

**Запам'ятовування** – процес фіксування інформації в *пам'яті*. У риторичі ефективно З. має важливе значення, адже ораторові варто якомога менше користуватися *конспектом*. Закономірності та прийоми ефективного З. вивчає один з розділів *класичної риторики* – *меморія*. Див. *закономірності запам'ятовування, способи запам'ятовування*.

**Заперечення риторичне** – одна з *риторичних фігур*, заперечення, що має форму відповіді на ймовірне припущення, зауваження опонентів або як засіб привернути увагу до чогось; ствердження у формі заперечення. Наприклад: «Не думайте, наші кроки – не спроба заперечити примирення», «Провокаціям у місті не бувати!».

**Запитання** – звертання до когось з метою отримати певну інформацію. Будь-яке З. містить вихідну інформацію, а також вказівку на брак іншої інформації. За структурою З. бувають простими і складними (складні можна розчленувати на два чи більше питань, наприклад: «Чи правда, що холодна погода утримається на сході і півдні країни?»). Залежно від логічної структури виділяють уточнювальні, або закриті, З. (спрямовані на з'ясування істинності певного твердження, передбачають відповідь «так» або «ні») та доповнювальні, або відкриті, З. (передбачають отримання нових знань про проблему). У дискусії вживання складних З. може заплутати опонента, тому варто користуватися простими. За характером З. бувають нейтральними, доброзичливими й недоброзичливими. За формою З. поділяють на коректні (в основі яких правильне, істинне судження) й некоректні. Приклад некоректного, провокаційного З.: «Що найчастіше викликає у вас конфлікти з колегами?».

**Запитання риторичне** – одна з *риторичних фігур*, запитання, що не потребує відповіді, адже відповідь або і так відома слухачам, або знайти її важко чи неможливо. Наприклад: «Чи потрібні людині зміни, якщо вона усім задоволена?», «Як нам позбутися глобального комплексу меншовартості?». Інколи за допомогою Р. п. оратор узагальнює чи передає власний погляд на предмет мовлення: «Хіба не за волю полягло стільки наших



співвітчизників?». Р. з., хоч і не потребує відповіді, активізує увагу слухачів, бо звернене саме до них.

**Зараження** – один з видів психологічного впливу на особу чи аудиторію, який здійснюють не через інтелект, свідомість, а через емоційну сферу – переданням сильних емоцій, настрою з боку оратора. З. протікає мимовільно, неусвідомлено: в особи чи осіб, що піддаються впливові, виникає певний психічний стан, зникає критичність до почутої інформації. Передумовою З. є сприйнятливність слухачів до емоційного впливу, а також сильна енергетика емоцій особи, яка викликає З. У ситуації публічного мовлення З. здебільшого виникає стихійно, під час виступу оратора перед великою аудиторією (наприклад, у натовпі). Типовими прикладами З. є заразливий сміх, гнів, обурення, ентузіазм тощо.

**Засоби керування увагою аудиторії** – прийоми, які дають змогу підвищити увагу аудиторії, зацікавити слухачів. До внутрішніх З. к. у. а., які впливають на структуру промови, належать історії та приклади з життя, засоби образності мови, цитати, відступи від теми, гумор, додаткова інформація, зауваження, що зачіпають інтереси й систему цінностей слухачів, звертання та запитання, адресовані слухачам, мислення вголос як прихована форма діалогу. Аудиторію зацікавлять нові і незвичні факти, люди та їхні історії. Традиційно найбільший інтерес для будь-яких слухачів становлять вони самі, їхні проблеми і перспективи. До зовнішніх З. к. у. а. належать інтонація, рухи промовця, жести, міміка, поза оратора тощо. Важливим З. к. у. а. є наочності засоби. Для того, щоб зацікавити слухачів відразу, треба почати виступ з цікавого повідомлення, використати творчий початок (див. вступ). Для керування увагою потрібно встановити зоровий контакт. Утримати увагу допоможуть лаконічність, динамічність оповіді, емоційність та експресивність оратора, відчутний інтерес самого промовця до того, про що він говорить. У промові логічні елементи треба чергувати з емоційними, особливо, якщо обсяг матеріалу великий. З. к. у. а. особливо доречні під час переходу між частинами промови, підтемами. Вибір З. к. у. а. визначає конкретна ситуація та склад слухачів. Наприклад, у дитячій аудиторії ефективними будуть цікаві історії, запитання до слухачів, а також ігрові ситуації, тоді як дорослу аудиторію, крім вищесказаного, може зацікавити апелювання до вагомих життєвих цінностей, основних людських бажань (фізичне благополуччя; економічні інтереси; суспільні інтереси, зокрема, престиж, влада, кар'єра тощо). Див. *періоди уваги*.

**Засоби образності у промові** – засоби, які допомагають сформувати художній образ. До З. о. у п. належать *тропи* та *фігури*.

**Застільна промова** – один з жанрів *суспільно-побутового красномовства*, невелике висловлювання, яке промовляють під час святкового застілля; те саме, що *тост*. З. п. переважно присвячена певній урочистій чи святковій події, може містити побажання і пропозицію випити чарку на честь когось чи чогось. З. п. передбачає вміння цікаво і влучно висловитися з приводу певної події. З. п. має відповідати загальній тематиці, стилю і атмосфері зустрічі – заручини, весілля, новосілля, хрестини, день народження, професійне свято тощо. У З. п. також цінують оригінальність, *лаконічність* і *дотепність*, приємність для адресата. Залежно від обставин З. п. може бути більш чи менш урочистою. Більшість З. п. є *імпровізаціями*, однак щоб уникнути невпевненості під час їх виголошення, варто підготуватися заздалегідь. Переважно З. п. мають похвальний характер, у них не прийнято використовувати будь-яку *критику*.

**Захисна промова** – див. *адвокатська промова*.

**Зв'язки з громадськістю (паблік рилейшнз, піар** – з англ. *public relations, PR*) – діяльність, скерована на формування громадської думки про установу, організацію, окрему особу (або ширше – про соціальну групу, клас, націю, державу), а також на підтримання доброзичливих стосунків і взаєморозуміння між ними та громадськістю. Упеше поняття «З. з г.» («паблік рилейшнз») використав президент США Томас Джефферсон 1807 р. в першому варіанті «Сьомого звернення до конгресу» у значенні «стан думки». У сучасному розумінні поняття «П. р.» застосовують з кін. ХІХ – поч. ХХ ст. З. з г. часто спрямовані на формування іміджу певної організації чи публічної особи за допомогою засобів масової інформації. З. з г. належать до сфери *ділової риторики*.

**Звертання** – словесна формула, яка називає тих, до кого звернена промова. Зі З. зазвичай починається *вступ*. З. сигналізує слухачам про те, що сказане буде звернене до них і стосуватиметься саме їх. Значення З. у публічному виступі дуже важливе, адже це один з елементів, які справляють на *аудиторію* перше враження про оратора, ним промовець висловлює свою повагу до присутніх. Важливо заздалегідь підібрати для З. словесну формулу. Стилiстично нейтральними словосполученнями в цьому разі є «шановні слухачі», «пані та панове» та ін. Залежно від складу аудиторії і ступеня знайомства з нею можна вибрати й інші формули З.

**Звертання риторичне** – одна з *риторичних фігур*, звертання, що адресоване відсутнім в аудиторії особам, неживим предметам, абстрактним поняттям. Часто містить ще й оцінну характеристику, виявляє ставлення промовця до об'єкта звертання. Наприклад: «Душе моя!», «Прекрасна наша земле!».

**Звуки роздумування** – звуки, які оратор вставляє у паузах між словами під час виголошення промови. Найчастіше це звуки, подібні до протяжних [а], [е], [м]. Причинами їх вживання можуть бути недостатнє знання тексту промови, вагання, нездатність зосередитися і підібрати потрібне слово. Використовуючи З. р., оратор ніби дає собі час подумати й вибрати слова, тобто докорінна причина їх виникнення – брак лексичного запасу або ж занадто повільне мислення, коли думка ніби не встигає за словом. Багато людей під час виступу може тією чи іншою мірою вживати З. р. Однак у великій кількості З. р. є серйозною вадою ораторського мовлення, адже дуже помітні для слухачів. Щоб позбутися З. р., потрібно контролювати власне мовлення й намагатися свідомо не допускати їх вживання, крім того, дуже важливо добре знати текст промови. У перспективі позбутися З. р. допомагає збільшення словникового запасу, а також тренування інтелекту, гнучкості й швидкості мислення.

**Зизаній Лаврентій** (60-і рр. XVI ст. – після 1634) – український церковний та релігійний діяч, полеміст, проповідник, письменник, мовознавець, педагог, перекладач. Викладав грецьку та церковнослов'янську мови у Львівській, Берестейській, Віленській *братських школах*. Працював домашнім учителем, згодом священик у м. Корець. 1596 р. надрукував у Вільні мовознавчі праці «Лексис» (церковнослов'янсько-український словник) та «Грамматика словенська» (шкільний підручник церковнослов'янської мови). З 20-х рр. XVII ст. переїхав до Києва, де займався видавничою, перекладацькою та проповідницькою діяльністю. 1627 р. видав полемічний трактат «Катехізіс», у якому критикував католицизм та протестантизм.

**Зизаній Стефан** (бл. 1570 – 1621) – український церковний та релігійний діяч, проповідник, полеміст, педагог. Діяч Львівського братства, з 1568 р. викладач Львівської *братської школи*. У 1593–1594 проповідник та учитель братської школи у Вільно. Відомий як активний полеміст і борець з церковною унією. Автор трактатів «Книжиця на римський костел», «Викладення віри», «Казання святого Кирила про антихриста та знаки його» та ін.

**Зміст промови** – те, що викладено у *промові*; те, про що у ній ідеться. Зокрема, З. п. складають *тема, ідея промови*, згадані факти, приклади, висловлені міркування автора тощо. З. п. визначають мета промови, обставини її виголошення, внутрішні переконання автора (оратора) тощо.

**Знаки партитури** – умовні позначки, якими можна виділити складні для вимови місця в конспекті промови, щоб потім інтонаційно правильно відтворити її. З. п. позначають наголоси (зокрема логічні), паузи, зміни темпу

тощо. С. Абрамович і М. Чікарькова виділяють надрядкові, підрядкові та рядкові З. п. До рядкових належать знаки фразових пауз (| – коротка, на один рахунок, || – на два рахунки, ||| – на три рахунки); ромбічними дужками (<, >) позначають вставні слова або речення; у квадратні дужки ([, ]) беруть слова, яких немає в тексті, але які допомогли б знайти потрібну інтонацію, у лапки («,») беруть слова, що вимовляють з іронічним відтінком. До надрядкових З. п. належать: знак словесного наголосу ('), підвищення тону (∧), пониження тону (∨), зламу інтонації (^). До підрядкових належать: знак логічного наголосу (підкреслення прямою лінією), уповільнення темпу (підкреслення пунктирною лінією), прискорення темпу (→) та ін.

**Зоровий (візуальний) контакт** – один із засобів активізації уваги аудиторії, за якого погляд оратора спрямований на аудиторію загалом і в ході виступу затримується на кожному з присутніх зокрема. Підтримання З. к. створює в аудиторії враження, ніби оратор звертається до кожного слухача особисто, адже розмовляючи з кимось, людина завжди дивиться на свого співрозмовника. Тому З. к. є передумовою успіху промови, оскільки забезпечує увагу слухачів до постаті оратора. Встановлювати З. к. зі слухачами ораторові варто ще до початку промови, щоб викликати увагу й налаштувати аудиторію на сприймання. З. к. простіше підтримувати, керуючись так званим «правилом вісімки», коли погляд ковзає по залу, описуючи очима цифру 8, що лежить горизонтально (∞). Можна також розбити зал на умовні сектори й по черзі приділяти увагу кожному секторові. Найважче встановлювати контакт із задньою частиною залу та зі слухачами, що сидять у передньому ряду справа і зліва, тому цим зонам треба приділяти особливу увагу. У процесі встановлення З. к. треба уникати того, щоб виділяти одного чи кількох слухачів персонально, це може викликати в людини відчуття тиску, а в інших слухачів – враження, що оратор до них узагалі не звертається. Погляд в очі має бути короткочасним. Зоровий контакт зі слухачами треба підтримувати близько 2/3 часу виступу або й довше. Можна тренуватися встановлювати З. к. під час репетицій перед виступом, наприклад, промовляючи текст і на кожній фразі переводячи погляд.

**Іван Золотовустий** (347–407) – релігійний і церковний діяч, богослов, один з отців церкви, оратор, проповідник. Зачислений до лику святих. Походив з Антіохії (зараз Туреччина). З 16 років навчався риторики у софіста Ліванія. Згодом деякий час працював адвокатом, став дуже відомим завдяки своєму ораторському хистові. Після цього І. З. прийняв чернечий постриг і шість років був пустельником. 386 р. став священником і здобув велику популярність як проповідник, прізвисько «Золотовустий» він отримав

від своїх вірних. Протягом дванадцяти років він щонайменше двічі на тиждень, а то й щодня проповідував у храмі. 397 р. висвячений на архієпископа Константинопольського. Через власну прихильність до аскетизму та засудження багатства й розкоші можновладців, а також унаслідок конфлікту з імператрицею Євдоксією І. З. позбавили посади й відправили у заслання, де він невдовзі помер. Хоч І. З. був вихований на досягненнях античного красномовства, він розробив власні підходи до риторичного мистецтва, відмінні від античних. Основною метою красномовства мало стати донесення слова Божого до вірян. Зокрема, головним в ораторському творі І. З. вважав не красу форми, а «божественну благодать», тобто біблійний зміст та християнський дух, а також натхненність промовця. До нашого часу дійшло багато творів І. З., серед них тлумачення низки книг Святого письма, бесіди на окремі Євангельські тексти, повчання на свята, на похвалу святих та ін. Усі збережені твори І. З. є, по суті, стенографічними записами його проповідей, які згодом сам автор відредагував. Літургію І. З. досі використовують у богослужіннях вірні православної церкви. Велику популярність твори І. З. мали на Русі, їх перекладали й переписували поряд зі Святим Письмом та іншою богослужбовою літературою.

**Ідеологема** – слово чи словосполучення, що позначає окремий елемент певної *ідеології*. Від *терміна* І. відрізняється емоційною забарвленістю та розпливчатістю значення. Приклади І.: «національні інтереси», «фашизм», «культ особи», «борець за незалежність» тощо. Вживання І. типове для *політичного красномовства*.

**Ідеологія** (з гр. *ιδέα* – «початок», «вигляд» та – *λογος* «слово», «учення») – система ідей, поглядів, переконань, які виражають інтереси, ідеали, світогляд певних соціальних груп, класів, націй, організацій. Переважно говорять про політичну І., яка часто знаходить вияв у *політичному красномовстві*. Див. *ідеологема*.

**Ідея промови** (з *ιδέα* – «початок», «вигляд») – головна думка, яка стисло виражає *зміст промови*; переконання, яке автор промови прагне донести до слухачів.

**Ідіома** (з гр. *ιδίωμα* – «особливість, своєрідність») – стійке словосполучення зі сталим значенням, *фразеологізм*. Значення І. не визначене змістом її складових елементів. Наприклад: «замилувати очі», «бити байдики», «відвести душу», «дати відкоша». Використання І. додає виразності мовленню оратора, привертає увагу слухачів. Див. *фразеологізм*.

**«Ізборники Святослава»** – одні з найдавніших українських писемних пам'яток періоду Русі. Це два збірники, створені 1073 і 1076 рр. на

замовлення чернігівського князя Святослава. Вони є перекладами грецьких текстів різних авторів церковнослов'янською мовою з елементами давньоукраїнської. В І. зафіксовано найраніші створені на українському ґрунті матеріали з різних наук, зокрема *поетики* й *риторики*. В І. порушено чимало теологічних та моральних проблем, вони містять твори багатьох отців церкви й богословів, зокрема *Василія Великого*, *Григорія Ніського*, *Івана Золотовустого*, *Орігена* та ін.

**Іларіон Митрополит** (990–1067) – Митрополит Київський, оратор, письменник, церковний і громадський діяч. Зачислений до лику святих. Походив із Київщини. У ранні роки розпочав чернече життя, прийняв постриг від Антонія Печерського. Був священником церкви Св. Апостолів у князівському селі під Берестовом. 1051 р. собор руських єпископів поставив І. митрополитом Київським і всієї Русі, пізніше його на цій посаді затвердив Константинопольський Патріарх. І. на той час був духовним пастирем і проповідником, працював над утвердженням християнства на Русі. Перебування І. на посаді митрополита припало на час правління Ярослава Мудрого, що дбав про розвиток освіти та культури, переписування книг, побудову церков. Очевидно, князь цінував І. за освіченість, письменницький та риторичний талант. І. був співавтором Ярослава у складанні церковного статуту – Судебника. 1054 р. І. відійшов від керування митрополією. Найвідоміший твір І. – «Слово про закон і благодать», у якому виявлено ораторську майстерність автора. Урочиста проповідь написана високим експресивним стилем, побудована на *антитезах*, протиставленні «Закону» (Старого Заповіту) і «Благодаті» (Нового заповіту), містить міркування про роль християнства, зокрема на руських землях, та про діяння хрестителя Русі Володимира, а також його сина Ярослава – мецената й розбудовника, завдяки якому зведено Київський Софійський собор. Інші твори І. – «Молитва» та «Сповідання віри».

**Ілюзорної точності фактів прийом** – один з *вивертів у сперечанні* чи маніпулятивних прийомів у монологічному мовленні, за якого наводять точні цифри для явищ, які або не потребують настільки скрупульозного вимірювання, або такому вимірюванню не підлягали, так що у слухачів та опонента з'являється враження, ніби отримана інформація є цілком достовірною. Наприклад: «Дослідження доводять, що ці ліки на 48 % ефективніші від їхніх аналогів», «Відомо, що троє з п'яти українців ніколи не були за кордоном, а двоє з п'яти – ніколи не виїжджали за межі своєї області».

**Ілюстративні, або зображальні, жести** – *жести*, за допомогою яких промовець частково зображає те, про що йдеться. Найчастіше трапляються

під час описування явищ, подій, предметів. Наприклад, оратор говорить про велику кількість чогось, водночас тримаючи дві руки витягненими паралельно перед собою на значній відстані, або описує висоту, піднімаючи витягнуту руку над головою. І. ж. може бути вказівка рукою на напрям руху або перебування чогось. Під час виголошення промов І. ж. варто використовувати обережно, пам'ятаючи про відмінність між ораторським та акторським виступом.

**Імідж оратора** (з англ. *image*) – уявлення, думка про оратора, яке складається в аудиторії у результаті його виступу. І. о. складається з зовнішнього образу (*вигляд оратора, його міміка, жести, поза*) та внутрішнього образу (вміння промовця спілкуватися, володіти мовою, риси характеру тощо). І. о. формується у слухачів під впливом раціональних та емоційних чинників, може містити як реальні, так і домислені характеристики постаті промовця.

**Імпровізація** – у риториці промова, складена безпосередньо у процесі виголошення. Те саме, що *експромт*.

**Імпровізування** (від лат. *improvisus* – «раптовий, неочікуваний») – у риториці виголошення промови без попередньої підготовки, *експромтом*.

**Інвектива** (з лат. *invectiva oratio* – «лайлива промова») – в античній риториці літературний твір чи промова викривального змісту, що стосується певної особи чи групи осіб. Одним з відомих авторів І. був *Цицерон*.

**Інвенція** (від лат. *inventio* – «винахід») – один з розділів *класичної риторики*, який вивчає створення задуму, *концепції* майбутньої промови. І. також розглядають як один з етапів роботи над промовою, на якому оратор вибирає тему промови (див. *вибір теми*), систематизує власні знання про обраний предмет і припускає шляхи подальшого розкриття теми.

**Інверсія** (від лат. *inversio* – «переставляння, перевертання») – одна зі *стилістичних фігур*, яка полягає у зміні звичного порядку слів для того, щоб привернути увагу слухача або читача до певної частини висловлення. Наприклад: За ідею треба боротися, а не за власну вигоду.

**Індивідуальний стиль оратора** – притаманні певному промовцеві характерні риси виголошення промов, типові засоби образності, *невербальні засоби* спілкування, які він вживає під час виступів. І. с. о. формують його манера поведінки перед публікою, особливості *інтонації, дикції*, а також способу формулювання думок (наприклад, оратор може бути схильним до *багатослів'я* чи до *лаконічності*, вдаватися до *гумору, іронії* чи переважно залишатися серйозним тощо).

**Індивідуально-особистісні ознаки аудиторії** – індивідуальні властивості кожного зі слухачів (наприклад, темперамент, характер,

інтелектуальний розвиток, уподобання). Визначити І.-о. о. а. під час першого виступу перед незнайомими слухачами важко, а також їх складно спрогнозувати. Для встановлення І.-о. о. а. потрібне триваліше спілкування. І.-о. о. а. оратор визначає після вивчення *соціально-демографічних* та *суспільно-психологічних ознак аудиторії*. Див. *моделювання аудиторії закон*.

**Індуктивний метод викладу** (від. лат. *inductio* – «наведення») – метод викладу матеріалу в промові, за якого розповідь ведуть від конкретного до загального. Для цього спершу наводять конкретні факти й приклади, а потім на їх підставі слухачів підводять до загального висновку з приводу певного питання. Спочатку перелічують *аргументи*, а після цього озвучують *тезу*. Використані факти при цьому мають бути репрезентативними й підштовхувати до ширших висновків. Зразок такого викладу матеріалу: спершу наводять конкретні факти забруднення навколишнього середовища у певному регіоні (на зразок: потрапляння стоків у річки, розростання стихійних сміттєзвалищ тощо), а тоді роблять ширший висновок про критичний стан екології на цій території. На відміну від *дедуктивного методу*, І. м. в. вимагає конкретно-чуттєвого сприймання та емоційного відгуку від слухачів, а вже після цього – інтелектуальної діяльності. Викладений цим методом матеріал легший для сприймання аудиторії, бо конкретні факти поступово підводять до основної думки. Його доцільніше використовувати тоді, коли слухачі слабо володіють певною темою. Однак І. м. в. не оформлює знання в чітку систему, не забезпечує логічного обґрунтування висновків.

**Інструктивна промова (інструктаж)** – промова, у якій надають керівні вказівки, інструкції, роз'яснення дій у певних ситуаціях чи прийомів роботи на робочому місці. Виклад І. п. ведуть по суті справи, детально вказуючи дії, яких очікують від виконавців (слухачів). І. п. часто застосовують у *діловій риторичі*, вона також характерна для *військового красномовства*.

**Інтерв'ю** (англ. *interview*) – спосіб отримання інформації в людини за допомогою низки запитань. І. має вигляд *бесіди*, побудованої за заздалегідь підготованим планом. І. є одним із жанрів журналістики, зокрема виділяють теле- та радіоінтерв'ю, телефонне І., друковане І. та ін. І. належить до публічного мовлення, тож його вивчає риторика, зокрема *ділова*.

**Інтонція** (від лат. *intono* – «голосно вимовляю») – ритмічно-мелодійна особливість мовлення, система змін (модуляцій) *висоти, тембру, гучності голосу*, яка виражає комунікативний намір промовця, його ставлення до змісту сказаного та до адресата. У вузькому розумінні під І. інколи розуміють лише *мелодіку*, тобто зміни висоти голосу. У ширшому



розумінні І. включає й такі компоненти, як *логічний наголос, ритм, темп мовлення, паузи*. І. – це передусім засіб виразності, засіб вияву змісту висловлювання. У мовленні інтонація виділяє важливість певних частин мовлення, виявляє конкретні емоції, розкриває прихований зміст (підтекст). Якщо одну й ту саму фразу вимовити по-різному, вона набуде іншого змісту, тому І. нерідко довіряють більше, ніж змісту сказаного. І. надає висловленому значення ствердження, питання чи спонування.

**Інтонування** – процес вимови слів чи фраз з певною *інтонацією*. І. промови в риторичі має велике значення, адже надає сказаному змістового оформлення, допомагає виділити найважливіше, виявляє емоції оратора.

**Інформаційна промова** – один з типів промов у межах *інформаційного красномовства*, метою І. п. є донести до слухачів певну інформацію, викликати цікавість до предмета, про який ідеться. Тема І. п. має бути актуальною для слухачів і викликати інтерес *аудиторії*.

**Інформаційне красномовство** – риторична діяльність, метою якої є надати слухачам інформацію, що стосується певних тем. У межах І. к. виділяють *інформаційні* та *розважальні промови*. Див. також *агітаційне красномовство*.

**Іншомовна лексика** – слова і словосполучення, запозичені в українську мову з інших мов. Для І. л. бувають характерні специфічні ознаки: збіги голосних чи приголосних звуків (*аудієнція, аеробус, циліндр, матч*), типові префікси і суфікси (*контр-революція, ім-міграція, демонстр-ант, арбітр-аж*), незмінювана форма (*хакі, комюніке*) тощо. Часто значення запозичених слів непрозоре й відоме не всім. Тому, використовуючи І. л., треба зважати на вік, освіту слухачів тощо. Коли у вживанні І. л. немає нагальної потреби, її краще замінити питомо українськими словами (наприклад, *перевага* замість *прерогатива*, *обмежувати* замість *лімітувати*, *уподібнення* замість *асиміляція*), це зробить промову зрозумілішою й легшою для сприйняття.

**Іронія** (з гр. *εἰρωνεία* – «глузування», «прихований гумор») – одна зі *стилістичних фігур*, вживання слів у протилежному до буквального значенні, яким виявляють глузливе, скептичне ставлення до того, про що йдеться; прихована насмішка. І. передбачає, що слово чи фраза, вимовлені з певною інтонацією (чи просто в певному контексті) набувають зворотного значення. Наприклад, висловлювання «Ну ви й розумні», сказане з І., означає цілком протилежне.

**Ісей** (між 420 і 348 рр. до н. е.) – давньогрецький оратор, учитель риторики. Один з канону десяти *аттичних ораторів*. Походив з м. Халкіда. Переїхавши до Афін, став учнем *Лісія* та *Ісократа*. Працював *логографом*.

Відкрив в Афінах школу красномовства, у якій, імовірно, навчався *Демосфен*. І. міг допомогти Демосфенові писати промови проти його опікунів. Відомо про 64 праці І., з яких збережено лише 12. Усі вони стосуються справ щодо спадщини, адже І. спеціалізувався на цій категорії судових справ. І. удосконалив техніку ораторських *аргументів*. Відомо, що І. також написав посібник зі складання промов, який до наших днів не зберігся.

**Ісократ** (436–338 рр. до н. е.) – давньогрецький оратор, філософ, учитель риторики. Один з найвпливовіших грецьких промовців свого часу, належав до канону десяти *аттичних ораторів*. Учень *Тісія*, *Горгія*. Походив з багатой афінської родини, одержав хорошу освіту. Після Пелопоннеської війни сім'я втратила свій статок, тож І. був змушений заробляти на прожиття. Розпочавши кар'єру як *логограф*, І. досяг значного успіху в написанні судових промов. Бл. 392 р. до н. е. заснував в Афінах власну риторичну школу, за навчання в якій брав велику платню, не приймаючи одночасно більш ніж дев'ятьох учнів. За деякими припущеннями, слідом за школою І. й на її кшталт *Платон* заснував свою Академію. І. трактував власну школу радше як школу філософії, аніж риторики. Школа І. проіснувала понад 50 років, у ній вивчали не лише риторичне мистецтво, але й історію, права та обов'язки громадянина, культуру, мораль. Багато з учнів І. в подальшому стали філософами, законодавцями, істориками. І. брав участь і в політичному житті Афін, працював як публіцист, зокрема писав політичні памфлети, у яких розвивав ідею відновлення колишнього афінсько-спартанського союзу для завоювання Персії (твір «Панегірик», 380 р. до н. е.). Цю ідею підтримав Філіп II Македонський, а у подальшому втілював його син Олександр. І. визначав риторіку як мистецтво переконання і спосіб вирішувати громадські справи. Описував красномовство як «властивість нашої людської природи, яка піднімає нас над тваринним началом і дає змогу жити цивілізованим життям». І. вважав, що природні здібності та практика в ораторській діяльності важливіші, ніж певні риторичні правила чи принципи. Він наголошував на потребі оратора бути готовим до будь-якого випадку, вміти пристосуватися до нових обставин та ситуацій. На думку І., ідеальний оратор має володіти не лише риторичним обдаруванням, але й широкими знаннями з філософії, науки та мистецтва. Пропагував грецькі ідеали свободи, самоконтролю й чеснот. Вчення І. посприяло виникненню концепції «семи вільних мистецтв» (дисципліни, які в античності розглядали як істотні для вільної людини). Із 60 відомих промов І. до нашого часу дійшло близько 20. Відомо також про трактат І. «Мистецтво красномовства» (не зберігся). І. приділяв значну увагу ритмічному оформленню та образності у промовах. Його стиль у подальшому вплинув на творчість *Арістотеля* (його

«Риторичу»), *Демосфена*, а також римських ораторів, зокрема *Цицерона* та *Квінтіліана*.

**Історизм** – слово або словосполучення, що в сучасній мові є застарілим, оскільки реалії, яку воно називало, в сьогоденні вже немає. Наприклад, *волость, п'ятирічка, осавул, боярин, жандармерія*. Вживати І. в публічному мовленні можна зі стилістичною метою (наприклад, для створення історичного колориту) або ж згадуючи історичні реалії, однак у цьому разі потрібно враховувати рівень освіченості аудиторії. Див. *архаїзм*.

**Казання** – давня назва *проповіді* в українському *церковному красномовстві*.

**Каламбур** – гра слів, яка полягає у використанні в одному контексті різних значень багатозначного слова або ж омонімів. Наприклад: «Як усі оратори, що ставлять собі за мету вичерпати тему, він вичерпав терпіння слухачів» (О. Уайльд). К. вживають переважно з гумористичною метою. Близькою до К. є *парономазія*

**Калліопа** (від гр. *Καλλιόπη* – «красномовна», «прекрасноголоса») – у давньогрецькій міфології найстарша з дев'яти муз (богинь наук і мистецтв). Донька верховного бога Зевса та богині пам'яті Мнемозини. Калліопа виступала покровителькою епічної поезії, красномовства, науки та філософії. Одним із синів К. був славетний співець і музикант Орфей, чарам якого підкорялися боги й люди. К. зображали з навощеною дощечкою та стилосом. В образі К. відображено ставлення давніх греків до сили живого слова.

**Канцеляризми** – слова та словосполучення, властиві для офіційно-ділового стилю мови. Їх мета – позбавити текст емоційності, індивідуального авторського стилю. Наприклад: довести до відома, вживати заходів, реалізація завдань, набувати значного розвитку, здійснити контроль за виконанням, сімейні обставини, здійснювати перевірку, відповідно до тощо. Вживання К. у риторичному мовленні допустиме тільки в рамках ділового спілкування (і бажано в писемній формі), в іншому разі їх можна використовувати зі стилістичною метою – для створення комічного ефекту. Використання К. часто призводить до *багатослів'я* й ускладнює сприймання.

**Каппадокійський гурток** – збірна назва отців церкви II пол. IV ст. До К. г. належали *Василій Великий, Григорій Богослов, Григорій Ніський* а також їхні однодумці й послідовники. Особливу увагу діячі К. г. приділяли опрацюванню догми про Святу Трійцю у християнському віровченні. Кожен з трьох основних членів К. г. був визначним оратором і зробив великий внесок у розвиток *гомілетики*.

**Катон Марк Порцій Старший** (234–149 рр. до н. е.) – давньоримський державний діяч, сенатор, історик, оратор, письменник. К.

вважають засновником давньоримської прози, його «Витоки» у семи книгах – перший історичний твір латинською мовою. К. зробив римське красномовство мистецтвом. Автор численних промов (на судах, у сенаті і народних зборах). Їх високо цінував *Цицерон*, порівнюючи стиль К. зі стилем *Лісія* (через витонченість, стислість та гостроту). Збереглися тільки уривки промов К. як цитати у творах інших авторів. Творчість К. мала значний вплив на красномовство тогочасного Риму і пізніше.

**Квапливість мовлення** – надмірна швидкість, похапливість, підвищений *темп* мовлення. Під час публічного виступу К. м. є недоліком, адже заважає слухачам зосередитися на змісті сказаного й виявляє *хвилювання* оратора. Швидкість мовлення потрібно свідомо контролювати, зважаючи й на те, що часто людині власний темп мовлення видається дещо повільнішим, ніж його сприймають слухачі.

**Квінтіліан Марк Фабій** (бл. 35–100 рр.) – давньоримський оратор, учитель красномовства. Відомий як прихильник педагогічної риторики. Походив з м. Калагуріс (зараз Іспанія). Навчався риторики в Римі, розпочав працювати як судовий оратор. У Римі відкрив школу красномовства. Серед його учнів були *Пліній Молодший* і, ймовірно, *Корнелій Тацит*. За імператора Веспасіана був консулом Риму. Наприкінці життя відійшов від викладання і працював над своїм найвідомішим твором – 12-томним підручником «Становлення оратора», який закінчив приблизно у 95 р. Праця присвячена теорії та практиці риторичного мистецтва, також у ній ідеться про освіту та виховання особистості оратора протягом усього його життя. К. розумів ідеального оратора як «добру людину, що добре говорить», бере участь у громадському житті, є моральною, достойною та справедливою. Оратор має наслідувати найкращі зразки, водночас працюючи над власним оригінальним стилем. Для оратора також обов'язково навчатися в риторичній школі, засвоїти досягнення риторичної науки. З-поміж усіх знаних ораторів найвидатнішим К. визнає *Цицерона*. Причиною занепаду класичної риторики К. вважав погане викладання красномовства та недбале ставлення риторів до навчання. Творчість К. мала вплив на його учнів та пізніших послідовників, зокрема на середньовічних ораторів (*Августина*, *Єроніма*). До К. адресовано один з листів *Петрарки*, де поет називає К. «натхненником нової гуманістичної філософії освіти».

**Києво-Могилянська академія** – один з найдавніших навчальних закладів в Україні. 1632 р. Київська *братська школа* і Лаврська школа об'єдналися у Києво-братську колегію, яка 1658 р. отримала назву К.-М. а. на честь свого опікуна й мецената митрополита Петра Могили. К.-М. а. протягом кількох століть була осередком освіти й культури для українських

земель, у ній навчалися не лише українці, а й вихідці з інших країн. Система освіти в К.-М. а. була побудована за зразком єзуїтських шкіл. У ній викладали латинською мовою, вивчали також грецьку, церковнослов'янську мови, а також сім вільних наук: дисципліни тривіуму (діалектика, риторика, граматики) та квадрівіуму (арифметика, геометрія, астрономія, музика). Розвиток риторики в Україні нерозривно пов'язаний з діяльністю К.-М. а., оскільки саме там її активно викладали як наукову дисципліну. Кожен викладач риторики читав власний курс, що складався з теоретичної та практичної частин. Збережено близько 200 рукописних латинськомовних риторик викладачів академії. У К.-М. а. вчилися та працювали такі видатні оратори, викладачі й теоретики риторики, як *М. Довгалецький, Л. Баранович, І. Гізель, І. Галятовський, А. Радивиловський, С. Яворський, Ф. Прокопович, Г. Сковорода* та ін.

**Кінесика** (від гр. *κίνησις* – «рух») – сукупність візуальних характеристик людини (таких як *жести, міміка, хода, постава, поза, розташування* щодо інших людей тощо), а також наука, яка вивчає особливості невербального (несловесного) спілкування, що відбувається за участю цих характеристик. В ораторській практиці адекватна К. є однією з ознак *риторичної культури* промовця.

**Класична риторика** – період у розвитку риторики, який тривав від часу її виникнення як науки в Давній Греції в V ст. до н. е. і до II пол. XX ст. (умовно до часу постання *неориторики*). К. р. трактували як «мистецтво переконання», мистецтво впливу промовця на слухачів. Предмет вивчення К. р. – виступ оратора перед аудиторією. У колі інтересів К. р. – проблеми створення ораторського тексту (його *ідея, тема, концепція* тощо), структури, *композиції* та мовного оформлення промов, способів ефективного запам'ятовування, техніки мовлення, поведінки й культури оратора тощо. Основними розділами К. р. є *інвенція, диспозиція, елокуція, меморія, акція*.

**Клеон** (перед 470 – 422 р. до н. е.) – давньогрецький політичний діяч, оратор, лідер радикально-демократичного руху. К. походив з однієї з найзаможніших афінських родин, його батько був власником шкірної майстерні. К. – один з перших грецьких політичних діячів, які не мали аристократичного походження. Почав політичну діяльність у час правління *Перікла*, виступивши як прихильник радикальної демократії. Згодом став одним із найвпливовіших афінських політиків. У 428–425 рр. до н. е. член Ради п'ятисот. Під час Пелопоннеської війни К. був стратегом, загинув у битві при Амфіполі. У давньогрецьких джерелах К. давали винятково негативну характеристику. Він увійшов в історію риторики як демагог – «вождь народу», його влада опиралася на підтримку народних мас. Для

промов К. була характерна емоційність і пристрасність. Під час публічних виступів виступів К. допускав елементи блазнювання. Риторичний стиль К. становив контраст до стилю Перікла.

**Климент I** (? – бл. 97 р. н. е.) – релігійний і церковний діяч, апостол, проповідник, Папа Римський. Зачислений до лику святих. Походив зі знатної римської родини. У Юдеї, ймовірно, прийняв хрещення від апостола Петра. Бл. 91 р. очолив Римську церкву. Під час переслідувань християн відправлений на каторжні роботи в Інкерманські каменярні біля Херсонесу Таврійського (зараз Кримський півострів). Там проповідував серед каторжан і місцевого населення та охрещував їх. Авторству К. приписують послання до коринтян (бл. 97 р.), яке фактично є одною з перших християнських *гомільй*.

**Кліше** (з фр. *cliché*) – мовленнєві звороти, які регулярно повторюються в певних умовах і контекстах. К. характерні для певних стилів чи ситуацій. Типовими прикладами К. є фрази привітання, подяки тощо, тобто формули *мовленнєвого етикету*, звичні для *політичного красномовства* словосполучення на зразок «внутрішньополітична криза», «корупційна схема», «маріонетковий уряд», «громадянське суспільство», «відмивання коштів» тощо.

**Ключове слово** – слово або словосполучення, яке виражає зміст однієї з частин твору. В ораторській практиці метод ключових слів застосовують для ефективного запам'ятовування промови. Для цього до кожної частини тексту підбирають К. с., запам'ятавши які легко можна відтворити зміст промови. Перелік К. с. під час виступу може відігравати роль *конспекту промови*.

**Коло в доведенні** – див. *Замкнене коло*.

**Колоквіум** (з лат. *colloquium* – «розмова», «бесіда») – одна з форм навчальних занять, яка передбачає бесіду викладача зі студентами чи учнями для встановлення їхнього рівня знань. Також К. називають збори, на яких заслуховують та обговорюють доповіді з проблемних наукових питань. К. належить до сфери *академічного красномовства*.

**Коментар** (з лат. *commentarium* – «записи», «тлумачення») – пояснювальне чи критичне зауваження з певного питання. К. можуть бути усними чи письмовими.

**Комплімент** (з фр. *compliment* – «вітання») – особлива форма похвали, вираз схвалення, поваги, захоплення тощо. Є складовою *мовленнєвого етикету*. У риторичному мовленні варто робити К. слухачам, бо в помірній кількості вони сприятимуть доброзичливому ставленню аудиторії до оратора. Можна використати К. у *вступі, завершенні промови*,

під час відповіді на запитання слухачів тощо. Наприклад: «Я маю за честь виступати перед такою шанованою аудиторією», «Ви поставили справді цікаве і влучне запитання» тощо. К. треба робити широко й обережно, оскільки аудиторія може сприйняти К. як грубі лестощі, а це часто справляє на слухачів негативне враження.

**Композиція промови** (з лат. *componere* – «складати») – побудова промови, поєднання всіх її компонентів в одне ціле. К. виражає взаємодію складових частин промови (*вступу, головної частини, висновків*), *способів і методів викладу матеріалу*, і ширше – *змісту промови та її форми*. Продумати К. потрібно з самого початку роботи над промовою, після створення *концепції*. Структуру К. відбиває *план*.

**Комунікація** (з лат. *communicatio* – «передання», «повідомлення») – процес обміну інформацією між двома чи більше особами. Слово К. часто вживають як синонім до спілкування, однак спілкування – дещо ширше поняття, яке, крім обміну інформацією, включає інтелектуальну та психічну діяльність, спрямовану на встановлення й розвиток контактів з іншими людьми. К. здійснюють вербальними чи невербальними засобами. Меті ефективної К. підпорядкована вся риторична діяльність.

**Конспект промови** (з лат. *cōnspectus* – «зір», «огляд») – письмовий текст, який передає зміст промови. К. можна укласти по-різному, залежно від промови, її мети, тривалості, а також рівня підготовки оратора. Якщо промовець планує використовувати К. під час виступу, текст К. має бути чітким, вивіреним, без великої кількості виправлень, найкраще надрукованим. К. може бути детальним і повністю фіксувати промову, недетальним (містити, до прикладу, тільки *вступ, висновки, основні тези, цитати*, точну інформацію тощо) чи мати форму *плану*. Рішення про детальність і поширеність К. промовець приймає сам. Якщо оратор є початківцем чи коли промова дуже важлива, так що жоден з її елементів не може бути втрачений, то К. роблять детальним. Якщо К. написаний занадто детально, це блокує творчість оратора, заважає йому вчитися безпосередньо перед *аудиторією*, імпровізувати. Досвідчені промовці записують свої промови як розширений план або як тези. Під час створення К. варто перевірити його на ясність, конкретність, *лаконічність*. Риторика застерігає промовців від *виголошення промови*, читаючи з К., така ситуація допустима лише тоді, коли від оратора вимагають максимально точного слововживання (наприклад, під час зачитування офіційних документів, привітань від імені інших осіб тощо). Користуються К. переважно під час тривалих промов (наприклад, *лекцій*). Деякі ситуації вимагають знати текст промови напам'ять

і не користуватися К. взагалі (наприклад, під час привітань, зокрема офіційних).

**Конструктивна реакція аудиторії** – така реакція слухачів на промову, за якої між промовцем та аудиторією встановлюється контакт, стає можливою активна співпраця, позитивна емоційна реакція з обох сторін. За конструктивної реакції слухачі відчують симпатію до оратора, інтерес до промови, так що готові доповнювати промовця, взяти участь у подальшому обговоренні проблеми. Умовою досягнення конструктивної реакції є дотримання *моделювання аудиторії закону* з боку оратора, володіння *риторичною культурою*, зокрема вміння підібрати актуальну *тему промови*, встановлювати контакт з аудиторією, доброзичливо ставитися до слухачів, володіти культурою мовлення й поведінки тощо.

**Контакт з аудиторією** – взаємодія та взаєморозуміння оратора й слухачької *аудиторії*, спільність їхнього психічного стану. К. з а. виявляється у співпраці оратора та слухачів, коли присутні уважно стежать за ходом думок промовця. Ознаки встановленого К. з а. – позитивна, *конструктивна реакція аудиторії*, зовнішні прояви уваги слухачів (погляди спрямовані на промовця, ствердні кивки, посмішки, слухачі ніби нахиляються вперед, тиша в аудиторії тощо). К. з а. може бути стійким і нестійким, повним або частковим. Багато залежить від *теми промови*, ораторської майстерності промовця, зокрема вміння використовувати *засоби керування увагою аудиторії*, від особливостей, уподобань та інтересів самих слухачів. Ораторові потрібно встановити зі слухачами *зоровий контакт*. Встановленню К. з а. не сприяють зарозумілість промовця, *багатослів'я*, занадто розтягнутий виклад, *конфлікти* зі слухачами тощо. Вміння встановити К. з а. – важлива складова риторичного мистецтва.

**Контамінація** (з лат. *contaminatio* – «змішування») – мовна помилка, яка виникає внаслідок змішування частин слів або словосполучень. Наприклад: «відповідно з» (із «відповідно то» та «у зв'язку з»), «вжити кроків» (з «вжити заходів» і «зробити кроки»).

**Конфесійний стиль** – один зі *стилів літературної мови*, різновид мовлення, який функціонує в релігійній сфері. Призначення К. с. – обслуговувати релігійні потреби як окремої людини, так і всього суспільства. Від інших стилів К. с. відрізняє небуденна урочистість, піднесеність. Типові мовні засоби К. с. – використання церковної термінології; значна кількість *тропів* (*метафор*, *алегорій*, *порівнянь*, *символів*); наявність *архаїзмів*; часте застосування *інверсії*.

**Конфлікт** (з лат. *conflictus* – «зіткнення») – розбіжність у поглядах, зіткнення інтересів, за якого кожна сторона відстоює позицію, несумісну з



позицією іншої сторони. У публічному мовленні завдання оратора – уникнути К. з аудиторією, намагатися схилити слухачів на свій бік, не демонструвати власного рішучого несприйняття позиції чи переконань присутніх. Див. *конфліктна реакція аудиторії*.

**Конфліктна реакція аудиторії** – така реакція на публічну промову, коли слухачі не бажають слухати й розуміти промовця, різко йому опонують (часто не дослухавши виступ до кінця), виявляють негативні емоції. Причиною її виникнення можуть стати первинна недовіра до промовця через його *імідж*, моральні якості, політичну позицію тощо, протилежні погляди оратора і слухачів на певні питання. К. р. а. може виявлятися через вигуки з залу, перебивання промовця, некоректні запитання, загальний шум тощо. Виникненню К. р. а. можуть сприяти окремі негативно налаштовані слухачі, що підбурюють решту публіки проти оратора. У разі такого реагування на виступ промовець може спробувати знайти спільні погляди в конфліктному питанні і, відштовхнувшись від цього, привернути до себе симпатію негативно налаштованих слухачів. При цьому варто залишатися максимально ввічливим і тактовним, не піддаватися на грубі провокації з боку аудиторії, намагатися обережно підібрати слова для заспокоєння слухачів.

**Конформістська (погоджувальна) реакція аудиторії** – така реакція на ораторський виступ, за якої слухачі легко вірять промовцеві й переходять на його бік. При цьому буває важко встановити, що саме спричинило таку реакцію: чи слухачі справді згодні з висловленими поглядами, чи вони некомпетентні в обговорюваному питанні, чи просто маскують байдужість і згадані проблеми взагалі їх не цікавлять. У цьому разі для оратора важливо встановити, чи погоджувальна реакція не викликана двома останніми причинами. Якщо аудиторія байдужа до проблеми, варто актуалізувати обговорювані питання, показати потенційну важливість їх для слухачів, скористатися *засобами привернення уваги аудиторії*. Коли проблема полягає в малій обізнаності слухачів, є сенс глибше розкрити зміст заторкнутих питань, щоб зробити їх більш зрозумілими для аудиторії.

**Концентричний метод викладу** (з лат. *con* – префікс з єднальним значенням і *centrum* – «центр») – метод викладу матеріалу у промові, за якого в центр ставлять певне питання чи проблему, а навколо неї групують близькі чи дотичні проблеми, питання, факти. При цьому до основної проблеми постійно повертаються. Наприклад, під час обговорення проблеми підвищення рівня безробіття згадують про низький рівень освіти у суспільстві, корупцію, відсутність державних реформ, застій на ринку праці й брак механізмів перекваліфікації робітників, а також співпраці з іншими країнами з питань обміну спеціалістами тощо, періодично акцентуючи на

їхньому зв'язку з головною проблемою безробіття. Цей метод можна ще назвати кільцевим, бо, йдучи по колу, промовець постійно повертається до центральної проблеми, яка зрештою і є метою вивчення (дослідження, презентації), щоб виявити на основі попереднього обговорення нові аспекти головної ідеї, а потім знову піти по колу, беручи до уваги все нові факти чи події. К. м. в. побудований на *ретроспекції*. К. м. в. часто використовують під час обговорення актуальних у суспільстві питань.

**Концептуальний закон риторики** – один з *законів риторики*, суть якого полягає в тому, що всім етапам роботи над промовою має передувати створення *концепції*. Цей закон визначає перевагу в ораторській діяльності думки над дією й допомагає осмислити *мету* та *ідею* майбутнього риторичного твору. К. з. р. є базовим для *інвенції*.

**Концепція промови** (з лат. *conceptio* – «розуміння», «система») – провідний задум, система вихідних поглядів промовця на явища й проблеми, про які йтиметься у промові. Вироблення К. п. передбачає *вибір теми*, виділення в ній низки проблем, огляд чужих напрацювань і формування власного бачення виокремленої проблематики, усвідомлення *ідеї* та *мети* майбутньої *промови*. Створення К. п. передуює процесові безпосередньої роботи над текстом промови. Див. *Концептуальний закон риторики*.

**Копистенський Захарія** (? – 1627) – український культурний і церковний діяч, письменник, полеміст, проповідник. Походив з Перемишля. Навчався у Львівській *братській школі*. 1616 р. переїхав до Києва, де вступив у Київське братство й розпочав полемічну діяльність. З 1624 р. став архімандритом Києво-Печерського монастиря. Автор богословських і полемічних трактатів («Книга про віру єдину...», «Палінодія, або Книга оборони» та ін.), передмов до книг, проповідей («Омілія, албо казання на рокову пам'ять» та «Казання на чесном погребі... Єлисея Плетенецького»).

**Коракс** (V ст. до н. е.) – античний ритор, софіст, *логограф*, учитель риторики. Походив із Сицилії. Відкрив у Сиракузах власну школу красномовства. Вчитель *Тісія*. Коракс заклав основи й базові принципи риторики. Як логограф опрацював структуру судової промови, виділяючи у ній *вступ*, *оповідь*, *аргументи*, *заперечення аргументів супротивника* та *висновки*. Ця структура промови стала базовою для теоретичної риторики. Все, що відомо про Коракса, довідуємося з творів пізніших ораторів, таких як *Платон*, *Арістотель* і *Цицерон*. Усі твори, які приписують К., записав його учень Тісій. Після 465 р. до н. е. К. разом з Тісієм створив збірку *топосів* – своєрідну хрестоматію «загальних місць», які можна було завчити й використати у промовах. Ця праця не збереглася.

**Крас Луцій Ліциній** (140–91 рр. до н. е.) – давньоримський політик й оратор. Відіграв значну роль у політичному житті Давнього Риму, перебував на посадах народного трибуна, консула, цензора. Представник *політичного* та *юридичного красномовства* свого часу, один з найвидатніших римських ораторів. Творчість і політичні погляди К. справили великий вплив на його учня *Цицерона*. К. був прихильником *азіанізму*.

**Красномовство (красномовність)** – уміння майстерно, гарно й переконливо говорити, утримувати увагу *аудиторії*; ораторський хист. К. передбачає впевненість у собі, вміння доносити власні думки до слухачів у цікавій і доступній формі, вибудовувати струнку й аргументовану промову. К. може бути природженим і набути. Риторика часто визначають як науку про К.

**Крилаті вислови** – сталі звороти, джерела яких можна встановити, найчастіше це висловлювання видатних людей, цитати з творів, згальновідомі власні імена, що стали символічними, тощо. К. в. відомі великій кількості людей. Наприклад: «Лиш боротись – значить жить» (І. Франко), «Світ ловив мене, та не спіймав» (Г. Сковорода), «Схаменіться, будьте люди» (Т. Шевченко), «Стукайте й відчиніться вам» (Біблія) та ін. Вживання К. в. урізноманітнює публічне мовлення, привертає увагу *аудиторії*, однак варто зважати на рівень освіченості слухачів.

**Критика** (з гр. *κριτική τέχνη* – «мистецтво розбору») – оцінне судження про осіб, предмети, явища. Метою К. найчастіше є вказівки на недоліки, виявлення й огляд помилок, надання оцінки певному явищу, особі, діяльності тощо.

**Круглий стіл** – одна з форм публічного обговорення проблем, за якої присутні мають рівні права у висловленні власних думок. Учасники такого обговорення сидять за столом круглої чи овальної форми, що полегшує спілкування і підкреслює рівність позицій усіх присутніх. Мета К. с. – узагальнити думки з приводу певної проблеми. Спілкування в рамках К. с. вивчає *ділова риторика*.

**Кульмінація** (з лат. *culmen* – «вершина») – у промові момент найвищого напруження, найбільшого емоційного впливу на слухачів. Найчастіше К. виступає чітко сформульована *ідея*, це може бути також заклик до чогось, повідомлення основної, несподіваної чи найцікавішої інформації. Зазвичай К. розташована ближче до кінця *головної частини промови*.

**Культура мовлення** – дотримання *мовних норм* в усному та писемному мовленні, а також майстерне вживання мовних засобів залежно від мети й обставин спілкування. Окрім *правильності*, К. м. також включає

такі особливості, як *багатство, виразність, точність, ясність, доречність мовлення*. К. м. – одна зі складових *риторичної культури* і загалом культури людини, тож К. м. повинен володіти кожен, хто виступає публічно.

**Культура оратора** – див. *риторична культура*.

**Культура слухання** – вміння максимально ефективно використовувати процес слухання для того, щоб зрозуміти співрозмовника й налагодити з ним зв'язок. К. с. є складовою культури спілкування загалом. К. с. передбачає увагу до сказаного, свідомий візуальний контакт з людиною, що говорить, інтерес до співрозмовника та бажання почути його, використання уточнювальних запитань та реплік-заохочень (на зразок «Я розумію», «Продовжуйте» і т. д.), а також дотримання загальних етикетних вимог у процесі спілкування. К. с. має особливе значення для *діалогічного красномовства*, оскільки вміння слухати в *діалозі, суперечці* є не менш важливим, ніж уміння висловитися.

**Культура сперечання** – правила поведінки учасників *суперечки*, які дають змогу сперечатися конструктивно. К. с. передбачає вміння чітко визначити предмет суперечки, а також позицію та погляди опонентів і дотримуватися їх; не втрачати головних положень, через які ведуть суперечку; правильне оперування поняттями і термінами (треба переконатися, що всі учасники правильно вживають відповідні терміни й однаково розуміють поняття), добирати переконливі *аргументи* для обґрунтування власних *тез*. Для конструктивної суперечки потрібно чітко усвідомити її мету й бажаний результат, не нав'язувати власної позиції суперникові, а аргументовано доводити її. К. с. вимагає від сперечальників шляхетної поведінки, доброзичливості та поваги до опонента, врахування його, а також власного статусу, уникання різких фраз на зразок «Ви помиляєтеся!», «Ви не маєте рації!» тощо (доречнішою буде фраза «Я маю іншу думку»). Варто уникати суперечок про те, чого добре не знаєте. Розмову треба вести спокійно й доброзичливо, не зриватися на крик (підвищення голосу не є аргументом). Якщо ж опонент переконливо довів власну рацію, потрібно вміти визнати власну помилку й вибачитися. К. с. передбачає дотримання *мовленнєвого етикету, культури мовлення та культури слухання*.

**Лаконічність** – стисле вираження думки, комунікативна риса мовлення, яка виявляється у відсутності зайвих слів, непотрібних повторів, плутанини, *тавтології, плеоназму, слів-паразитів*. Назва походить від давньогрецької області Лаконії, мешканці якої славилися чіткістю та стислістю висловлювань. У публічному мовленні Л. є бажаною, адже стислі фрази легше сприймати (див. *число Міллера*), а занадто довга промова

втомлює слухачів. Над Л. викладу варто працювати безпосередньо під час роботи над *конспектом* та під час *репетицій*.

**Лексичний (словниковий) запас** – набір слів, які знає і якими користується людина. Багатий Л. з. особливо важливий для оратора, адже від його широти залежать такі важливі показники мовлення, як *багатство*, *виразність*, *точність*, уміння донести до *аудиторії* потрібну інформацію та досягти мети промови. Багатий Л. з. промовця справляє гарне враження на його слухачів. Завдяки великому Л. з. оратор може врізноманітнювати текст, робити його лаконічним або поширеним. Л. з. особи тим багатший, чим вона освіченіша, тому основні способи збагатити Л. з. – читати художню та наукову літературу, активно спілкуватися з освіченими й різносторонніми людьми.

**Лекторій** – цикл *лекцій*, об'єднаних тематично або призначених для певного кола слухачів. Також Л. називають організації, які займаються влаштуванням публічних лекцій.

**Лекція** (з лат. *lectio* – «читання») – одна з форм навчальних занять, усний послідовний виклад матеріалу на певну тему чи з певної проблеми. Л. належить до сфери *академічного красномовства*. Мета Л. – надати *аудиторії* цілісну систематизовану інформацію з певної теми (курсу), викликати інтерес слухачів до того, про що йдеться. Виклад у Л. має бути чітким і послідовним, мовлення – доступним, до всіх нових *термінів* має бути пояснення. Л. переважно передбачає, що слухачі законспектують почуту інформацію. Зважаючи на її відносно значну тривалість, під час Л. особливо доречно використовувати *засоби керування увагою аудиторії*, особливо *наочності засоби*. Л. поділяють на вступні й підсумкові (які читають на початку і в кінці навчального курсу), оглядові (які дають загальне уявлення про кілька великих тем), інформаційні (орієнтовані на викладення та пояснення наукової інформації), проблемні (які передбачають створення проблемної ситуації, через яку у слухачів виникають суперечності), монологічні Л. і Л.-бесіди (які передбачають *діалог* з аудиторією) та ін.

**Лікурґ** (бл. 390–324 рр. до н. е.) – античний оратор, громадський діяч, афінський архонт (правитель). Один з канону десяти *аттичних ораторів*. Походив зі знатного афінського роду. Навчався філософії у *Платона*, згодом став одним з учнів *Ісократа*. Працював *логографом*. Як політик упродовж дванадцяти років керував скарбницею Афін, ставив за мету засудити всіх розкрадачів державного майна і зрадників. Часто виступав як обвинувач в афінському суді. Проти Л. теж часто висували звинувачення, які йому, однак, вдавалося успішно спростовувати. Із творчої спадщини Л. збереглося дуже мало – одна промова «Проти Леократа» (330 р. до н. е.) й кілька фрагментів

інших творів. У промовах Л. звертав особливу увагу на етичні моменти, для його стилю були також властиві різкі метафори, нечіткість композиції та часті відступи.

**Лісій** (бл. 459 – 380 рр. до н. е.) – античний оратор, демократ, майстер судової та політичної промови. Один з канону десяти *аттичних ораторів*. Походив з м. Сиракузи. Проживав в Афінах. Після Пелопоннеської війни родина Л. постраждала від спартанців, які перемогли Афіни. Першою судовою промовою Л. стала промова проти одного з «тридцяти тиранів», винного у смерті його брата. Відтак Л. почав писати судові промови для інших людей, тобто став *логографом*, досягнувши в цьому великого успіху. Відомий як автор понад 400 промов, з яких збереглося близько 30. Л. розвинув жанр судової промови, удосконалив її *композицію*, розробив способи *аргументації*. Для творів Л. характерна образність, емоційність, гумор, яскраве змалювання характерів персонажів і самого промовця. Промови Л. були написані так, щоб у них яскраво проступала індивідуальність підсудного, його приналежність до певного соціального прошарку (селянин, ремісник, аристократ). Як поборник демократії, у промовах Л. викривав злочини олігархів проти держави і людей. Судові промови Л. зворушливі й переконливі, адже їхня мета – вплинути на суддів і схилити їх до сприятливого рішення на користь підсудного. Стиль Л. був простим та лаконічним, оповідь – чіткою, конкретною, послідовною, легко і зрозуміло розкривала суть справи. Промови Л. були зразками для наслідування сучасників та наступних поколінь ораторів. Л. вважають одним із зачинателів аттичної літературної мови.

**Літературна мова** – це внормована, уніфікована, наддіалектна, вища форма національної мови, що обслуговує всі сфери діяльності суспільства. Реалізується в усній та писемній формі. Сучасна українська Л. м. сформувалася на основі середньонаддніпрянського діалекту південно-східного наріччя (Полтавщина, Південна Київщина). Зачинателем нової української Л. м. вважають І. Котляревського (написав перші твори живою розмовною мовою («Енеїда», «Наталка Полтавка», «Москаль-чарівник»)), а основоположником – Т. Шевченка. Головною ознакою Л. м. є *норма*, зафіксована у правописі та словниках. Володіння нормами Л. м. свідчить про культуру мовлення оратора. Л. м. є фундаментом одного з розділів *класичної риторики* – *елокуції*. У мовленні оратора володіння нормами Л. м. простежуємо головно у вимові та акцентуації (наголошуванні слів). У мові писаного / друкованого риторичного тексту дотримання чи порушення норм Л. м. більш наочне і виявляється у написанні слів, пунктуації, лексично та граматично правильній побудові висловлювань. Майстерність володіння Л.

м. оратор демонструє лексичним багатством і синтаксичною різноманітністю свого тексту, у чому допомагають *тропи* й синтаксичні фігури. Л. м. характеризується розвиненою системою *стилів*. Завдяки такій стилістичній диференціації Л. м. є основою всіх *видів красномовства*. Поняття «Л. м.» не варто ототожнювати з поняттям «мова художньої літератури», бо перше є основою другого, лише визначаючи норми для мови художнього тексту. Л. м. водночас є основою мови текстів інших стилів.

**Лігота** (з гр. *λιότης* – «простота», «помірність») – лексико-синтаксична фігура кількості. У сучасній науці (лінгвістиці, стилістиці, літературознавстві, риторичі) Л. має подвійне визначення: 1) стилістичний прийом, що ґрунтується на запереченні протилежного; ствердження якоїсь ідеї через заперечення протилежної з метою заниження, применшення масштабу того, про що йдеться, із вказівкою на незначну наявність негативних рис; наприклад: «непогано» замість «добре», «нелегко» замість «важко», «я не заперечую» замість «я погоджуюся», «він не дурний» замість «він розумний» (іноді можливе подвійне заперечення: «Я зробив це не без наміру» замість «Я зробив це з наміром»). Таке розуміння Л. робить її різновидом *евфемізму*, наприклад: «Не думаю, що ви праві» (у значенні: «Думаю, що ви неправі»); 2) стилістичний прийом навмисного применшення величини, сили чи значення предмета або явища, т. зв. «зворотна *гіпербола*» («гіпербола навпаки») (у цьому значенні старі риторичі розглядали Л. як різновид гіперболи, поділяючи гіперболу на «*auxesis*» – збільшення – і «*tapinosis*», або «*meiosis*», – зменшення); наприклад: «втопитися в ложці води», «дівчина була низенькою, так що ледве від землі видно», «життя людини – одна мить». У такому розумінні Л. ототожнюють з *мейозисом* або ж називають його різновидом. У риторичі Л. в першому значенні можна використовувати з метою іронічного, інтелектуально витриманого зменшення важливості того, про що йдеться, а також для приховування змісту сказаного, надання висловлюванню певного відтінку. Проте не варто зловживати лексемами та конструкціями з «не», бо ж надмірне вживання заперечних формул переобтяжує мовлення. Л. в другому значенні в риторичі використовують для збагачення мовлення, посилення образності мови тексту.

**Логіка** (з гр. *λογική* – «слово», «сенс», «думка», «мова») – наука, яка вивчає закони й форми розумової діяльності людей, принципи та засоби побудови правильних суджень і міркувань про предмети та явища об'єктивного світу; це особлива наука про мислення. Термін Л. як філософський увів Геракліт. Фундатором Л. як науки вважають *Арістотеля*. У Давній Греції діалектику поділяли на Л. і *риторику*. Л. досліджує спосіб

отримання нового знання за допомогою аналізу форм окремих думок і форм їх поєднання, а одним із аспектів риторики є переконлива *аргументація*. Граматика, Л. і риторика склали тривіум (три науки про мову і її використання), що був першою сходинкою середньовічної освіти. Л. є наукою розуміння і включає мистецтво ведення *дискусії*. Об'єкт вивчення Л. – мислення. Л. формує культуру мислення, а це визначає практичне значення Л. та зумовлює її універсальність як навчальної дисципліни. У кожної людини формуються певні елементи культури мислення без вивчення законів Л., але, не вивчаючи Л., людина здатна лише «відчувати» *логічні помилки*, проте в цьому разі їй важко свідомо та кваліфіковано позбутися порушень Л. в міркуваннях. Л. забезпечує надійні інтелектуальні контакти між людьми. У риторичній системі логічних доказів працює на переконання слухачів. З Л. пов'язане одне з ключових понять класичної риторики – *логос*.

**Логічна помилка** – помилка в умовиводах, міркуваннях, *визначеннях* понять, доказах і спростуваннях, викликана порушенням *законів логіки* і перекручуванням форм мислення. Така помилка пов'язана з неправильністю думки. Звідси неправильне міркування – це міркування, у якому допускають Л. п. внаслідок порушення правил або законів логіки. Тут поняття «правильність» стосується форми думки, її побудови, бо ж зміст думки – це «істинність». Л. п. пов'язана з порушенням логічної послідовності або використанням некоректних прийомів для доведення певного твердження. Л. п. поділяють на помилки, логічні у власному змісті, і помилки, які відбуваються внаслідок неправильності в словесному вираженні думки. Серед Л. п. виділяють *софізми* і *паралогізми*. Прикладами Л. п. є *коло в доведенні, недоведена основа доказу* та ін. Л. п. знижують культуру оратора, призводять до неправильності мислення, а отже, і до неістинності мовлення, спотворюють риторичний текст. Уникнути Л. п. допомагає знання законів логіки.

**Логічне членування тексту** – поділ тексту на такі змістово-логічні структурні елементи, як *вступ* (початок думки), *головна частина* (виклад теми) і *висновок* (підсумок), які характеризуються єдністю думки та відносною завершеністю. Л. ч. т. ще можна визначити як поділ тексту на *мікротеми*, кожна з яких складає окреме складне синтаксичне ціле (певну групу речень, об'єднаних за змістом і граматично, які виражають більш розгорнутий розвиток думки, порівняно з реченням). Л. ч. т. водночас пов'язане з членуванням тексту на абзаци, бо без такого поділу текст втрачає логічність, проте абзац не треба ототожнювати з мікротемою (складним синтаксичним цілим), адже об'єднані за змістом і граматично можуть бути кілька абзаців, і навпаки – в одному абзаці може бути більш ніж одна



мікротема. Хоча зазвичай абзац збігається зі складним синтаксичним цілим. Логічно членований текст слухачі сприймають змістово правильно.

**Логічний виклад матеріалу** – таке розташування елементів у тексті, коли зміст чітко й однозначно викладений, суперечливості в судженнях немає, помітний послідовний перехід від однієї думки до іншої. Л. в. м. можливий за наявності продуманого *плану*, оформленої *композиції*, визначеної логіки переходу від одного питання до іншого. Л. в. м. залежить від мети та особливостей організації висловлювання, проте можливий лише за умови *логічного членування тексту* та дотримання *законів логіки*, а також за відсутності *логічних помилок*.

**Логічний наголос** – різновид *фразового наголосу*, засіб особливого виділення голосом найважливішого слова чи словосполучення у змістовій структурі речення. Наприклад: «Вогнеборці [саме вони] ризикують життям»; «Вогнеборці ризикують [саме ризикують] життям»; «Вогнеборці ризикують життям [саме життям]». Логічно наголошене слово виділяють підвищенням чи зниженням тону, посиленням чи послабленням голосу або ж пришвидшенням чи сповільненням темпу його вимови. Л. н. не треба плутати зі словесним наголосом (наголосом складу в слові). Саме Л. н. є центром акцентуації в реченні і в тексті та наслідком правильного смислового наголошування. Л. н. свідчить про риторичну вправність оратора і про те, наскільки грамотно він доносить до слухача зміст своєї промови.

**Логограф** (з гр. *λογογράφος*, від *λόγος* – «слово», «прозовий твір» і *γράφω* – «пишу») – у Давній Греції укладач промов на замовлення для виступу у суді з обвинуваченням або захистом (судовий оратор). Ця професія з'явилася в Афінах із кінця V ст. до н. е. і була однією із найзатребуваніших. У демократичній Давній Греції в усіх сферах суспільного життя культивували живе слово, та й перед судом присяжних, який налічував сотні, а іноді й тисячі осіб (залежно від складності та важливості справи), звинувачувати чи захищатися можна було лише за допомогою впливу власного мовлення на слухачів, а не кожен володів ораторським талантом чи риторичними навичками, тоді й вдавалися до послуг Л. До найвідоміших давньогрецьких Л. належали *Демосфен*, *Лісій*, *Тісій*, *Ісократ* та ін. Л. – по-сучасному спічмейкер.

**Логос** (з гр. *λόγος* – «слово», «мовлення», «мова», а також «поняття», «думка», «розум») – одне з основних понять (категорій) *класичної риторики* (разом з *етосом*, *пафосом* і *топосом*), що передбачає вибір доцільних словесних засобів, які ритор використовує для вираження задуму промови й аргументації висловленого у зрозумілій і переконливій для аудиторії формі. Л. є думка, зміст промови. Л. іде від розуму й апелює до

нього. Л. переконує шляхом послідовного наведення аргументів, побудованих відповідно до *законів логіки*. Л. забезпечує розуміння висловленого, раціональне переконання *аудиторії*. Завдяки Л. відбувається поєднання думок ратора і слухачів. Л. включає *план* промови, повноту *змісту* та словесні прийоми. Наприклад, до теми: «Рятувальники – одна з найнебезпечніших у світі професій» Л. є: 1) план із трьох пунктів (- специфіка роботи рятувальника; - небезпека під час виконання завдань; - рівень безпеки порівняно з іншими професіями); 2) аргументи, факти, випадки, фото. У сучасній риториці логічність є однією з основних ознак вдалої промови. За правилами Л. сучасний ритор повинен створювати *аргументацію*, розуміння й оцінювання якої доступні аудиторії. Це ж стосується й вибору словесних засобів. Логічна послідовність міркувань, несуперечливість суджень, відсутність софістичної (навмисно оманливої) аргументації – умови Л., який є словесним втіленням пафосу на умовах етосу за підтримки топосу.

**Лозунг** (з нім. *die Lösung* – «пароль», «гасло») – лаконічна фраза, яка добре запам'ятовується й не потребує жодних доказів чи пояснень (на відміну від *тези*). Л. може бути у формі заклик, звернення, попередження, сигналу, умовного знаку до дії. Виражає провідну ідею. Л. – один з найпоширеніших словесних засобів *рекламного красномовства*. Часто на лозунгах побудовані промови політичних чи релігійних ораторів. Промови, що містять лише Л., не вирішують жодних питань і можуть бути розраховані лише на малоосвічену аудиторію, оскільки Л. апелює тільки до почуттів, оперуючи емоційними категоріями, а на інтелект слухачів не впливає. Проте з метою емоційно-експресивного забарвлення Л. може траплятися у мовленні оратора. Його доречність залежить від типу промови. Скажімо, в *агітаційній* чи *мітинговій промові* використання Л. вмотивоване частіше, аніж в *інформаційній*. Приклад Л.: «Бути рятувальником – героїзм». У сучасній риториці Л. оформився в окремий ораторський жанр, який в усній формі функціонує переважно як заклик у мовленні оратора, а в письмовій оформлюється як візуальний словесний ряд на агітаційному чи рекламному носії (агітплакат, візуальна реклама тощо). У риторичній практиці визначення Л. протилежне до поняття «теза».

**Ломоносов Михайло Васильович** (1711–1765) – російський учений-натураліст світового значення, енциклопедист, приладобудівник, винахідник, хімік і фізик, геолог і географ, астроном і металург. Засновник першої в Росії хімічної лабораторії, ініціатор створення Московського університету. Л. водночас філолог та історик, поет і художник, педагог і оратор, один з перших російських теоретиків красномовства. Л. – яскравий приклад «*homo*

universalis» (з лат. «людина універсальна»). Народився в селі Мішанинське (нині село Ломоносово) Архангельського повіту в Росії в сім'ї поморського рибалки, помер у Санкт-Петербурзі. Навчався, зокрема, у Києво-Могилянській академії, вивчав поетику й риторику. Автор «Російської граматики» та першого російськомовного посібника з теорії літератури й ораторського мистецтва «Риторика», або «Коротке керівництво до красномовства» (1748). У ньому Л. виділяє власне риторику (вчення про красномовство загалом), ораторію (настанови щодо написання прозових текстів) і поезію (настанови щодо написання поетичних текстів). Л. визначав красномовство як «мистецтво про всяку дану матерію красно говорити і тим прихилити інших до своєї про це думки». Л. вважав, що для володіння красномовством потрібні п'ять умов: природний дар, наукове знання, наслідування класичних авторів, вправи у складанні промов, знання інших наук. Риторику визначав як науку про усне і письмове мовлення. Структура публічної промови за Л.: вступ, тлумачення, твердження, висновки. Так побудовані його наукові промови й «похвальні (панегіричні) слова». Л. також відомий оратор: читав публічні лекції в російській Академії наук (це були перші публічні лекції з фізики російською мовою).

**Лояльність** (з фр. *loyal* – «вірний», «відданий») – шанобливе, прихильне, доброзичливе, чи коректно-нейтральне ставлення до когось або чогось. Оратор повинен виявляти Л. як до слухачів, так і до предмету промови (до того, про що говорить). Так промовець може сподіватися на лояльне ставлення до нього слухачів, тобто на певний кредит довіри від них.

**Лютер Мартін** (1483–1546) – монах, католицький священник-реформатор, засновник протестанської (лютеранської) церкви, професор теології, видатний оратор Відродження, який мав значний вплив на мистецтво слова, адже продовжив розвиток духовного красномовства післясередньовічної ренесансної епохи в руслі реформаторських учень. Походив з м. Айсленд у Саксонії (Німеччина). Навчався в Ерфуртському університеті, був монахом августинського монастиря в Ерфурті, доктором богослов'я і професором теології Віттенберзького університету, священником міської церкви Віттенберга. Переклав Біблію німецькою мовою, цей переклад і досі один із найпоширеніших у Німеччині. Автор 95 тез «Про силу індульгенцій», які були прикріплені до замкової церкви у Віттенберзі й започаткували рух Реформації в Німеччині. Л. публічно виступав за реформу католицької церкви та проти папи, який увів поняття індульгенції як своєрідного документа, за який можна було купити прощення гріхів. Л. вважали ворогом церкви, і його було піддано анафемі, проте, маючи особливий розум і будучи вмілим оратором, він зумів знайти чимало

прибічників свого вчення, які згодом навіть організували окрему протестантську церкву. Одне з основних досягнень Л. в риторичі в тому, що він наблизив схоластичне духовне красномовство Середньовіччя до гуманістичних ідей Відродження.

**Маєвтика** (з гр. *μαλεντική* – «мистецтво допомоги породіллі») – метод ведення діалогу, коли за допомогою навідних, уточнювальних, добре продуманих запитань вчитель допомагає народженню думки в учня, виявляє приховані знання, сприяє пошуку істини. Наприклад: «Що таке освіта?» – «Освіта – це здобута система знань, яку можна застосовувати на практиці» – «Що таке знання?» – .... – «Що таке застосування цих знань на практиці?» і т. д. метод М. запропонував *Сократ*. Див. *евристичної бесіди метод*.

**Максимович Михайло Олександрович** (1804–1873) – видатний український вчений-енциклопедист, природознавець, фольклорист, мовознавець, етнограф, історик, поет, фахівець у галузі фізики, ботаніки, зоології, географії, філософії, археології; магістр природознавства; ординарний професор і завідувач кафедри ботаніки Московського університету; завідувач кафедри російської словесності й декан історико-філологічного факультету, перший ректор університету Св. Володимира в Києві; доктор слов'яно-російської філології; член-кореспондент Російської Академії Наук; почесний член кількох російських та українських університетів і наукових товариств. Яскравий представник українського *академічного красномовства*, видатний учений-лектор. Як оратор М. виявляв свою вправність у публічних промовах і на лекційних викладах. Відомі його публічні виступи «Про справжню освіту» (1819) (промова на публічному іспиті в Новгород-Сіверській гімназії), «Про участь Московського університету в освіті Росії» (1830), «Мова про російську освіту» (1832). 1837 р. на урочистому зібранні університету Св. Володимира в Києві М. виступив з промовою «Про участь і значення Києва в загальному житті Росії», що викликала інтерес не лише слухачів, а й міністра народної освіти С. Уварова, і «за відмінну службу і працю, засвідчені міністром», ученого нагородили орденом св. Володимира четвертого ступеня. Його академічні лекції з ботаніки викликали значний інтерес, відзначалися гнучкою структурою.

**Маніпуляція словесна (маніпуляція мовна)** – різновид усвідомленого прихованого мовленнєвого впливу на людину за допомогою спеціально підібраних фраз з метою змінити її наміри, сприйняття чи поведінку на користь суб'єкта М. с. М. с. можуть здійснювати за допомогою доведення, переконання, вмовляння, скиглення, навіювання, прохання, наказу, примусу, також засобами М. с. можуть бути двозначність, помилкова аналогія, тематичне перемикування, заміщення суб'єкта дії, підміна

нейтральних понять лексикою емоційно-експресивного забарвлення тощо. Лексичними засобами М. с. слугують *евфемізми* і *дисфемізми*, синонімія тощо. Для маніпулятивного впливу характерна прихованість, завуальованість намірів маніпулятора. Іноді засобом М. с. називають мовленнєву *агресію*, проте такий засіб порушує прихованість позиції того, хто маніпулює. Найчастіше М. с. використовують у *політичному* та *рекламному красномовстві*, у публікаціях ЗМІ, а також у щоденному спілкуванні.

**Масовість** – загальнодоступність, призначеність для широких мас. *Політичне* (особливо *мітингова промова*), *рекламне красномовство*, риторика ЗМІ мають масовий характер. Це зумовлює особливий характер текстів цих *видів красномовства*, а саме: спрощення у відображенні дійсності, використання протиставлень, *антитез* (антонімія забезпечує подолання сумнівів; наприклад: добре – погано, правда – брехня, друг – ворог), *лаконічність*, *афористичність*, використання маніпулятивних прийомів, зокрема *словесної маніпуляції*.

**Масово-роз'яснювальна робота** – один з аспектів роботи рятувальника, який полягає в інформуванні широких мас населення про заходи безпеки з метою уникнення надзвичайних ситуацій. Така робота дуже важлива, адже є профілактичною й часто дає змогу запобігти небажаним наслідкам поведінки з вогнем, з хімічними речовинами, уникнути трагічних випадків під час грози, на льоду, у сезон збирання грибів тощо. М.-р. р. рятувальники проводять серед різних груп населення, вона є публічною, тому тут виявляються риторичні здібності працівника ДСНС. Результат цього виду діяльності залежить не лише від вдало підбраного та правильно мовленнєво оформленого матеріалу, а й від *ораторської майстерності* рятувальника, який, зокрема, повинен розуміти, що одну й ту ж тему по-різному варто подавати школярам, студентській аудиторії, слухачам середнього віку тощо. Теоретичні знання з риторики рятувальник може застосувати на практиці в такому виді діяльності, як М.-р. р.

**Матеріал для промови** – сукупність інформації (думки, судження, погляди, приклади з життя тощо), що міститься в тексті публічного виступу. М. д. п. є власний і чужий досвід. Матеріалом з особистого життя можуть бути власні думки, спостереження, емоції, життєві ситуації, що трапилися з оратором тощо. Матеріал, що містить чужий досвід, – це інформація з книг, журналів, газет, інтернет-видань, випадки з життя знайомих, друзів і т. ін. Карткування зібраного М. д. п. допомагає логічно структурувати майбутній текст і вдало інтегрувати в ньому власний і чужий досвід, розклавши картки в певній послідовності. Як допоміжний М. д. п. використовують *визначення*, порівняння, приклади, посилення на авторитети, статистичні дані, *наочності*

*засоби* (модельовані зображення, моделі, зразки, таблиці, плакати, аудіо-візуальні засоби тощо). Використання допоміжних матеріалів урізноманітнює текст промови, конкретизує його та робить зрозумілішим і доступнішим для слухачів.

**Мейозис** (з гр. *μείωσις* – зменшення) – лексична фігура кількості, протилежна *гіперболі* (деякі дослідники М. визначають як різновид гіперболи), суть якої полягає в навмисному зменшенні інтенсивності якостей об'єкта мовлення. Причому йдеться про зменшення нормального і більшого, ніж нормальне, адже зменшення і без того малого вважають гіперболою (наприклад: «осина талія» про худу дівчину, «один момент» про короткочасність). М. є підбір лексем із різним значенням мализни. У М. присутня *іронія*, задалегідь неточне відображення дійсності з метою не давати завищених оцінок (наприклад: «нічого», «нічогенько», «пристойно», «гріх скаржитися» замість «добре»); або ж М. може бути засобом *евфемізму*, підкреслюючи стриманість, увічливість, скромність оратора (наприклад: «Дарую вам свою книжечку»). За таких умов мовець довіряє здатності слухачів зрозуміти навмисно скромну стриманість оцінок і врахувати невідповідність між тим, що говорять про предмет, і тим, чим цей предмет є насправді. Часто М. граматично реалізується через зменшено-пестливі суфікси (наприклад: «кулачки сверблять», «у керівника зубки прорізались»). За допомогою М. розширюють можливості виразності та образності мовлення. Різновидом М. вважають *літоту*, хоча іноді ці два поняття ототожнюють.

**Мелодика голосу (мовлення)** – один з компонентів *інтонації*, що передбачає зміну *висоти голосу* (підвищення або зниження) у процесі мовлення, що відбувається завдяки різному ступеневі напруги голосових зв'язок. М. г. урізноманітнює тонове забарвлення мовлення, виконує синтаксичну й емоційну функції, надає інформації експресивної виразності, а висловлюванню – різних відтінків значення. В українській мові виділяють чотири види мелодики залежно від спрямованості руху тону: спадна (зниження тону), висхідна (підвищення тону), висхідно-спадна (злам М. г.), рівна (однотонна) (однакова чи майже однакова висота тону протягом певного відрізка висловлювання). М. г. організовує фразу, розрізняє комунікативні типи висловлювання (*запитання*, оклик, спонування, розповідь тощо), виділяє у висловлюванні найважливішу інформацію або підкреслює окремі елементи сказаного, іноді виражає підтекст. Мелодична розмаїтість голосу має важливе значення для оратора, адже монотонність, одноманітність, безбарвність мовлення послаблює увагу слухачів,

«присипляє» їх. Водночас треба правильно організувати мелодичний малюнок тексту, щоб слухачі правильно сприймали висловлене.

**Меморія** (з лат. *memoria* – пам'ять) – один з розділів *класичної риторики*, який вивчає способи запам'ятовування і призначений для розроблення певної *мнемотехніки* з метою розвитку пам'яті. Розрізняють механічний (переважно неусвідомлене зубріння), логічний (усвідомлене запам'ятовування за логікою смислових відношень) і мнемотехнічний (головно асоціативний спосіб) способи запам'ятовування. У сучасній риторичній науці М. надає перевагу мнемотехнічному способу як найбільш ефективному. Загалом оратор може використовувати такі прийоми тренування пам'яті: 1) створення асоціативного малюнку тексту на основі образів; 2) заучування напам'ять тексту з подальшим його повторенням про себе чи вголос; 3) багаторазове читання вголос написаного тексту; 4) читання тексту на диктофон з подальшим його прослуховуванням й аналізом власного мовлення; 5) переписування, редагування тексту, усне відтворення тощо. М. повинна забезпечити промовцеві розвиток оперативної пам'яті та змогу швидко відтворювати матеріал.

**Мета промови** – цільове призначення виступу; те, якого результату прагне досягти оратор, зважаючи на *аудиторію*, або яку психологічну реакцію прагне викликати у слухачів. Розрізняють загальну і конкретну М. п. Загальними цілями промови можуть бути такі: поінформувати, переконати (загітувати, надихнути), розважити. Відповідно до мети промови ділять на *розважальні, інформаційні, агітаційні, переконувальні, надихальні*. Загальна мета залежить від типу промови, наприклад мета більшості жанрів *академічного красномовства* – поінформувати слухачів; *політичного, юридичного* – переконати; *соціально-побутового* – розважити чи надихнути тощо. В одному виступі можуть поєднуватися кілька цілей, проте переважає якась одна загальна М. п. Конкретна мета промови – це бажана конкретна реакція слухачів; те, чого оратор прагне домогтися від аудиторії. Таку мету оратор формулює вербально, що дає слухачам змогу зрозуміти зміст донесеної інформації, усвідомити проблему, зосередити увагу на поставлених питаннях. Наприклад: конкретною метою до теми «Уникнення пожеж на Новорічні свята» в рамках *масово-роз'яснювальної роботи* є твердження: «Ми б хотіли, щоб ви запам'ятали головні правила безпечного користування новорічними вогниками, гірляндами, салютами та петардами і дотримувались цих рекомендацій». Специфіку визначення М. п. розглядає перший розділ *класичної риторики* – *інвенція*. Дуже важливо як для оратора, так і для слухача, щоб загальна мета промови була чітко усвідомлена, а конкретна – чітко сформульована, бо ж досягненню мети підпорядковано

весь публічний виступ. Тоді оратор зможе правильно і логічно структурувати свою доповідь, а слухачі стежитимуть за її викладом і буде досягнуто загальний результат. М. п. ораторові варто сформулювати після того, як визначено *тему промови* і враховано специфіку майбутньої аудиторії слухачів за відповідними ознаками. Див *моделювання слухацької аудиторії закон, концептуальний закон*.

**Метафора** (з гр. *μεταφορά* – «перенесення») – вжитий у переносному значенні вираз (*троп*), який ґрунтується на прихованому порівнянні одного предмета чи явища з іншим на основі перенесення ознаки за принципом подібності чи контрасту. Перше визначення М. дав *Аристотель*. М. як інакомовлення переносить властивості одного предмета на інший, створюючи образність. Різновидами М. є *персоніфікація, уособлення, метонімія, синекдоха*. У риторичній практиці М. є одним з найуживаніших тропів. За допомогою М. оратор може передати інформацію, переконати слухачів або навіть назвати явища чи предмети, здійснивши емоційний вплив, адже образність М. розвиває асоціативне в *аудиторії* мислення. Важливим є доречне вживання М., бо ж невмілі чи необережно використані М. можуть зашкодити промовцеві, зробити його текст смішним і недолугим. І навпаки – майстерна М. збагачує мовлення оратора, зміцнює вплив на слухачів. В українськомовному тексті найчастіше зазнають метафоризації за образною подібністю дії та процеси (так звана дієслівна М.), у такому разі М. називаємо «художнім присудком», наприклад: Вогонь пройшовся через усе село. «Хвилі людей покидали домівки. Язик полум'я охопив кожную стріху.

**Методи викладу матеріалу** – способи, за допомогою яких автор може подавати інформацію в тексті. Можливі М. в. м. та особливості їх застосування вивчає другий розділ *класичної риторики* – *диспозиція*. Головними М. в. м. є *дедуктивний* та *індуктивний*. Виокремлюють ще *аналогійний* (компаративістський), *концентричний, стадійний* М. в. м. Вибір М. в. м. залежить від особливостей слухацької *аудиторії*, наявного матеріалу, *мети промови*. Вдало вибраний М. в. м. потрібним чином впливає на розумово-емоційну активність слухачів.

**Метонімія** (з гр. *μετωνυμία* – «перейменування») – *троп*, що ґрунтується на вживанні замість імені предмета чи явища назви іншого предмета чи явища за суміжністю (тісним зв'язком). Уперше М. як троп виокремив давньоримський оратор *Квінтіліан* (I ст. н. е.). М. вважають різновидом *метафори*. Влучне використання М. дає ораторові змогу сфокусувати увагу слухачів на найважливішому слові, зробити його центром фрази. Приклад М.: «ДСНС оголосила (не ДСНС, а її працівники) конкурс на



найкращого рятувальника року. Львів узяв активну участь (не Львів, а львівські рятувальники), подавши списки кандидатів на перемогу».

**Механічні жести** – жести, які не пов'язані зі змістом промови, наприклад, смикання себе за рукав сорочки, потирання кінчика носа, поправлення волосся, одягу, повертання гудзиків, тощо. М. ж. часто свідчать про невпевненість чи хвилювання оратора, заважають виголошенню та сприйняттю промови, відволікають увагу слухачів. Це той різновид жестів, який не варто використовувати, адже жест має уточнювати, пожвавлювати думку, надавати їй емоційності, сприяти кращому сприйняттю змісту промови.

**Мислення** – здатність людини міркувати, зіставляючи явища об'єктивної дійсності та роблячи висновки; здатність думати. Закони М. лежать в основі *риторики* як текстотворчої науки. Причому здатність трансформувати внутрішнє М. у зовнішнє (мовлення) є виявом майстерності оратора, тому в риториці визначальним є вербальне М. (здатність передавати думки словами). Вміння вербально мислити зумовлює логіку тексту.

**Мікротема** – фрагмент змісту промови, найменша складова загальної теми тексту. На мікротеми можна поділити підтеми. На рівні тексту М. виражають абзацом, іноді окремим реченням. У плані промови М. виражені підпунктами. Кожна М. є новою думкою автора й підпорядкована загальній темі, розкриває її. Кількість М. залежить від змістової складності тексту. За М. можна перевірити змістовий зв'язок частин промови та повноту охоплення, розкриття теми, а також визначити, якого матеріалу бракує.

**Міміка** (з гр. *μῖμῆσις* – «наслідувати») – рухи м'язів обличчя, які відображають внутрішній емоційний стан мовця, його настрої і почуття в певний момент. М. вивчає *кінесика*. М. є одним з найдостовірніших каналів передання інформації, бо вона зазвичай мимовільна, рефлекторна. За допомогою М. оратор може передати будь-які почуття (радість, сум, упевненість, гнів, зневагу тощо). Так М. стимулює емоції аудиторії. М. повинна виражати взаємозв'язок думок і почуттів промовця, тобто відповідати характеру сказаного. Здаватиметься дивним, якщо, скажімо, надгробну промову оратор виголошуватиме з постійною усмішкою, хоча усмішка важлива для *вітальної промови* чи навіть для жанрів *академічного красномовства*. Якщо промовець щиро цікавиться тим, про що говорить, і сам процес публічного мовлення приносить йому задоволення, то М. виражатиме це мимовільно (буде природно динамічною) і слухач «прочитає» цю інформацію на обличчі оратора. І навпаки – застигла, статична М. сприятиме емоційному бар'єрові між слухачами та промовцем. Незважаючи на перевагу рефлекторності мімічних рухів, оратор іноді може керувати

власною М., якщо помічає так звані мімічні вади, наприклад, часто зводить до купи брови або ж зморщує лоба. Слухачі не сприймають сердитої чи байдужої М., а дружня і доброзичлива М. сприятиме налагодженню контакту між оратором і аудиторією. Головними мімічними зонами обличчя є вираз очей і рухи брів. Тут спорідненим є поняття *зорового (візуального) контакту* оратора зі слухачами.

**Мітингова промова** – жанр *політичного красномовства*, виступ на суспільно-важливу й гостро актуальну тему перед великою кількістю слухачів (на мітингу, зібранні, демонстрації тощо), який відзначається високим *пафосом* та яскравою *емоційністю*. М. п. часто має агітаційний, закличний характер, бо зазвичай її мета – спонукати слухачів до дій чи змінити їхню думку. Мова тексту цього жанру має бути загальнодоступною, з обов'язковими елементами розмовного мовлення. Риторичні навички та індивідуальний стиль оратора є запорукою успіху М. п. Промовець тут апелює передусім до почуттів *аудиторії*, повинен мати досвід і знання для вдалої *імпровізації*, влучно використовувати можливий арсенал *тропів* та *риторичних фігур*. Особливість М. п. в тому, що слухачі сприймають її переважно безпосередньо («наживо», тут і зараз), тому промовець має використовувати всі можливі вербальні й невербальні канали передання інформації. М. п. зазвичай лаконічна (5–10 хвилин), однак може тривати й довше, але це вже вимагає особливої майстерності від оратора. Бажано не виголошувати М. п. за *конспектом*, бо це зменшує емоційно-експресивний фон виступу. Див. *масовість*.

**Міхновський Микола Іванович** (1873–1924) – видатний український націоналіст, адвокат і політик, громадський діяч і публіцист. Організатор Революційної української партії (РУП) та Української народної партії (УНП), співзасновник Братства Тарасівців, автор маніфестів «Самостійна Україна» та «Десять заповідей», творець нової на той час суспільно-політичної ідеології, яка ставила за мету створення незалежної Української держави. Яскравий політичний і судовий оратор. Особливості його риторики полягали в неординарності твердо націоналістичного світогляду, не популярного і не визнаного на межі ХІХ–ХХ ст. Сміливі виступи М. особливо захоплювали молодь. Як судовий оратор М. проявив себе на «Лубенському процесі» у справі братів Шеметів (діячів українського визвольного руху), а як політичний промовець виступав з *мітинговими* та іншими *агітаційними* й *переконувальними промовами*, пропагуючи самостійність і неподільність України, так що після його виступів слухачі були готові боротися за вільну державу зі зброєю в руках (наприклад, виступи М. 1900 р. на Шевченківських святах у Харкові й Полтаві).

**Мнемозина** – у давньогрецькій міфології богиня пам'яті, дочка Урана (Неба) і Геї (Землі), мати дев'яти муз, народжених від Зевса, покровительок талантів, мистецтв і наук, зокрема й музи красномовства *Каліопи*. За віруваннями давніх греків, у місті Лейбадея був трон і джерело М. (Пам'яті). За Гесіодом, М. знає «про все, що є, було і буде». У молитвах до М., за свідченнями письменника Павсанія, давні греки просили покращити їхню здатність запам'ятовувати те, що чули чи бачили. Іменем М. названо один з найефективніших методів запам'ятовування – мнемотехнічний, див. *мнемотехніка*.

**Мнемоніка** – див. *мнемотехніка*.

**Мнемонічна фраза** – один із прийомів *мнемотехніки*, стійкий умовний вираз, що слугує для запам'ятовування певної інформації. Наприклад: фраза «Кафе «Птах» слугує для запам'ятовування приголосних, перед якими пишемо префікс с-, а не з- («к, ф, п, т, х»); або ж фраза «Мавпа Буф» слугує для запам'ятовування приголосних, після яких в українській мові слід писати апостроф («б, п, в, м, ф») тощо. Також як метод запам'ятовування промови М. ф. можна створити з *ключових слів*, кожне з яких відповідає певній частині тексту.

**Мнемотехніка (мнемоніка)** (з гр. *μνημονικόν* – «мистецтво запам'ятовування») – сукупність прийомів і методів, за допомогою яких можна швидше запам'ятати матеріал на основі створення *асоціацій*. Назва цього способу засвоєння нової інформації походить від імені давньогрецької богині пам'яті, матері дев'яти муз *Мнемозини*. Автором слова «М.», ймовірно, є Піфагор Самоський (VI ст. до н. е.), а перші праці з М. належать *Цицеронові* і *Квінтіліанові* (приблизно 86 – 82 рр. до н. е.). М. вважають однією з найефективніших технік засвоєння нової інформації. Вона дає змогу запам'ятати як основний зміст промови, так й окремі деталі та образність. Володіючи М., оратор вміло використовує власну оперативну пам'ять і властивий йому набір енциклопедичних знань, може легко контролювати всю структуру висловлення, не руйнуючи цілого, і вдало імпровізувати, використовуючи відомості з різних галузей знання. За допомогою мнемотехнічних прийомів можна легко запам'ятати текст великого обсягу або ж таку інформацію, яку, на перший погляд, майже нереально зафіксувати в пам'яті (величезні числові чи хронологічні таблиці, довгі списки телефонних номерів тощо). Мнемотехнічне запам'ятовування складається загалом із чотирьох етапів: кодування в образи, поєднання двох образів, запам'ятовування послідовності, закріплення в пам'яті. Образні асоціації, які передбачає М., мають бути пов'язані з конкретними яскравими звуковими, зоровими образами або ж із сильними відчуттями. Прийоми М.: метод

Цицерона, зорієнтований на просторову уяву (*римська кімната*); запам'ятовування довгих термінів чи іншомовних слів за допомогою співзвучних; утворення смислових фраз (*мнемонічна фраза*) з початкових букв інформації, яку треба запам'ятати; римування тощо. Наприклад: рік початку Нової української літератури 1798 запам'ятовуємо як «за два роки до 1800»; або ж частки, які завжди пишемо через дефіс, запам'ятовуємо, римуючи: «будь-, -небудь, казна-, хтозна-, бозна-».

**Множинне питання** (лат. *plurium interrogationum*) – один з *вивертів у сперечанні* (логічних помилок, *софізмів*), коли опонентів ставлять кілька запитань, по суті, поєднаних в одне ціле, на яке очікують тільки відповіді «так» чи «ні». Наприклад: «Тебе підвищили через підлабузництво чи завдяки родинним зв'язкам?», «Ви приберете кабінет зараз чи потім?».

**Мовленнєва майстерність оратора** – це вміння *оратора* використовувати всі набуті знання, щоб говорити нормативно, доречно, ясно, точно, образно, лексично багато, синтаксично різноманітно, стилістично правильно, переконливо. М. м. о. передбачає мистецьку форму мовного подання матеріалу, а також *виразність*, зрозумілість і змістовність, *чіткість* і логічність, *стилістичність* і *багатство мовлення*, дотримання мовних норм. Неможлива М. м. о. і без правильної вимови, *милословності мовлення*, *чіткої дикції*, урізноманітнення *інтонації*, дотримання правильного *темпу мовлення*, володіння *тембром голосу*, вміння робити і тримати *паузу* (логічну і психологічну), уникнення *монотонності*. Невід'ємною умовою володіння М. м. о. є дотримання *мовленнєвого етикету*. Для досягнення М. м. о. потрібні вроджений хист, наполеглива робота над собою, риторичні та лінгвістичні знання, вміння і навички. М. м. о. набувають із досвідом публічних виступів.

**Мовленнєвий апарат** – див. *Артикуляційний апарат*.

**Мовленнєвий етикет** – застосування системи словесних форм ввічливості, що узвичаєні в певному суспільстві, у конкретних актах спілкування. М. е. – це правила мовної поведінки, які полягають у виборі з усього можливого арсеналу словесних засобів тих лексем, які дозволять висловитися найбільш зрозуміло, тактовно, толерантно, з повагою до слухача. Володіння М. е. виявляє індивідуальний стиль оратора, адже, обираючи потрібну лексему, промовець керується водночас і власними вподобаннями. М. е. полягає не лише в умінні правильно привітатися чи попрощатися, зробити зауваження чи виявити сумнів, подякувати чи зробити комплімент, а й, скажімо, у тому, щоб не перенасичувати текст *професіоналізмами* в аудиторії, яка далека від вашої професії. Дотримання М. е. дає змогу ораторові почуватися впевнено й невимушено, без

дискомфорту чи труднощів у спілкуванні, породжує довіру й повагу аудиторії та забезпечує успіх промови. Без володіння нормами М. е. оратор не зможе досягти *мовленнєвої майстерності*.

**Мовленнєвий закон** – один з семи *законів риторики*, який розвиває в людини вміння трансформувати думку в словесну форму правильно, виразно, багато, точно, образно, стисло, доцільно. М. з. формує вміння володіти *мовленням*. Дотримання М. з. передбачає інтелектуальне (змістовне й логічне) та чуттєве мовлення (вміння підбирати емоційно-експресивну лексику та використовувати *невербальні засоби комунікації*). М. з. є результатом організації мисленнєво-мовленнєвої діяльності людини. Ураховуючи М. з., оратор повинен вчитися володіти грамотним мовленням й опанувати мистецтво живого слова.

**Мовлення** – реалізація мови в дії; використання мовних засобів у *комунікації*; процес спілкування й обміну думками. М. буває внутрішнім (думання мовою, фактично це поєднання М. і *мислення*) та зовнішнім (конкретне говоріння). М. реалізується у двох формах – усній і письмовій. До різновидів зовнішнього М. належать говоріння, аудіювання, письмо і читання. Правильне М. повинно відповідати нормам *літературної мови* й бути точним, доречним, виразним, логічним, змістовним, багатим і чистим. М. в усіх його різновидах стало об'єктом вивчення багатьох наук, зокрема лінгвістики, психолінгвістики, соціолінгвістики, теорії комунікації, лінгвістики тексту, *риторики*, *логіки*, поетики, теорії сценічного мовлення тощо. Найвідоміші дослідники М.: В. фон Гумбольдт, Ф. де Сосюр, О. Потебня та ін. Майстерність оратора багато в чому залежить від рівня володіння М. та вміння трансформувати внутрішнє М. у зовнішнє. Див. *багатство, виразність, точність, ясність, доречність мовлення*.

**Мовна норма** – це система історично зумовлених, суспільно відшліфованих, чітких і загальнообов'язкових правил використання мовних засобів. Наявність чітко окреслених М. н. є основною ознакою *літературної мови*. Знанням про М. н. треба керуватися як у писемному, так і в усному мовленні, тож М. н. визначає зразкове мовлення оратора. Досконале знання та вміння використання М. н. свідчить про *культуру мовлення* оратора та рівень володіння літературною мовою. М. н. – явище відносно стає, яке, однак, зазнає певних змін у процесі історичного розвитку. Для української літературної мови характерні такі М. н.: орфографічні (регулюють правильне написання слів), орфоепічні (вимову слів), акцентуаційні (наголошування), словотвірні (вибір морфем), лексичні (вживання слів у властивому їм значенні в певному контексті), морфологічні (правильне вживання форм слів), синтаксичні (побудову словосполучень і речень), пунктуаційні

(вживання розділових знаків), стилістичні (вживання слів відповідно до їх стилістичного забарвлення). М. н. зафіксовано у словниках, довідниках, правописі, підручниках і посібниках з української мови. Промовець, який не володіє М. н. й постійно порушує їх, не зможе досягти *мовленнєвої майстерності*, а отже, й ораторського успіху.

**Моделювання слухацької аудиторії закон** – один з семи *законів риторики*, який розвиває в ораторові вміння створити «портрет» майбутньої слухацької *аудиторії* на основі вивчення та аналізу індивідуально-особистісних, соціально-демографічних та соціально-психологічних ознак слухачів з метою подальшої ефективної *комунікації*. Стать, вік, національність, освіта, професія, склад сім'ї, політичні вподобання, соціально-психологічні особливості, інтелектуальні можливості, етичні установки, особливості характеру, емоційно-вольові якості, потреби, ставлення до предмета мовлення та самого промовця – це ті ознаки, вивчивши та проаналізувавши які, оратор зможе змоделювати майбутній виступ за реакцією та поведінкою слухацької аудиторії та попрацювати над створенням якнайкомфортнішої психологічної атмосфери на ньому. Деякі з цих ознак (здебільшого індивідуально-особистісні) вивчають у процесі виголошення промови, деякі (соціально-демографічні та соціально-психологічні) досліджують та аналізують попередньо. Цей закон дає ораторові змогу впливати на аудиторію, керувати нею, створити конструктивні стосунки зі слухачами, так щоб емоційно-естетичне та інтелектуально-пізнавальне сприйняття замінило дисциплінарні моменти та подекуди байдужість чи неухважність слухачів. М. с. а. з. є ґрунтом для реалізації *концептуального закону* та створення *стратегічного закону*.

**Моделювання типової думки з питання** – це психологічний прийом, за яким оратор виявляє характерний для певної слухацької *аудиторії* загальний погляд на обговорюване питання, аналізує думку слухачів та висловлює власну позицію. М. т. д. з п. використовують на етапі реалізації *тактичного закону*, коли слухацька аудиторія змодельована (див. *моделювання слухацької аудиторії закон*). М. т. д. з п. – один з методів, завдяки якому можна зацікавити слухачів та спонукати їх до роздумів, адже аудиторія завжди активізується, коли розуміє, що промовець ніби читає її думки.

**Модуляція голосу** (з лат. *modulation* – «розміреність») – зміна *висоти* й забарвлення *голосу*, що сприяє виразності мовлення. М. г. пов'язана з *інтонацією*. Модулюючи голос, оратор зможе правильно розставити *логічні наголоси* в промові і так виділити найважливіше. Щоб справити приємне враження на слухацьку *аудиторію*, М. г. повинна бути природною,

правильною і доречною. Уміння модулювати голос, тобто використовувати різноманіття його *гучності*, демонструє *впевненість у собі* та робить мовлення приємним для сприйняття.

**Монолог** (з гр. *μόνος* – «один» і *λόγος* – «слово», «мовлення») – змістово завершене розгорнуте *мовлення* однієї людини, яке не передбачає мовленнєвого відгуку від слухача. Саме на монологічному публічному мовленні зосереджена увага *класичної риторики*. М. є основним видом усного мовлення для оратора, а спрямованість М. на слухача з метою переконання надає йому в риторичі діалогічного сенсу. М. оратора – це певною мірою прихований діалог, адже добрий промовець завжди бажає одержати відгук у своїх слухачів. Якщо ж промова досить тривала, майстерність оратора виявлятиметься в можливості перевести монологічне мовлення в русло *діалогу*, щоб привернути та втримати увагу слухачів (див. *засоби керування увагою аудиторії*). М. – це той вид мовлення, у якому знаходять вияв усі риторичні знання і вміння промовця: знання розділів *риторики*, володіння її *законами*, вміння поєднати основні категорії риторичі (*пафос, етос, логос, топос*) в одному виступі тощо.

**Монотонність** – статичне, інтонаційно незмінне, одноманітне *мовлення* (на одному тоні). Якщо оратор говорить монотонно, він не змінює *силу, висоту, чи тембр голосу* протягом виступу; інтонаційний малюнок мовлення одноманітний, *модуляція голосу* відсутня. М. є одним з найбільших недоліків промовця. Монотонний виступ слухачі ніколи позитивно не оцінять, адже за таких умов вони навряд чи взагалі слухатимуть. Якщо промовець схильний до монотонного мовлення, він повинен працювати з голосом для усунення цього недоліку.

**Мораль** (з лат. *moralis* – «те, що стосується вподобань») – система цінностей, норм (правил), оцінок, необхідних для етичного співіснування людей. Ще античні теоретики риторичі (*Арістотель, Квінтіліан*) надавали великого значення моральності оратора. Промовець, що володіє М., а отже, має певні цінності в житті й дотримується усталених у суспільстві правил, демонструє *достойність і гідність* перед слухачем, має більше шансів переконати аудиторію, стати авторитетом, прикладом для наслідування. М. є основою одного з ключових понять риторичі – *етосу*. Див. *етика промовця*.

**Навіювання** – один з психологічних методів *впливу* на людей, який полягає в тому, що мовець «заражає» своєю думкою слухачів, «вселяє» інформацію в їхню підсвідомість, а слухачі сприймають її не аналізуючи, не мислячи критично. Н. буває пряме (усвідомлене, безпосередньо спрямоване на конкретну аудиторію й відкрито сформульоване) і непряме (сформульоване непрямо, зреалізоване зазвичай за допомогою натяків, як

елемент маніпулятивних технологій). Для Н. використовують як вербальні, так і *невербальні засоби*. У вербаліці за умов Н. головну роль відіграє форма побудови висловлювання. Оратор використовує Н. для емоційного впливу на аудиторію. Тут великої ваги набуває *модуляція голосу, інтонація, тембр, темп, дикція* тощо. Н. є одним з головних методів впливу на слухачів у *суспільно-політичному, рекламному красномовстві*. Приклад прямого Н.: «Обов'язково проголосуйте за Іваненка Петра Олексійовича як кандидата в мери нашого міста». Приклад непрямого Н.: «Іваненка Петра Олексійовича підтримує більшість громадян нашого міста. Він обов'язково стане мером».

**Наголос** – посилення голосу під час вимови одного зі складів слова та збільшення тривалості його вимови. Йдеться про словесний Н. Порушення вимови наголошування слів знижує авторитет оратора. Перевіряти норми наголошування варто за орфографічним словником. Н. буває також *логічний, емфатичний, фразовий*.

**Надгробна (поховальна, поминальна) промова** – промова, написана й виголошена на честь померлої людини та їй присвячена. Це один з найдавніших жанрів *суспільно-побутового красномовства*. Н. п. зазвичай емоційно-експресивна, супроводжується сумною, навіть трагедійною інтонацією. Н. п. має бути індивідуальною, підсумовувати й узагальнювати життя померлого та його заслуги, нагадувати про особливі риси характеру. Див. *епітафія*.

**Надихальна промова** – це виступ, у якому промовець має на меті надихнути аудиторію, тобто викликати душевне піднесення, налаштувати на позитивний емоційний лад, переконати в чомусь, викликати активну реакцію чи налаштувати на певні дії. Н. п. має бути підвищено емоційна, актуальна, переконлива. Проте нещирість, надмірна емоційність чи сентиментальність можуть зашкодити ораторові. Надихальними можуть бути політичні, суспільно-побутові виступи, *проповіді* тощо.

**Наочності засоби** – предмети, розраховані на зорове сприйняття, які використовують для показу під час промови. Н. з. можуть бути дошка, ілюстрації, карти, діаграми, картини, плакати, портрети, таблиці, графіки, мультимедійні презентації з відео-, фото-, аудіоінформацією, будь-які реальні речі. Н. з. активізують увагу слухачів, лише варто пам'ятати, що використання Н. з. не повинно бути надмірним, щоб не затьмарювати особу промовця, і водночас має бути доречним. Йдеться про предметну наочність. Є ще словесні Н. з. – ними можуть бути *афоризми, приказки та прислів'я, тропи, дієслова візуалізації* тощо.

**Нарада** – це форма ділового спілкування колективу, яку проводять для обміну інформацією, обговорення важливих питань і прийняття спільних



рішень. Більшість учасників наради беруть участь в обговоренні, тому важливими є риторичні навички – публічного виступу та переконання. Н. є невід’ємним елементом робочих буднів, тому риторична вправність потрібна представникам більшості професій для досягнення успіху чи переконання у власній думці. Див. *ділова риторика*.

**Наукова доповідь** – різновид публічного мовлення, який містить розгорнутий виклад певного наукового питання, аналіз, обґрунтування та узагальнення наукових результатів. Н. д. є жанром *академічного красномовства*. Яскравість та змістовність виступу науковця забезпечує йому успіх в науковому товаристві.

**Наукове повідомлення** – стисле повідомлення наукових відкриттів чи виклад результатів наукової роботи щодо розв’язання певної проблеми. Н. п. є жанром *академічного красномовства*.

**Науковий стиль** – різновид мовлення, який використовують для інформування й пізнання у сфері освіти і науки. Н. с. мовлення є основою *академічного красномовства*. Мовлення Н. с. характеризується логічністю і доказовістю, аргументацією і переконливістю, ясністю і точністю, однозначністю й об’єктивністю. Тексти Н. с. чітко структуровані, здебільшого монологічні. Мова цих текстів насичена *термінами, іншомовною лексикою*, синтаксично складна; емоційно-експресивна лексика в ній, як правило, відсутня. Н. с. поділяють на підстили: власне науковий, науково-популярний, науково-навчальний, виробничо-технічний. У цьому стилі, зокрема, мають бути виголошені *наукова доповідь, наукова лекція та наукове повідомлення*.

**Невербальні засоби під час виступу** (з *не-* і лат. *verbum* – «слово») – несловесні способи викладу матеріалу, що супроводжують мовне вираження тексту. Н. з. п. ч. в. є своєрідними комунікативними кодами й охоплюють кінесіку (*жести і рухи*), паралінгвістику (звуковий код – *тембр, гучність голосу* тощо), фізіономіку (*міміку, зовнішність*), *проксеміку* (код простору), окулесіку (візуальний код) тощо. Н. з. п. ч. в., тобто міміка, жести, манера спілкування, *поза*, одяг, мова простору тощо передають *аудиторії* від 60% до 80% інформації про оратора. Н. з. п. ч. в. слугують для підтримання уваги слухачів, додають промові емоційності. Оратор повинен користуватися Н. з., бо нерухомого промовця не сприймають слухачі, а невербаліка додає виступові динаміки. Проте використання Н. з. п. ч. в. варто контролювати, щоб вони були доречними й не надмірними. Водночас невербальна поведінка слухачів дає ораторові змогу визначати реакцію аудиторії на ту чи ту частину виступу й на промову загалом та корегувати свої мисленнево-мовленнєві та невербальні дії.

**Невласне пряма мова** – такий спосіб відтворення чужого мовлення, коли відбувається своєрідне змішання, взаємопроникнення мови автора та прямої (чужої) мови. Н. п. м. виглядає як внутрішнє мовлення, застосовується в художньому стилі для передачі внутрішнього світу героїв. Н. п. м. стилістично наближається до прямої, а оформлюється як авторська, без додаткової особливої пунктуації. Наприклад: «Петро розумів, що він має повідомити Іринку про небезпеку. Але як йому це зробити? Де її зараз знайти? Хіба він не чоловік? Щось обов'язково придумає».

**Недоведена основа доказу** – логічна помилка, за якої для доведення тези використовують такі *аргументи*, які самі потребують доведення. Н. о. д. може бути зумовлена первинно помилковою *тезою*, що провокує помилкову аргументацію й нелогічний висновок; наприклад: «в усіх вогнегасниках вода» (теза), «у вогнегаснику в нашій аудиторії вода» (висновок). За таких умов, як бачимо, аргументації може не бути взагалі.

**Недоречною гумору прийом** – один з *вивертів у сперечанні (софізмів)*, коли для того, щоб приховати брак власних *аргументів* або відвести увагу аудиторії від раціонального аргументу суперника, розмову звертають на певну гумористичну ситуацію. Наприклад: «Висловлювання мого опонента нагадало мені одну історію, як колись...».

**Неологізм** (з гр. *νέος* – «новий», *λόγος* – «слово») – нове слово, що тільки входить у вжиток чи стає частиною активного словника мовців. Володіння Н. підвищує авторитет оратора. Є також авторські Н. – нові слова, які творить автор (у літературі – письменник), іноді навіть творчим поєднанням відомих лексем. Чимало давніх відомих промовців самі були творцями неологізмів (наприклад, *Сенека*). Авторські Н. стають одним з елементів вияву власної ораторської манери, додають різнобарвності його мовленню, проте не варто перенасичувати свою мову Н., щоб слухачі ефективно сприймали виступ.

**Неориторика** (нова риторика) – це другий етап у розвитку риторичної науки, що в 60-х рр. ХХ ст. прийшов на зміну першому етапові – *класичній риторичі*. В основі Н. лежать принципи класичної риторики з оновленими методами та врахуванням досягнень найновіших гуманітарних наук. Розвиток Н. розпочався з праці бельгійських учених Х. Перельмана та Л. Олбрехт-Титеки «Нова риторика: Трактат про аргументацію» (1958 р.). Відтак Н. розвинулась як наука про пошук найпереконливіших *аргументів* та найвдаліших варіантів висловлювання. Як і класична риторика, Н. зберігає вчення про етапи підготовки промови, структуру тексту, націленість на аудиторію, пошук контакту з нею, виразність мовлення та його аналіз тощо. Проте Н. широко адаптовує на своєму ґрунті досягнення сучасних

гуманітарних наук: лінгвістики тексту, семіотики, герменевтики, психолінгвістики, теорії мовленнєвої комунікації тощо. Н. розглядає риторичну як теорію й майстерність публічного виступу і водночас як ефективну комунікацію в будь-якій галузі життєдіяльності. Н. умовно поділяють на аргументативну (вивчає найкращі варіанти аргументації в ораторському виступі, її представляють Х. Перельман, Л. Олбрехт-Титека, С. Тулмін, Д. Уолтон, І. Гарасимова та ін.) та лінгвістичну (вивчає засоби виразності та переконливості в мовленні, є риторикою тексту, представники – Р. Барт, У. Еко, Ю. Лотман та ін.).

**Непряма мова** – спосіб відтворення чужого мовлення не дослівно, коли основний зміст передано, а індивідуальні авторські характеристики мовлення (форма, *інтонація*) не збережено. У текст Н. м. вводять переважно в формі підрядного речення. У Н. м. порівняно з прямою мовою видозміни набувають особові дієслова і займенники. Наприклад: «Міністр освіти України пообіцяв, що незабаром відбудуться зміни в системі роботи вищої школи».

**Низький стиль** – згідно з ученням про три стилі, розробленим в Античності та підтриманим в епоху Відродження і бароко, один з трьох традиційних стилів, для якого властиві простота мовлення, переважна відсутність тропів, знижена емоційність. У риторичній Н. с. стосувався переважно буденного мовлення про неважливі справи, передбачав відхилення від норми, проте не ототожнювався з *вulgарною лексикою*. Див. *високий стиль, середній стиль*.

**Обвинувачувальна промова** – Див. *прокурорська промова*.

**Обґрунтування** – процес підбору переконливих і достатніх *аргументів*, фактів для доведення висунутих положень (*тези*). Брак О. часто призводить до *логічних помилок*.

**Образ оратора** – те, яким постає промовець у свідомості слухачів і який ораторський автопортрет він створює. Поняття «О. о.» було одним із визначальних в риторичній Давньої Греції та Риму (*Арістотель, Цицерон*). Стрижнем О. о. в античній риторичній була категорія *етосу* (моральний кодекс). О. о. формується на основі зовнішнього вигляду, манери поведінки, індивідуальних, особистісних рис промовця, ставлення оратора до предмета промови і до слухачів, мовленнєвої майстерності тощо. Найпозитивніший О. о. формує *риторичний ідеал*. О. о. впливає на те, як сприйматимуть промовця та його виступ слухачі. Див. *імідж оратора*.

**Образність мовлення оратора** – це наявність у виступі яскравих художніх образів картин, що передають певні поняття. О. м. о. забезпечується передусім використанням *тропів* і передбачає переносне

значення слів. Образність апелює до емоційної сфери, урізноманітнює промову, надає їй виразності, підтримує увагу й зацікавлює слухачів. В основі риторики як науки про пишне мовлення лежить образність.

**«Огуда альтернативи»** – один з *вивертів у сперечанні* (логічних помилок, *софізмів*), за якого щось оголошують правильним (позитивним, раціональним тощо) тільки на основі заперечення правильності, огуди альтернатив цього явища. Наприклад: «Транспортна інфраструктура Львова чудова. Порівняймо хоча б з Тернополем чи Житомиром – там усе набагато гірше» (що само по собі не свідчить про хорошу інфраструктуру у Львові).

**Опис** – це такий функціональний тип мовлення або *тип викладу матеріалу*, який полягає у виокремленні ознак, характерних для описуваного предмета, явища природи, людини тощо. Головне завдання О.: слухач має чітко уявити образ предмета. Залежно від об'єкта буває О. пейзажний, інтер'єрний, портретний, О. людини, предмета чи явища. Крім того, О. буває розгорнутим і стислим, об'єктивним і суб'єктивним, загальним і конкретним, статичним і динамічним, аналітичним і синтетичним. Незалежно від типу О. повинен містити загальне враження про об'єкт, опис деталей і, як наслідок, сформувати образ об'єкта у свідомості слухача. Це той тип викладу матеріалу, який передбачає численне використання *стилістичних фігур, тропів*. Головна роль О. – виокремити ознаки, особливості, частини, специфіку предмета виступу.

**Опонент** (з лат. *opponens* – «той, що заперечує») – особа, що заперечує в публічній бесіді висунуту *тезу* іншої людини, тим самим стаючи учасником *суперечки*, інакодумним до *пропонента*, антагоністом. Особи О. та пропонента обов'язкові в *еристиці* (риториці суперечки), тому важливо вміти бути конструктивним О. Офіційний О. публічно опонує, тобто виступає на захисті дисертації на здобуття наукового ступеня, аналізуючи плюси й мінуси наукової роботи. Таке публічне мовлення вимагає від О. риторичних знань, умінь і навичок.

**Оратор** (з лат. *oro* – «говорю») – особа, яка виголошує публічні промови і володіє *красномовством* (по-мистецьки вправно виступає перед аудиторією); те саме, що *промовець*. Ораторська мова публічна, тому тут особливо виявляється риторична майстерність. Адвокат, політик, педагог, журналіст тощо можуть зазнати професійної невдачі й не досягти успіху, якщо є невдалими О., не володіють даром красномовства. Щоб стати успішним О., треба наполегливо здобувати риторичні знання, уміння й навички.

**Ораторська майстерність** – уміння успішно виступати перед *аудиторією*. О. м. може бути вроджена, проте її можна й набути з досвідом.

О. м. передбачає вміння природно володіти собою, бездоганно володіти матеріалом, створювати індивідуальний, харизматичний образ оратора. Грамотна мова, великий словниковий запас, логічне структурування тексту, впливова техніка мовлення, вміння контактувати з аудиторією, невербально поводитися та зовнішньо виглядати відповідно до ситуації – це одні з основних чинників О. м. Володіння О. м. дозволяє промовцеві досягнути поставленої мети. Оволодіти О. м. допоможуть знання з риторики, психології, етики, культури мови тощо та наполегливе, цілеспрямоване застосування цих знань на практиці.

**Ораторська ситуація** – сукупність умов, що формують публічне мовлення. Йдеться про наявність суб'єкта такого мовлення (*оратора*), об'єкта (*аудиторію*, певну кількість слухачів) та сам предмет мовлення (зазвичай це промова на певну тему).

**Ораторське мистецтво** – див. *ораторська майстерність*.

**Ораторські здібності** – сукупність індивідуальних рис людини, що забезпечують їй успіх у побудові та виголошенні промови. О. з. є запорукою досягнення *ораторської майстерності*. О. з. вроджені, проте потребують розвитку. О. з. можна набути завдяки цілеспрямованій праці, знанням, умінням і навичкам. О. з. визначаються світоглядно-інтелектуальним рівнем промовця та його психофізіологічними особливостями. Ефективність публічного мовлення залежить від О. з. мовця. О. з. має та людина, якій вдається успішно виступати перед аудиторією.

**Оріген** (бл. 185 – бл. 245) – давньогрецький філософ і богослов, представник християнського красномовства (*гомилетики*). Народився в Александрії в сім'ї християнина. Приблизно з 18 років стає вчителем катехизису в Александрійській школі. До того вже мав досвід приватних уроків з риторики і граматики. В основі гомилетики О. лежить філософське осмислення і трактування Біблії. О. був майстром промов на релігійну тематику. За християнство віддав своє життя його батько Леонід, залишивши на забезпечення неповнолітньому О. матір та шестеро братів і сестер. О. також зазнав переслідувань за віру і помер після катувань у похилому віці. Автор великої кількості творів, зокрема богословських та етичних трактатів, коментарів до всіх книг Святого Письма. Збереглася також його *апологія* «Проти Кельса» у восьми книгах, у якій О. викриває нападки філософа Кельса на християнство.

**Основна частина промови** – див. *Головна частина промови*.

**Острозька академія** – один з найдавніших навчальних закладів в Україні. О. а. заснував 1576 р. князь Костянтин Острозький. Проіснувала до 1634 р. Хоч О. а. офіційно не мала статусу вищого навчального закладу,

викладання в ній відбувалося за зразком європейських вищих шкіл. З О. а. пов'язана діяльність видатних науковців і викладачів того часу. Викладали в О. а. церковнослов'янською, українською, грецькою та латинською мовами. В академії вивчали також сім вільних наук: дисципліни тривіуму (діалектика, риторика, граматики) та квадрівіуму (арифметика, геометрія, астрономія, музика). Окрім них, були й інші предмети. Розвиток риторики в Україні пов'язаний з діяльністю О. а., оскільки там її викладали як наукову дисципліну. В академії працювали такі видатні оратори та полемісти, як *І. Вишенський, Г. Смотрицький, М. Смотрицький* та ін.

**Отруєної криниці прийом** – один з *вивертів у сперечанні* (логічних помилок, *софізмів*), коли тому, хто наважиться заперечити позицію сперечальника, задалегідь приписують неприємні риси. Наприклад: «Тільки дурень не погодиться з тим, що...».

**Офіційно-діловий стиль** – функціональний різновид мовлення, який обслуговує сферу суспільно-правових відносин. О.-д. с. часто ототожнюють з мовою документів. О.-д. с. передбачає правильне мовне оформлення й використовується для спілкування в державному, політичному, громадському та господарському житті. Ознаки мови О.-д. с.: стандартизованість (сталі звороти), однотипність виразів, вживання спеціальної термінології, точність, змістовність, однозначність, структурна чіткість, інформативність, *лаконічність*, наявність *канцеляризмів* і відсутність емоційно забарвленої тощо. Підстилі О.-д. с.: законодавчий, дипломатичний, юридичний, адміністративно-канцелярський.

**Паблік рилейшнз** (з англ. *public relations* – «зв'язки з громадськістю») – див. *зв'язки з громадськістю*.

**Пам'ять** – це комплекс пізнавальних здібностей і психічних процесів, які відповідають за накопичення, закріплення, збереження й відтворення інформації. Для досягнення *ораторської майстерності* треба розвивати і тренувати свою пам'ять. Для цього є безліч вправ і прийомів *запам'ятовування*. Способи запам'ятовування промови вивчає такий розділ риторики, як *меморія*. Див. *мнемотехніка*.

**Паралогізм** (з гр. *παράλογισμός* – «помилковий висновок») – ненавмисна Л. п., пов'язана з порушенням законів і правил *логіки* через незнання. Помилка у П. полягає не в неправильності змісту, а в тому, що форма висновку не відповідає правилам логіки. П. відрізняється від *софізму* тим, що його припускаються ненавмисно.

**Парламентська промова** – публічний виступ у парламенті, метою якого є переконати слухачів у необхідності чи користі певних ідей, дій тощо (або навпаки, у їх шкоді чи небажаності). Це один з жанрів *політичного*

*красномовства*, різновид *політичної промови*. Особливості П. п.: логічна *аргументація*, оригінальність пропозицій, *емоційність*, дотримання особливого *мовленнєвого етикету* (використання усталених парламентських етикетних формул).

**Пауза дихальна** – коротка перерва в процесі *мовлення*, яку роблять для вдиху повітря. Вміння правильно дихати, а отже й використовувати П. д., сприяє виразному мовленню, впливає на *темп*, *гучність*, плавність мовлення.

**Пауза логічна** – це коротка зупинка, яка інтонаційно відділяє один мовленнєвий такт від іншого, надаючи висловлюванню відповідного змісту. Розрізняють інтонаційно-логічну (пауза лише інтонаційна) та синтаксично-логічну (пауза, зумовлена розділовим знаком) паузу. П. л. формує зміст фрази, тому іноді зміна місця П. л. може кардинально змінити смисл сказаного або й спотворити його. П. л. слугує для виразності мовлення. Приклад П. л.: «Більшість громадян України / довіряє працівникам Державної служби надзвичайних ситуацій, / віддаючи належне їхній саможертвості».

**Пауза психологічна** – це зупинка в процесі мовлення, яка слугує для розкриття підтексту промови та емоційного навантаження думки; час, який *промовець* виділяє слухачській *аудиторії* для осмислення певного положення чи питання. П. п. можна ставити в будь-якому місці промови, щоб передати авторський, внутрішній, психологічний зміст тексту і сконцентрувати увагу слухачів на певній частині висловлювання. П. п. може оживити промову, надати їй інтонаційно-логічної виразності, *експресивності*. П. п. може збігатися з *паузою логічною*, за такого збігу пауза в тексті подовжена в часі.

**Пауза фразова** – рядковий знак партитури, який слугує для поділу тексту на певні логічні фрагменти. Ф. п. бувають короткі (на один такт), середні (на два такти) і довгі (на три такти). П. ф. допомагає ораторові подати текст інтонаційно та логічно правильно.

**Пафос** (з гр. *πάθος* – «відчуття», «емоція», «пристрасть», «наснага») – одна з основних категорій *класичної риторики*, яка відповідає за емоційне наповнення промови. *Арістотель* у IV ст. до н. е. дав визначення П. як риторичного поняття. П. виражається в манері та стилі викладу матеріалу, які передбачають відповідні до авторського погляду *емоції*. П. вважають будь-які засоби чи аргументи, що апелюють до емоцій *аудиторії*. Для створення П. використовують *інтонацію*, *міміку*, *жести*, *гумор*, заклики, вигуки. Без пафосного наповнення промова беземоційна, нецікава, не знаходить відгуку у слухачів.

**Переговори** – це форма колективного обговорення питань, взаємного спілкування, яке слугує для взаємодії між людьми, інформування та досягнення спільних рішень. Це жанр *ділової риторики*, який вимагає особливого вміння переконувати й логічно аргументувати власну позицію для досягнення успіху.

**Переконання** – це спосіб *впливу* на слухачів з використанням системи логічних та емоційних (психологічних) *аргументів* для того, щоб довести слухачам свою думку, сформувавши в них нові погляди. *Аристотель* вважав, що риторика – це наука про П., вона навчає знаходити способи П. в кожній окремій ситуації. П. є важливою складовою мистецтва публічного виступу.

**Переконувальна промова** – публічний виступ з метою переконати слухачів, довести або спростувати якусь думку за допомогою логічних *аргументів* і водночас вплинути на *емоції* та почуття *аудиторії*.

**Перельман Хаїм** (1912–1984) – бельгійський учений у сфері соціальних наук, доктор права (1934), доктор філософії та математики (1938), професор логіки та метафізики (1944), наймолодший професор в історії Вільного університету в Брюсселі, автор поняття «нова риторика (*неориторика*)», провідний теоретик *аргументації* ХХ ст. Був головою Брюссельської школи неориторики (1950-і рр.). Його праці «Філософія і риторика» (1952), «Нова риторика: Трактат з аргументації» (1958) започаткували новий етап у розвитку риторичної науки після *класичної риторики*. В останньому творі, написаному у співавторстві з Л. Олбрехт-Титекою, означено поняття «неориторика» як теорія аргументації, тому риторика П. називають аргументативною.

**Переходу на особистості прийом** (лат. *ad personam*) – прийом психологічної маніпуляції, коли, замість аргументувати власну думку щодо предмета обговорення, розмову переводять на особистість *опонента*, вказуючи на його недоліки. П. н. о. п. часто застосовують у *суперечках*, *демагогії*. П. н. о. п. порушує *логіку*, не є коректним, адже негативний образ опонента, який створюють за його допомогою, не означає автоматично, що погляди суперника є помилковими. Див. *аргумент до особи*.

**Перікл** (бл. 490 р. – 429 рдо н. е.) – один з найвідоміших давньогрецьких політичних ораторів, батько афінської демократії, визначний полководець і стратег. Походив із сім'ї аристократів, навчався *красномовства* у філософів Зенона та Анаксагора. 40 років правив Афінами. За його дар переконувати словом (сформований завдяки вродженим здібностям, знанням і праці над собою) П. порівнювали з Зевсом і називали «Олімпійцем». У той час промови не записували, тому нам не відомі тексти виступів П. Але збережено спогади Плутарха про ораторську майстерність



П., *Арістотель* у «Риторичі» згадує кілька афористичних висловів П., Фулідід в «Історії» зображає П. як оратора, який виголошує три промови про афінську демократію. Особливий дар переконання П. підтверджує, зокрема, такий випадок: коли Афіни програли в Пелопоннеській війні та втратили багато молоді, П. так виголосив *надгробну промову* на честь полеглих юнаків перед їх матерями, що ті пронесли його на руках через усі Афіни. Бути правильним політичним стратегом П. допомагав і ораторський талант, тому історичний період його життя називають «Золоте століття П.», або «Золота доба Афін».

**Персоніфікація** (з лат. *persona* – «особа» і *facio* – «роблю») – *троп*, що ґрунтується на перенесенні ознак з особи на предмет або явище, коли неживе виконує дію живого (діє, як людина), олюднюється, одухотворюється. Різновид *метафори*. Наприклад: «Цього року океан проковтнув кілька кораблів». П. активізує й збагачує уяву слухачів, збуджує *емоції*. Важливо, щоб П. була доречною. У риторичі П. часто ототожнюють із *уособленням*.

**Питання риторичне** – див. *запитання риторичне*.

**Підготовка промови** – процес проходження відповідних етапів, потрібних для того, щоб підготувати публічний виступ. У сучасній риторичній науці підготовка промови включає такі етапи: 1) вибір теми і визначення цільового призначення виступу; 2) складання плану; 3) збирання матеріалу, карткування; 4) запис і розмітка тексту знаками партитури; 5) репетиція (виголошення) і запам'ятовування тексту, зважаючи на логічні та емоційні засади промови.

**Підмазування аргументів прийом** – маніпулятивний прийом, який апелює до самолюбства співрозмовника; під час П. а. п. як *аргументацію* застосовують похвалу, *комплімент* з метою зворушити суперника і так схилити його на свій бік. Часто застосовують у *сперечці*. П. а. п. вважають одним зі слабких прийомів, бо він є своєрідними лестощами, які необов'язково передбачають логічну *аргументацію*. Наприклад: «Я вам можу це сказати, бо лише розумна людина це зрозуміє» або «Ви як провідний фахівець у своїй сфері маєте зрозуміти, що...».

**Підміни тези прийом** – *логічна помилка* чи *виверт у сперечанні*, який трапляється тоді, коли промовець замість заявленої *тези* обґрунтовує іншу, вужчу чи ширшу за значенням від попередньої. П. т. п. частий у тих ситуаціях, коли оратор недостатньо володіє матеріалом або надмірно захоплений виступом; як наслідок, губиться стрижень міркувань: не довівши попередньої тези, промовець переходить до іншої.

**Підтема** – це частина однієї загальної *теми* тексту. Залежно від змісту промови її *тему* можна поділити на певну кількість П. Звідси скласти *план промови* означає виділити в обраній темі окремі П. та зафіксувати їх. Граматично П. охоплює абзац або декілька абзаців. Вибір конкретних П. у межах певної теми залежить від *мети промови* та особливостей і потреб *аудиторії*. Влучний підбір П. дасть змогу якнайдетальніше висвітлити загальну тему виступу, не пропустити найважливішого.

**План промови** – перелік питань (проблем, суджень тощо), які розглядатиме оратор у промові; програма виступу за пунктами. П. п. допомагає логічно, послідовно розташувати думки. Попередній П. п. відразу після вибору *теми виступу* і означення його *мети*. Під час роботи над матеріалом П. п. видозмінюється, конкретизується. Як наслідок, *план робочий* оформлюється в основний, який може під час виголошення промови відігравати роль *конспекту*. Виділяють також *простий, складний, цитатний план*.

**План простий** – різновид основного *плану промови*, складений як перелік пунктів, що стосуються зазвичай *головної частини* публічного виступу й мовленнєво оформлені як словосполучення чи непоширені короткі речення.

**План робочий** – такий тип *плану*, який видозмінюється в процесі роботи над матеріалом до промови. Оратор складає його для власної зручності під час праці над майбутнім текстом, тому цей вид плану не обов'язково повинен мати форму досконалих, закінчених речень. Пункти П. р. промовець формулює на свій смак, розташовуючи матеріал у певній послідовності, визначаючи *підтеми*, фіксуючи приклади, факти, цифри тощо. Це найрозгорнутіший різновид плану, що допомагає корегувати тематичні блоки у процесі підготовки і є ґрунтом для складання основного плану.

**План складний** – різновид основного *плану*, складений як перелік пунктів, що стосуються не лише *головної частини*, а й зазвичай *вступу* і *висновків* (усієї *композиції промови*) і мовленнєво оформлений як доповнення *плану простого* додатковою інформацією чи розширенням структури речень.

**План цитатний** – різновид основного *плану промови*, у якому пункти оформлені як цитати (з різних джерел), а тому подані в лапках.

**Платон** (427 – бл. 347 р. до н. е.) – один з найвідоміших давньогрецьких філософів, учень *Сократа*, теоретик *красномовства*, філософський критик софістичної риторики. П. навчався риторики в афінянина Діонісія. Під впливом *Сократа* П. серед усіх видів мистецтва й науки надав перевагу філософії, тому й риторику розглядав крізь призму цієї дисципліни й уважав, що *красномовство* без філософії нічого не варте.

Діалоги Сократа П. відтворив письмово, цим започаткувавши жанр діалогічної прози. П. заснував школу (академію) в Афінах, де мали навчати найбільших мудреців – майбутніх керівників держави. У Платоновій академії панував культ живого, усного слова. У риторичі П. порушив низку теоретичних питань. Зокрема, на думку П., головне в риторичі – якнайповніше знання об'єкта мовлення, а це зумовлює побудову промови як пошуку істини; ораторові варто зважати на психологію та емоційний стан слухачів і добре розумітися на особливостях кожного з видів красномовства для того, щоб якнайефективніше вплинути на *аудиторію*. П. висловив власні міркування щодо структури виступу, на думку вченого, промова має складатися з вступу, викладу і свідчень, доказів, правдоподібних висновків. Роздуми про риторичу в діалогах П. пов'язані з поняттями «держава» та «влада», що зумовлено історично, адже ідея тоталітаризму в Афінах прийшла на зміну демократії, тож красномовство П. розглядав як джерело влади. П. порушив теоретичні питання риторичи в діалогах «Федр», «Горгій». Найвідомішим учнем П. став *Арістотель*.

**Плеоназм** (з гр. *πλεονασμός* – «надмірність», «надлишок») – мовленнєва надмірність, уживання зайвих слів, які не додають повідомленню ніякої нової інформації; *багатослів'я*. Наприклад: інформаційне повідомлення, взаємна співпраця, продовжувати далі, інтерактивна взаємодія, репрезентативна представленість та ін. П. може бути виявленим як у межах речення, так і поширюватися на цілий текст (коли в різних реченнях висловлено той самий зміст). П. здебільшого ненавмисні, зумовлені незнанням або неувагою до змісту слів, однак П. іноді вживають зі стилістичною метою, щоб привернути увагу слухачів до того, про що йдеться.

**Побудова доказу на неправильних поглядах** – *логічна помилка*, яка полягає в тому, що логічної *аргументації* до заявленої *тези* мовець не наводить, бо таких доказів не існує у зв'язку з неправильністю тези. Наприклад: «Варто скасувати професію рятівника, бо вона не важлива для суспільства». Іноді цю логічну помилку ототожнюють з *підміни тези прийомом*.

**Поза оратора** – положення тіла мовця під час виступу. Належить до *невербальних засобів спілкування* й демонструє *аудиторії* особисті риси оратора та його індивідуальний стиль. П. о. не повинна бути статичною, але й не має бути надміру динамічною, хоча все залежить від ситуації мовлення. Найкраще сприймається легка, природна, в міру рухлива, впевнена П. о. Найголовніше, щоб вона була комфортною для промовця. Протягом промови П. о. варто змінювати. Найвільніша початкова П. о.: пряма постава,

випрямлені плечі, одна нога на півступні перед іншою, щоб корпус був злегка нахилений уперед (тоді легше дихання і чистіше звучання голосу).

**Полеміка** (з гр. *πολεμικά* – «воєнне мистецтво» від *πολέμιος* – «воєнний», «ворожий») – різновид *суперечки*, у якій кожна зі сторін прагне відстояти власний, принципово протилежний від інших погляд. На відміну від *дискусії*, метою П. є утвердження однієї точки зору як правильної. У риторичі особливості ведення П. вивчає *еристика*.

**Полемічний прийом** – прийом (зазвичай мовленнєвий), який застосовують для перемоги в *полеміці*. До П. п. належать використання *гумору, іронії, сарказму, доведення до абсурду аргументів опонента, бумеранга прийом, атака запитаннями* тощо.

**Полілог** – форма мовлення, у якій беруть участь декілька осіб (більше ніж дві) задля обміну думками, презентації та *аргументації* власних поглядів. У формі П. відбуваються збори, *бесіди, наради, дискусії* тощо.

**Політична промова** – наперед підготований виступ інформаційного, агітаційного чи іншого характеру на соціально-політичну чи політико-економічну тему. Це один з найдавніших *жанрів красномовства*, головний жанр політичної риторичі. Ознаки П. п.: *гострополітичність, оцінний характер, аргументованість, накреслення перспектив, емоційність*. Античними майстрами П. п. були, зокрема, *Демосфен, Цицерон*. П. п. залежно від сфери використання поділяють на *мітингову й парламентську*. У П. п. завжди презентують якусь ідею. П. п. розраховані на живе виголошення та сприйняття, хоча часто такі промови фіксують письмово, передруковуючи чи поширюючи в Інтернеті. Для досягнення успіху політичний промовець повинен володіти *ораторським мистецтвом*.

**Політичне красномовство** – один з *видів красномовства*, виступи ораторів на політичну чи соціально-економічну тему, які презентують ідеї, погляди та інтереси певної політичної сили. Це один з найдавніших видів красномовства, батьківщиною якого є Давня Греція. Представниками П. к. були багато ораторів Давньої Греції та Риму, зокрема *Демосфен, Перікл, Цицерон* та ін. П. к. є засобом боротьби за владу чи регулювання суспільних відносин. Ті, хто висловлюється у жанрах П. к., мають добре володіти словом, бо тут культивується живе, образне, емоційно-експресивне мовлення, тож для досягнення успіху варто ретельно вивчати *елокуцію* як розділ риторичі, особливо *елоквенцію* як підрозділ, який вивчає прикрашальні можливості мовлення. Жанри П. к.: *політична промова (мітингова, парламентська), політичні дебати, доповідь, огляд, бесіда, дискусія*.

**Поминальна промова** – див. *надгробна промова*.

**Порівняння** – *троп*, який полягає в поясненні одного явища через інше, подібне до нього так, щоб потрібна авторові риса проступала досить яскраво. П. – один з найпростіших і найпоширеніших тропів, який допомагає промовцеві сконцентрувати увагу слухачів на найхарактернішому і найважливішому, виявити власне ставлення до предмета обговорення. П. активізує пам'ять й увагу слухачів, увиразнює мовлення. Невдале П. може викликати недовіру в аудиторії, тоді як доречно стане додатковим доказом думки промовця, підсилить *аргументацію*. Граматично П. виражають за допомогою порівняльних сполучників як, мов, наче, неначе, неначебто, немовбито, нібито та ін. або ж слів схожий, подібний і т. д. Наприклад: «У Львові відчуваєш себе так, наче блукаєш подвір'ям стародавнього замку й казково торкаєшся минулого». Порівняльні сполучники чи слова-зв'язки можна не вживати. Таке П. наближатиметься до *метафори*, наприклад: «Львів – стародавній казковий замок».

**Поспішне узагальнення** (*secundum quid*) – один з *вивертів у сперечанні* (логічних помилок, *софізмів*), коли узагальнення роблять на основі нечисленної або нерепрезентативної інформації. Наприклад: «Сьогодні мене образив таксист. Усі таксисти – такі грубіяни».

**Похвальна промова** – див. *епідейктична промова*.

**Правильність мовлення** – відповідність мовлення нормам *літературної мови*. Є основою *культури мовлення* та однією з головних ознак зразкового мовлення. Оратор, який не дотримується правильності в мовленні, не досягне *ораторської майстерності*.

**Презентація мультимедійна** – це спосіб візуального представлення інформації у вигляді слайдів, які проєктують на екран за допомогою мультимедійного обладнання. Слайди можуть містити текстові матеріали, таблиці, схеми, графіки, фотографії, малюнки, анімації, аудіосупровід, відеофрагменти, дикторський супровід. П. м. є одним із засобів привернення уваги аудиторії, бо викликає інтерес і водночас полегшує сприйняття й запам'ятовування інформації. Для досягнення бажаного ефекту М. п. має бути зроблена правильно, доцільно, цікаво, логічно, без мовних огріхів. Типовими помилками, які роблять при створенні М. п., є надмір тексту на слайдах, одноманітність, занадто яскраве тло, надто велика кількість слайдів тощо. М. п. має бути виконана так, щоб сприяти досягненню *мети промови*, а не перешкоджати йому.

**Прес-конференція** – один зі способів спілкування з громадськістю через засоби масової інформації; захід, на якому повідомляють про якусь подію, інформують про щось нове, суспільно важливе, коментують дискусійні питання чи просто налагоджують співпрацю з мас-медіа. П.-к. –

одна з найрозповсюдженіших форм спілкування установ, організацій, публічних осіб зі ЗМІ. П.-к. проводять на заздалегідь визначену тему за чітким сценарієм. Зазвичай на П.-к. організатори викладають власну позицію та відповідають на запитання журналістів. За допомогою П.-к. провадять своєрідний «живий» діалог з громадськістю через ЗМІ. Веде П.-к. особа, відповідальна за зв'язки з громадськістю в установі. П.-к. передбачає попереднє запрошення для мас-медіа (зазвичай у вигляді прес-релізу; не пізніше як за тиждень до проведення). П.-к. – важливий спосіб продемонструвати громадськості особливості функціонування та діяльності тої чи тої організації, установи, підрозділу тощо.

**Привітальна промова** – див. *вітальна промова*.

**Проблемного ведення (викладу) матеріалу прийом** – спосіб подання матеріалу, за якого оратор створює проблемну ситуацію, використовує проблемне запитання, дискусійну інформацію чи таку, що спонукає до роздумів. Цей прийом активізовує увагу слухачів та їхню мисленнево-мовленнєву діяльність і є одним з прийомів налагодження *контакту з аудиторією* та організації діалогу між промовцем і слухачами.

**Прокопович Феофан** (1681–1736) – український церковний і громадський діяч епохи бароко, філософ, учений, письменник, інтелектуал і поліглот, найвидатніший український оратор і теоретик риторики початку XVIII ст. Навчався в *Києво-Могилянському* колегіумі, у Володимир-Волинському уніатському колегіумі (Польща), у Римській католицькій академії святого Афанасія (Ватикан). Названий при народженні іменем Єлеазар чи Єлисей, одержав ім'я Феофан від київського митрополита Варлаама Ясинського, за сприяння якого і став викладачем риторики, піітики і філософії у *Києво-Могилянському* колегіумі (1705–1706 рр.), а потім проректором і зрештою ректором цього навчального закладу. Тут П. 1706 р. створює підручник з риторики «Про риторичне мистецтво» (латинською мовою) за курсом своїх лекцій. Він складається з десяти книг, які містять теорію і практику ораторського мистецтва, базовану на вченні *Арістотеля* й по-новому осмислену. Назви книг цього підручника свідчать про загальний зміст риторичної науки за П.: Книга I. Загальні вступні настанови; Книга II. Про підбір доказів і про ампліфікацію; Книга III. Про розташування матеріалу; Книга IV. Про мовностилістичне оформлення; Книга V. Про трактування почуттів; Книга VI. Про метод писання історії і про листи; Книга VII. Про судовий і дорадчий рід промов; Книга VIII. Про епідейктичний, або прикрашувальний, рід промови; Книга IX. Дещо про священне красномовство; Книга X. Про пам'ять і виголошування. У вступі до підручника П. акцентує на тому, що книга призначена для навчання молоді, і

називає риторичну «царицею душ», «княгинією мистецтв». Особливістю риторичної теорії П. було те, що він підпорядковував красномовство національним потребам. П. – представник похвального, *церковного* та *академічного красномовства*. Завдяки блискучому ораторському хистові П. досягнув значних успіхів у політичній кар'єрі, став наближеною особою до Петра I, який високо оцінив похвальну промову П. на власну честь. П. також автор «Поетики» за курсом своїх лекцій і «Букваря», за яким довгий час навчалися українці, росіяни, білоруси, греки, молдавани, серби, грузини, болгары.

**Проксеміка** (з англ. *proximity* – «близькість») – один з засобів *невербального спілкування*; мова простору та часу й система їх організації. Термін «П.» увів антрополог Едвард Холл у середині ХХ ст. Він також виділив чотири територіальні зони під час спілкування: інтимна (до 50 см), особиста (50 – 120 см), соціальна (120 – 360 см), громадська (понад 360 см). Залежно від ситуації спілкування варто дотримуватися комфортності дистанції, бо ж порушення відповідної, потрібної в певний момент комунікації відстані слухач може трактувати як нахабство або відчуженість. У публічному мовленні розташування слухачів чи оратора у приміщенні створює відповідний емоційний фон. На особливості П. варто зважати під час спілкування з іноземцями, бо просторові зони по-різному трактують у різних країнах і культурах.

**Прокурорська (обвинувачувальна) промова** – один з основних жанрів *юридичного красномовства*, промова прокурора на суді. Цей жанр виник у Давній Греції, де обвинувачем на суді міг виступити будь-який громадянин (наприклад, обвинувачем у справі проти *Демосфена* був *Есхін*, і навпаки – Демосфен свого часу був обвинувачем Есхіна). Будь-хто міг звинуватити на суді будь-кого в будь-чому. Успіх обвинувача полягав лише у вмінні публічно довести провину обвинуваченого. Мета обвинувачувальної промови – довести вину підсудного. Ця промова – підсумкова, одна з найважливіших у судовому процесі досі. П. п. має містити аналіз доказів провини та кваліфікацію злочину, обґрунтування міри покарання тощо.

**Промова** – усний публічний виступ з метою висвітлення певної інформації та впливу на розум, почуття й волю слухачів. П. потребує підготовки, яка залежить від досвіду *оратора* та обставин, за яких відбуватиметься виступ. Залежно від *мети* П. буває *агітаційною*, *інформаційною*, *надихальною*, *переконувальною*, *розважальною*. За способом виголошення П. поділяють на такі, що їх виголошують з *конспектом*, попередньо готують і вчать напам'ять та імпровізовані П., або *експромти*. У різних *видах красномовства* є різні *жанри* П. Наприклад, у рамках

*політичного красномовства* виділяють *мітингову, парламентську* П. та ін. П. Специфіка побудови П. залежить від низки інших ознак, зокрема, специфіки слухацької *аудиторії*, тривалості виступу тощо. Успіхові П. сприяють логічна стрункність тексту та емоційна насиченість. Див. *етапи підготовки промови, типи промов за метою, типи промов за знаковим оформленням*.

**Промовець** – особа, що виголошує *промову*; той, хто вміє або любить виголошувати промови; те саме, що *оратор*. У *класичній риторичній* виділяли три складники публічного мовлення (так званий *риторичний трикутник*): П. – оратор – слухацька *аудиторія*. *Арістотель* у «Риторичній» зазначив, що «П. має бути відомим як людина достойна, гідна промовляти до чужих сердець і розуму».

**Пропаганда** (від лат. *propaganda* – «те, що підлягає поширенню») – форма *комунікації*, спрямована на поширення фактів, доказів, чуток та інших відомостей для *впливу* на суспільство. П. зазвичай розповсюджують через ЗМІ, різноманітні публічні виступи, рекламу, щоб сформувавши певну суспільну думку. Наприклад, комуністична риторика головно базувалася на політичній П. та комуністичній символіці, знакових іменах, цитатах. П. розрахована на досягнення конкретного результату, на переконання незгодних людей. П. – одна з прикметних особливостей *чорної риторичної*.

**Пропагувати** (від лат. *propago* – «поширюю», «розповсюджую») – поширювати, глибоко та детально роз'яснювати які-небудь ідеї, погляди, знання; займатися *пропагандою*.

**Проповідь** – жанр *церковного красномовства*, який полягає у зверненні до вірян з метою навернути їх до християнського віровчення, викликати почуття вдячності Богові, єдності у вірі тощо. П. сформувалася на юдейсько-античних традиціях тлумачення священних текстів. Першим християнським проповідником вважають самого Ісуса Христа, а першою зафіксованою П. – відому з Євангелія Нагірну проповідь. Текст П. повинен мати канонічну будову: *вступ*, у якому оголошують тему П., виклад предмета (*головна частина*) й закінчення. У П. мовні елементи *конфесійного стилю* поєднуються з елементами *художнього та публіцистичного стилів*. П. поділяють на літургійні, догматичні, морально-повчальні. Серед сучасних церковних П. виділяють П.-розповідь, П.-слово, П.-повчання, П.-*бесіду*, П.-тлумачення Святого Письма (*гомілію*).

**Пропонент** (з лат. *propono* – «пропонувати») – особа, яка ініціює обговорення, пропонує певну *тезу*, аргументуючи її; фактично П. є зачинателем й основоположником *суперечки*, протагоністом. П. є учасником суперечки разом з *опонентом* (антонімне до П. поняття), тому особа П. є



об'єктом вивчення *еристики*. Одне з найголовніших риторичних умінь, яким повинен бездоганно володіти П., є вміння аргументувати, обґрунтовувати власну позицію.

**Протагор** (бл. 486 – бл. 410 рр. до н. е.) – давньогрецький філософ, *софіст*, теоретик державності, вчитель моралі, *ритор* і графік. Походив з м. Абдера (Тракія). Тривалий час мешкав в Афінах. Протягом життя П. багато мандрував Грецією і поширював власні ідеї. Як філософові П. були близькими засади *скептицизму* й *релятивізму*. П. зосереджував особливу увагу на влучному використанні слова. П. висунув філософську концепцію: «Людина є мірою всіх речей: існування тих, що існують, і неіснування тих, які не існують». Цим він відкинув доктрину попередніх філософів про те, що *дискусія* – це засіб для пошуку істини й відстоювання етичних принципів. П. вважав, що в *суперечці* треба ставити перед собою єдину мету – переконати *аудиторію* у власній правоті, а для втілення цієї цілі можна використовувати будь-які методи. Праці П. до наших днів не дійшли.

**Професіоналізм** – успішне та правильне застосування знань, умінь і навичок у конкретній професійній сфері; особлива риса поведінки, властива людині, яка займається тією чи тією справою. П. у сфері *красномовства* досягають опануванням уміння глибоко осмислювати предмет виступу, представляти його на високому мовному рівні, підпорядковувати *промову* конкретній *меті*, встановлювати *контакт з аудиторією*, надавати висловлюванню образності і т. д. Див. *закони риторики*.

**Прощальна промова** – промова, яку виголошують у різноманітних ситуаціях прощання. Зміст П. п. залежить від ситуації – з якої причини прощання і як надовго. У П. п. зазвичай ідеться про біль з приводу неминучої розлуки; сумніви, чи треба розлучатися; про те, чи принесе від'їзд користь; прохання не забувати; надію на швидке повернення та майбутню зустріч. П. п. – один з жанрів *суспільно-побутового красномовства*.

**Пряма мова** – це дослівно передане чуже мовлення зі збереженням усіх індивідуальних особливостей (лексичних, синтаксичних тощо). Біля П. м. завжди є слова автора. П. м. на письмі виділяють пунктуаційно, а в усному відтворенні – інтонаційно, бо її використання передбачає збереження *інтонації* чужого мовлення. Наприклад: «Ірина Петрівна попередила: «Згідно з новою системою іспит складатимуть усі курсанти та студенти»».

**Психологічний клімат** – це стійкий емоційно-психологічний настрій колективу. Особливість П. к. полягає в тому, що він відображає усі внутрішні (психологічні) умови, які сприяють або перешкоджають продуктивній спільній діяльності й усебічному розвитку особистості у групі. Залежно від характеру П. к. вплив на особистість буде різним: може стимулювати до

праці, піднімати настрій, вселяти бадьорість і впевненість, або, навпаки, діяти гнітюче, знижувати активність і енергію, приводити до виробничих і моральних втрат. У *риториці* є *моделювання аудиторії закон*, що передбачає системне її вивчення. Для того, щоб зберегти або вирівняти психологічний клімат аудиторії, *оратор* повинен підготувати набір цікавих фактів, гумористичних історій, змінити *тональність* розмови, виключити або адаптувати складний матеріал тощо.

**Психологічний портрет аудиторії** – образ слухацької *аудиторії*, який *промовець* створює на основі вивчення її соціально-демографічних, соціально-психологічних та індивідуально-особистісних ознак (таких як спосіб життя, система цінностей, життєва позиція, вид зайнятості, поведінкові звички, мотиви поведінки та ін.). Див. *моделювання аудиторії закон*.

**Публіка** (від лат. *publicus* – «суспільний») – група людей, які мало взаємодіють між собою, а перебувають де-небудь лише як глядачі, слухачі, відвідувачі. П. також називають слухацьку *аудиторію* під час публічного виступу.

**Публіцистичний стиль** – функціональний різновид мови, що обслуговує сферу засобів масової інформації. Основні функції П. с.: інформування, *вплив*, *пропаганда*, *агітація*. Цей стиль широко застосовують як в усному, так і в писемному мовленні. Іноді його називають ораторсько-публіцистичним, адже ним послуговуються головно у сфері журналістики (хоча не тільки), а журналіст повинен бути оратором. Особливості мови П. с.: суспільно-політична, емоційно-експресивна лексика, *афористичність*, короткі прості речення, часто окличні й питальні, вигуки, *звертання*. Обов'язковою є логічність тексту та вибір таких мовних засобів, які матимуть якнайбільший вплив на аудиторію, для якої текст (виступ) призначений.

**Рабулістика** – мистецтво витонченої *аргументації*, що дає змогу виставити предмет обговорення або послідовність чийось думок у потрібному аспекті, який не завжди відповідає дійсності. Р. вивчає *еристика*. Див. *Чорна риторика*.

**Радивилівський Антоній** (? – 1688) – український письменник, проповідник, церковний і громадський діяч, теоретик *риторики*. Закінчив Києво-Могилянську колегію, був архідияконом Чернігівської катедри, з 1656 – проповідник, з 1671 – намісник Києво-Печерської лаври, з 1684 – ігумен Миколаївського монастиря у Києві. Автор двох збірок *проповідей* «Огородок Марії Богородиці» (1676) та «Вінець Христовий з проповідей недільних...» (1688). Проповіді Р. звернені до простих людей, тому автор прагнув зробити

їх зрозумілими, застосовував фразеологізми, вставні оповідання та ін. Проповіді за риторичною традицією *Києво-Могилянської академії* побудовані у формі запитань – відповідей (*dialogів*), їм притаманні стильові ознаки бароко, зокрема, картинність, образність, драматизм викладу, алегоризм і символізм тощо. Р. відомий як автор *надгробних проповідей* «Рочини», присвячених П. Могилі, а також посьят К. Старушичу, ігуменові Видубицького монастиря та Варнаві Лебедевичу, настоятелю Межигірського монастиря. Творчість А. Радивиловського є завершальним етапом старої школи українського риторичного мистецтва.

**Регламент** – час, відведений для доповіді або виступу на засіданнях, зборах, *нарадах* тощо. Р. встановлюють відповідно до розпорядку певного заходу.

**Редагування тексту промови** – один з *етапів підготовки промови*, що полягає у перевірці й виправленні або відповідному оформленні тексту. Р. т. п. потрібно проводити з погляду: а) ясності; б) конкретності; в) специфіки проблеми; г) лаконічності. Редагуючи промову, оратор повинен перевірити, по-перше, її змістовий аспект (логіку викладу, повноту розкриття теми, доречність прикладів тощо), а по-друге, мовленнєве оформлення (відповідність нормам *літературної мови*).

**Рекламне красномовство** – один з *видів красномовства*, який застосовують у сфері реклами. Продуктом Р. к. є словесний твір – рекламний, метою якого є зацікавити покупця, викликати бажання придбати певний товар чи послугу. Логічний бік текстів Р. к. підпорядкований естетичному: вони повинні бути максимально зручними для сприйняття, а також ясними, привабливими, *емоційними*. Р. к. часто застосовує для переконання маніпулятивний вплив. Різновидами Р. к. є: рекламні слогани, тексти телевізійних рекламних роликів, письмові рекламні тексти тощо.

**Релаксація** (з лат. *relaxatio* – «зменшення», «ослаблення») – етап спаду фізичного й інтелектуально-психологічного навантаження *промовця*, що настає після виголошення промови. Гарний оратор обов'язково використає цей стан, щоб ще раз пережити виступ, проаналізувати його, виділити вдалі й невдалі місця, відзначити реакцію слухачів на промову, зробити висновки й застереження на майбутнє.

**Релятивізм** (з лат. *relativus* – «відносний») – суб'єктивно-ідеалістичне вчення, яке заперечує можливість об'єктивного пізнання світу на підставі відносності людських знань. Розвиток риторики в Давній Греції у V–IV ст. до н. е. пов'язаний з епохою *софістики*, для якої й був характерним Р. Софісти піддавали сумніву можливість вірогідного пізнання істини, існування надійних критеріїв істини і взагалі з недовірою ставилися до спроб її

пізнання, тому й спрямували увагу на ближчий, конкретніший і доступніший об'єкт пізнання – людину, її розум і духовну сферу. За *Протагором*: «Людина є мірою всіх речей: існування тих, що існують, і неіснування тих, які не існують».

**Ремінісценція** (з лат. *reminiscentia* – «відгомін») – натяк на певну тему, подію, твір та ін. у *промові*. Використання Р. завжди збагачує зміст промови, робить її цікавішою. Однак, вживаючи Р., варто враховувати рівень підготовки та інтелектуальні здібності слухачів, адже Р. має бути зрозумілою для *аудиторії*.

**Репетиція промови** – один з етапів підготовки промови, який полягає в попередньому пробному відтворенні тексту, тренуванні перед майбутнім виступом. Під час Р. можна краще запам'ятати текст, уточнити часові витрати, потренувати голос, перевірити відповідність *жестів, міміки* тому, про що йтиметься у промові та ін. Завдяки Р. *оратор* упевненіше почуватиметься під час виступу. Р. варто проводити перед дзеркалом, спостерігаючи за поставою, жестами, *позою*, виразом обличчя. Якщо можливо, репетицію важливого виступу краще провести у присутності слухачів (наприклад, друзів), які могли б оцінити виголошення промови, зробити власні зауваження й дати рекомендації.

**Репліка** (від лат. *replico* – «заперечую») – коротка фраза, що містить заперечення, уточнення, підтримку сказаного; коротке висловлення в *діалозі* чи *полілозі*. У *юридичному красномовстві* Р. називають коротким повторним виступом однієї зі сторін на судовому процесі.

**Репліка підтвердження контакту** – коротка фраза, що полягає в запрошенні висловлюватися вільно й невимушено. Наприклад: «Це цікаво», «Так», «Розумію Вас», «Приємно це чути». Р. п. к. – один з прийомів рефлексивного слухання.

**Ретроспекція** (від лат. *retro* – «назад» і *specto* – «дивлюся») – відсилання *слухачів* до попередньої інформації, погляд у минуле, пригадування минулих подій. Використовуючи прийом Р. у публічному виступі, *оратор* може в тім числі покликатися на власні попередні виступи, чи на інші минулі події.

**Реферат** (з лат. *refero* – «доповідаю») – короткий усний або письмовий виклад наукової праці, результатів наукового дослідження, змісту книги й т. ін.; доповідь на будь-яку тему, зроблена на основі аналітичного огляду літературних та інших джерел.

**Римська кімната** – один з методів запам'ятовування *промови* й тренування пам'яті, винайдення якого належить *Цицеронові*. Застосовуючи його, вигадують кімнату (приміщення, будинок, місто тощо), у якій

розташовують певну кількість предметів. Кожний предмет у кімнаті повинен мати яскравий образ (зоровий, слуховий чи такий, що пов'язаний з відчуттями) й бути розташованим у визначеному місці. Головне – чітко зафіксувати порядок цих речей. Далі з кожним із послідовно розташованих предметів асоціюють певну частину промови. Згодом під час виголошення тексту оратор пригадує вигадану кімнату і, відтворюючи послідовність предметів у ній, по черзі озвучує кожен з частин промови. Ефективність методу Р. к. визначена функціями лівої та правої півкуль головного мозку, а також закономірностями запам'ятовування, адже Р. к. ґрунтується на враженні, повторенні та *асоціаціях*.

**Ритм мовлення** (від гр. *ρυθμός* – «розмірений рух») – рівномірне чергування звуків чи слів у відповідній послідовності; чергування слів та *пауз* між ними; розміреність мовлення. Р. м. може бути однорідний, або рівномірний (повторення відбувається через однакові проміжки часу), складний (з варіаціями).

**Ритор** (від гр. *ρητορεύω* – «виголошую промову») – у Давній Греції та Римі – *оратор* і вчитель *красномовства*, теоретик риторики.

**Риторика** (від гр. *ρητορική* – «наука ораторського мистецтва») – наука про *красномовство*, *ораторське мистецтво*; Р. вивчає способи *переконання* та *впливу* на *аудиторію* з урахуванням її особливостей. Як наука Р. виникла в Давній Греції. В Україні поширення Р. припало на кінець XVI – поч. XVII ст. й пов'язане з постановням *братських шкіл* і вищих навчальних закладів – *Києво-Могилянської* та *Острозької академії*. В Україні Р. викладали у складі так званих *семи вільних мистецтв* (разом з діалектикою та граматикою входила до дисциплін тривіуму). Р. вивчає специфіку створення та виголошення *промов* (див. *закони риторики*). Див. також *класична риторика*, *неориторика*.

**Риторика ЗМІ** – *ораторське мистецтво*, яке функціонує в засобах масової комунікації: у теле- та радіопрограмах, журналах, газетах тощо. Появу риторики ЗМІ в Європі пов'язують із публіцистичною діяльністю Юлія Цезаря, який свого часу започаткував у Римі видання першої протогазети – протоколів засідань Римського сенату. На сьогодні Р. ЗМІ вивчають, зокрема, з погляду поширеності в ній *маніпуляцій словесних*.

**Риторика інтерактивного спілкування** – мистецтво спілкування та обміну повідомленнями в режимі реального часу шляхом передавання голосу, відеозображення чи тексту через мережу Інтернет. Окремим різновидом сучасної Р. і. с. є риторика Інтернету, представлена широкою палітрою засобів спілкування у всесвітній мережі: сайти, форуми, блоги, чати, онлайн-діалоги, конференції, листування електронною поштою тощо.

Сьогодні Інтернет-спілкування чітко структуроване за інтересами слухачів. Іншим проявом Р. і. с. є програми прямого ефіру, «гарячої лінії» у ЗМІ. Будь-який радіослухач або телеглядач може брати участь у таких програмах. Сучасна Р. і. с. широко використовує методи *агітації, пропаганди, маніпулятивні засоби впливу*.

**Риторична культура** – рівень оволодіння знаннями з *риторики* і вміння застосовувати їх під час публічного виступу. Формування й розвиток Р. к. – особливий процес постання нових рис у психічній структурі особистості. Р. к. становить складне динамічне ціле з п'ятьма підструктурами – комунікативною культурою (риторичною *етикою*), мисленнєвою (логічною) культурою, *культурою мовлення*, духовно-моральною культурою та сценічною культурою. М. Препотенська зачислює до складових Р. к. доброзичливе ставлення до співрозмовників чи слухачів, адекватну кінесіку, впевненість оратора, ефективну *техніку* та високу культуру мовлення, актуальність теми спілкування, логічність викладу, образність, новизну інформації, єдність форми та змісту промови, позитивну енергетику промовця.

**Риторична майстерність** – див. *ораторська майстерність*.

**Риторичний аналіз** – процес розкодування різних аспектів побудови *промови*, виявлення в ній прийомів мовного впливу, оцінення мовних засобів, зокрема засобів виразності. Р. а. ораторського твору передбачає з'ясування таких аспектів: а) рід і жанр тексту, його адресат; б) умови створення та виголошення промови (місце, час та ін.); в) наявність *контакту з аудиторією*; г) застосовані типи *аргументів*, види *аргументації*; г) ефективність аргументації; д) *композиція* тексту; е) зміна поглядів на предмет промови (внутрішній / зовнішній погляд, свій / чужий, просторовий, тимчасовий, оцінний та ін.); є) *правильність, точність, доречність, виразність мовлення*; ж) комунікативні невдачі, їх причини; з) доцільність використання *тропів і риторичних фігур*; з) загальна оцінка тексту (переконливість, оригінальність та ін.) і нарешті – чи досягнув автор поставленої мети. Аналіз усного виступу повинен бути доповнений характеристикою поведінки оратора в аудиторії (доречність і виразність його *жестів, міміки, інтонації*; адекватність *гучності голосу й темпу мовлення*), його свободи чи залежності від *конспекту*. Р. а. учасників діалогічного спілкування (яке може бути як усним, так і письмовим) має свої особливості, його можна доповнити такими параметрами: тип *діалогу* (пояснення, *суперечка, дискусія* та ін.); його тема; цілі кожного з учасників; їх *стратегія й тактика*; способи захисту і нападу; допустимі й недопустимі *виверти у сперечанні*; роль третіх осіб у діалогічному спілкуванні (чи входять вони в

коло адресатів); швидкість реакції учасників діалогу; типи використаних *реплік* (повтори, спростування та ін.); хто став переможцем суперечки. Аналіз найкращих *промов* відомих ораторів на відповідність їх *законам риторики*, використання цих текстів як *взірців* для наслідування, складання аналогічних промов та їх виголошення – один з основних видів роботи під час процесу підготовки фахових промовців.

**Риторичний ідеал** – *взірець* досконалого *оратора*, який володіє мистецтвом *красномовства* та всіма рисами, що потрібні для успішного публічного виступу. В античній риторичній виокремлюють два Р. і.: сократівський, ознаки якого – переконливість, істинність, чіткість і логічність мовлення, а також моральність та зорієнтованість на суспільне благо, і софістичний, для риторичної діяльності якого властиві формальна переконливість, надмірна словесна краса, пишність, вибагливість мовлення і водночас егоцентризм і корисливість самого оратора. Як уважає А. Михальська, сьогодні діють три Р. і. Перший близький до софістичного, але нині він особливо саморекламний, нав'язливий, спрямований на маніпуляцію масовою свідомістю. Другий Р. і. близький до сократівського – ідеалу переконаності й істинності. Третій Р. і. – тоталітарний, пропагандистський, що сформувався в імперські й радянські часи. Для досягнення Р. і. промовцям рекомендують: сповідувати принципи, які визначають обраний ідеал; дотримуватися морального обов'язку стосовно слухачів; володіти високою освіченістю, *риторичною культурою*; працювати над виразним індивідуальним стилем мовлення; актуалізувати власну національну свідомість та громадянську відповідальність; дбати про зовнішній вигляд та *імідж*.

**Риторичний тренінг** – форма організації навчання, яка ґрунтується на інтерактивних методах групової роботи і спрямована на особистісний та професійний розвиток майбутнього *оратора*. Під час Р. т. особа має змогу проаналізувати й переоцінити власну мовленнєво-риторичну діяльність у процесі групової взаємодії. Відвідуючи Р. т., можна опанувати основні правила й техніки публічних виступів, позбутися *хвилювання під час виступу*, покращити *дикцію*, відпрацювати основні засоби захисту від маніпуляцій і прийомів *чорної риторики*. Також на Р. т. навчають аргументувати, переконувати, відстоювати власну позицію, контролювати невербальне повідомлення, тримати *паузи*, запалювати й надихати слухачів тощо.

**Риторичний трикутник** – у теорії *риторики* модель публічного мовлення, яка включає три складові: промовця, слухачів та саму промову.

Учення про Р. т. розробив *Арістотель*. У сучасній лінгвістиці Р. т. ще називають «комунікативним колом».

**Риторичні фігури** (від грец. *ρήτωρ* – «оратор» та лат. *figura* – «образ», «фігура») —засоби підсилення емоційної впливовості художньої та ораторської мови, що мають умовно діалогічний характер. До Р. ф. належать риторичний вигук, риторичне звертання, риторичне питання.

**Розважальна промова** – промова, метою якої є розвеселити й потішити слухача. Р. п. часто виголошують тоді, коли люди зустрічаються для приємного проведення часу. У Р. п. поєднуються *гумор* і серйозність, правда і вигадки та перебільшення.

**Розвінчувальність** – одна з ознак давньоримської *риторики*, викриття негативних рис поведінки, вдачі певної особи чи групи осіб, яке супроводжують грубуватим гумором; викривальність. Див. *інвектива*.

**Роздум (міркування)** – це функціональний тип мовлення або *тип викладу матеріалу*, за допомогою якого на основі причинно-наслідкових зв'язків доводять або спростовують *тезу*. Р. обов'язково містить *аргументацію* до тези і, як наслідок, її доведення чи спростування.

**Розмовна лексика** – слова та словосполучення, властиві для побутового мовлення, які передають емоційну оцінку осіб, предметів чи явищ, а також почуття, переживання тощо. Наприклад: доця, плакса, здоровань, смакота тощо. Р. л. надає мовленню неофіційного, невимушеного характеру. Найчастіше Р. л. вживають у *соціально-побутовому* та *рекламному красномовстві*. Див. *розмовний стиль*.

**Розмовний стиль** – це функціональний різновид мови, який обслуговує сферу щоденного (повсякденного) мовного спілкування. Р. с. реалізується лише в усній формі. Основна функція Р. с. – невимушене, довільне спілкування (переважно діалогічне) з метою інформування і впливу. Особливості мови Р. с.: *стихійність*, *емоційність*, побутова лексика, неповні речення тощо. Р. с. притаманне широке застосування *невербальних засобів*. Риторика *дискурсу* як щоденного мовного спілкування послуговується Р. с. мовлення. Підстили: розмовно-побутовий, розмовно-офіційний (розмовно-професійний).

**Розповідь** – функціональний тип мовлення або *тип викладу матеріалу*, що містить послідовний динамічний розвиток подій. У Р. має чітко простежуватися розгортання події від початку до кінця, тому за структурою вона виглядає так: зав'язка (початок події), розвиток дії (розгортання події в часі), розв'язка (кінець події).

**Розташування оратора** – місце, з якого промовляє *оратор*. Про Р. о. варто подбати заздалегідь і встановити, яке місце у конкретному приміщенні



буде оптимальним для виголошення промови. Якщо аудиторія невелика (до 75 осіб), не слід ставати за кафедру чи *трибуну*, краще виступати на одному рівні зі слухачами. Також ораторові варто подбати про оптимальне розташування слухачів, аби всім було добре видно й чути. Р. о. не обов'язково має бути постійним, його періодична зміна здатна додати виступові динаміки та привернути увагу слухачів.

**Самоконтроль** – уміння контролювати свої емоції, думки та поведінку. С. є одним зі складників *риторичної майстерності*.

**Самопрезентація** (від *само-* й англ. *presentation* – «представлення») – вербальне й невербальне представлення власної особистості у процесі спілкування. Під час публічного виступу навички вдалої С. забезпечують успіх промови, адже за їх допомогою *оратор* здатний справити гарне враження на *слухачів*. Див. *ефект первинності*.

**Сарказм** (з гр. *σαρκασμός* – «розривати м'ясо») – один з *тропів*, засіб комічності, в основі якого лежить гострий дошкульний глум, уїдлива насмішка; вищий ступінь *іронії*. С. як риторичний прийом використовують під час *суперечок*: саркастичне зауваження може збентежити *опонента*, поставити його у скрутне становище, а іноді зруйнувати *аргументацію*.

**Сатира** (з лат. *satira (satura)* – «суміш») – опис явищ та подій у гостро критичному вигляді; різке викриття, зла насмішка. С. відрізняється від *гумору* саме гостротою, також її не слід ототожнювати з *іронією* – тоншим, імпліцитним прийомом.

**Семінар** (з лат. *seminarium* – «теплиця») – один із жанрів *академічного красномовства*, форма групових навчальних занять, на якій учні (студенти) під керівництвом викладача обговорюють *довіді*, повідомлення чи *реферати* з певного предмета або теми. У науковій сфері С. є формою колективного обговорення наукової інформації. Як форма викладання С. набув поширення в середньовічних університетах, поряд з *лекцією*: С. полягав у тому, що будь-яку тему пропонували у вигляді запитання для обговорення, відповіді давали спочатку студенти, а потім – викладач; тобто відбувався перехід від лекції до запитання, а від запитання – до *диспуту*.

**Сенека Луцій Анней Старший** (бл. 54 – бл. 39 р. до н. е.) – давньоримський письменник, історик, *ритор*. Батько філософа Сенеки Молодшого. Походив з м. Кордова (Іспанія). Переїхавши до Рима, С. навчався *красномовства*, маючи на меті стати адвокатом. Про риторичну діяльність С. мало відомо. Збереглися фрагменти підручника з риторики, який С. написав для своїх синів. Твір містив матеріали з історії риторики

Давнього Риму. У Середньовіччі під час переписування творчу спадщину С., імовірно, змішували з творами його сина Сенеки Молодшого.

**Сентенція** (з лат. *sententia* – «думка», «судження») – короткий образний вислів повчального характеру. Термін С. постав у давньоримській риторичі, С. часто називають повчальні вислови, які належать давньоримським авторам. *Квінтіліан* у «Становленні оратора» присвячує С. окремий розділ, висловлює думку, що С. – те саме, що *гнома*. Приклад С.: «Хоробрим і щастя сприяє» (Вергілій). Див. також *афоризм*.

**Середній стиль** – згідно з ученням про три стилі, розробленим в Античності та підтриманим в епоху Відродження й бароко, один з трьох традиційних стилів, для якого властиві емоційна та прикрашальна поміркованість, мета – інтелектуальна та естетична насолода слухачів. С. с. запозичує з високого стилю прикрашальні засоби, а з низького – простоту і звичайність мови. Отже, С. с. лежить на межі двох стилів (див. *високий стиль*, *низький стиль*). У риторичі С. с. використовували для мовлення про небуденні, але водночас не надто урочисті чи важливі події.

**Сила голосу** – реальна енергія звуку голосу, що залежить від активності роботи *артикуляційного апарату*. В аспекті *риторики* С. г. *оратора* має велике значення, адже визначає те, з якою *гучністю* здатний говорити промовець. С. г. може бути різною в різних людей. З погляду фізіології вона залежить від будови *артикуляційного апарату* (амплітуди коливання голосових зв'язок, ступеня їх напруження, будови порожнин-резонаторів), об'єму легень. Голос є тим гучніший, чим сильніший струмінь видихуваного повітря. Якщо С. г. від природи недостатня, її можна підвищити, наприклад, за допомогою дихальних вправ. Див. *гучність голосу*.

**Сильний аргумент** – обґрунтований *аргумент*, достатній для переконання когось-небудь у чомусь. У *суперечці* С. а. важко заперечити й не можна не брати до уваги. До С. а. належать, наприклад, незаперечні факти й судження, які з них випливають; статистичні дані; експериментально перевірені висновки; позиції експертів у тій галузі, про яку йдеться; свідчення очевидців певних подій тощо.

**Символ** (з гр. *σύμβολον* – «умовний знак») – один з *тропів*, традиційне, усталене уподібнення для певного предмета, поняття або явища; художній образ, що умовно відтворює усталену думку, ідею, почуття. Наприклад, голуб як С. миру. Часто С. є багатозначним. Іноді С. вважають різновидом *метафори*.

**Симпозіум** (з гр. *συνπόσιον* – «бенкет») – нарада, наукова конференція фахівців одного профілю з певного наукового питання, яку проводять на

міжрегіональному чи міжнародному рівні. С. іноді також називають низку виступів людей з короткими *промовами* на одну й ту саму тему.

**Синекдоха** (з гр. *συνεκδοχή* – «співвіднесення») – *троп*, в основі якого лежить перенесення назви з одного предмета на інший за кількістю: вживання однини замість множини, визначеного числа замість невизначеного, частини замість цілого і навпаки. С. є різновидом *метафори*. Іноді С. називають різновидом *метонімії*, лише в метонімії перенесення відбувається з цілого на ціле, а в С. – з цілого на частину чи навпаки. Наприклад: «Сьогодні рятувальник Львова (йдеться про рятувальників у множині, а вжито однину) стане на захист власних прав перед державою. Він берегтиме копійку (йдеться про кількість коштів у множині) в бюджеті місцевої ДСНС». С. є одним з виражальних засобів риторики.

**Синкопа** (з гр. *συνκοπή* – «відрубання», «відсічення») – явище випадання одного чи кількох звуків у слові. Наприклад, «мо» – замість «може». С. характерна передусім для *розмовного стилю*. С. можна сприйняти як невиразну вимову, тож під час публічного виступу цього явища треба уникати.

**Синоніми** (від грец. *συνώνυμος* – «однойменний») – близькі за значенням слова, що по-різному звучать. С. відрізняються відтінками значення, стилістичним забарвленням, сполучуваністю з іншими словами. Наприклад: бігти, линути, мчати, гнати і т. д. Рідко С. бувають тотожні за значенням (площа і майдан). Під час виголошення промови С. допомагають урізноманітнити виклад, уникати монотонності, повторів. Враховуючи значеннєві нюанси слів, можна виділити, підсилити, уточнити, оцінити, а отже, висловити думку якнайдоречніше. Для цього в реєстрі словників С. є значні за обсягом синонімні ряди. Однак потрібно враховувати, що, попри значеннєву близькість, С. не завжди є взаємозамінними, наприклад слова відносини – стосунки – взаємини – взаємовідносини вживають у різних контекстах.

**Системно-аналітичний закон** – один з семи *законів риторики*, який формує в оратора вміння системно аналізувати якість та ефективність продукту риторичної діяльності на всіх етапах його творення (йдеться про самоаналіз та аналіз чужого мовлення). Цей закон фактично охоплює результат реалізації попередніх шести риторичних законів (див. *концептуальний закон, моделювання аудиторії закон, стратегічний закон, тактичний закон, мовленнєвий закон, ефективної комунікації закон*). Системний аналіз якості та ефективності обраної *концепції*, стратегії і тактики, мовлення оратора, комунікації зі слухачами дає змогу скоригувати як власну, так і чужу риторичну діяльність, вдосконалити її та досягти

максимального ефекту в майбутньому. С.-а. з. базується на виявленні, дослідженні та аналізі власних відчуттів та відчуттів аудиторії. Саме це допомагає здійснити відповідну корекцію продукту риторичної діяльності на основі зроблених висновків та набутого досвіду.

**Сім вільних мистецтв (сім вільних наук)** (лат. *septem artes liberales*) – цикл навчальних дисциплін, спрямованих на надання загальних знань та інтелектуальних умінь. С. в. м. сформувалися ще в античний період. Особливого поширення С. в. м. набули в середньовічних навчальних закладах. С. в. м. склалися з двох циклів: тривіуму (граматика, риторика, діалектика) та квадривіуму (арифметика, геометрія, астрономія, музика). В Україні С. в. м. вивчали у *братських школах* і колегіумах, *Києво-Могилянській* та *Острозькій академіях*.

**Скептицизм** (з гр. *σκεπτικός* – «той, що розглядає, досліджує») – філософське вчення, яке піддає сумніву можливість пізнання об'єктивної дійсності; критично-недовірливе ставлення до чого-небудь, сумнів у можливості або істинності чогось. Розвиток риторики в Давній Греції у V–IV ст. до н. е. пов'язаний з епохою *софістики*, для якої й був характерним С. Наприклад, *Горгій* основні положення С. зводив до таких трьох пунктів: зовсім немає ніякого буття; якщо буття і є, то воно непізнаване; якщо воно є й якщо воно пізнаване, то все-таки істину про буття передати неможливо.

**Сковорода Григорій** (1722–1794) – український філософ, письменник, педагог, просвітник, оратор. Походив з м. Чорнухи на Полтавщині. Навчався в *Києво-Могилянській академії*. Певний час прожив у Петербурзі, мандрував європейськими країнами. Працював професором у Переяславі та Харкові. З 70-х рр. XVIII ст. провадив життя мандрівного філософа. Автор численних філософських діалогів і трактатів, поетичної збірки «Сад божественних пісень», збірки байок «Байки Харківські». Стиль творів Г. Сковороди має характерні риси українського бароко, зокрема риторизм. Наукові трактати С. написані як монологи й діалоги з використанням традиційних засобів *класичної риторики* й виразними вкрапленнями живомовних елементів С. використовував майже всі поширені тоді у світській і духовній культурі прийоми й засоби *красномовства* (*епітети, антитези, ампліфікації, асонанси, метафори, символи* та ін.). С. виробив цілу філософію слова: воно має структуру, що нагадує структуру світу. Мовотворчість Сковороди поповнила українську мову *афоризмами*, словами і виразами, що закріпилися з певними образними значеннями: «світ ловив мене, та не впіймав»; «народ спить, но всякий сон єсть пробудний»; «сродна праця»; «всякому городу нрав і права»; «сад божественних пісень»;

«хто думає про науку, той любить її, а хто її любить, той ніколи не перестав вчитися» тощо.

**Скоромовка** – фраза, яка складається зі спеціально підібраних важких для вимови слів і слугує для вироблення чіткої *дикції*. С. вимовляють у швидкому *темні*. С. побудовані на поєднаннях звуків, що вимагають безперервної перебудови *мовленнєвого апарату*, швидкої зміни артикуляційних позицій. Наприклад: «Кричав Архип, Архип охрип. Не треба Архипу кричати до хрипу», «Босий хлопець сіно косить, роса росить ноги босі». У кожній окремій С. повторюються певні приголосні чи групи приголосних. Відпрацювання швидкого темпу мовлення зі збереженням чіткості дикції вимагає особливої методики тренування. Тренуючи дикцію за допомогою С., спершу треба приділити увагу правильній артикуляції ключових звуків, що входять до складу обраної С., а потім відпрацьовувати чіткість вимови фрази – спочатку повільно, а тоді поступово збільшуючи темп.

**Слабкий аргумент** – *аргумент*, не достатньо обґрунтований для переконання кого-небудь у чомусь. С. а. викликає сумніви *опонентів*. До С. а. належать, наприклад, непоказові приклади та *аналогії*; докази, побудовані на основі суб'єктивних поглядів, відчуттів чи здогадів; *виверти у сперечанні*; *софізми*; аргументи, що містять *логічні помилки*; покликання на маловідомі авторитети тощо. Хорошому ораторові слід уникати С. а.

**Слів із підтекстом прийом** – один з *вивертів у сперечанні* (логічних помилок, *софізмів*), коли для того, щоб зробити привабливішою власну позицію й дискредитувати погляди суперника, для формулювання думок підбирають терміни з негативним чи позитивним підтекстом. Наприклад: «Кому люди більше схильні повірити – гуманістичній позиції нашої організації чи людиножерським поглядам наших опонентів?», «Моїй непохитності та виваженості ви можете протиставити тільки власну твердолобу впертість».

**Слова-паразити** – часто вживанні у мовленні певної особи слова чи словосполучення, які не несуть змістового навантаження, вжиті не до речі, а слугують для зв'язування окремих частин у висловлюванні. Приклади С.-п.: «ну», «чуєш», «знаєш», «коротше», «в принципі», «як кажуть», «власне», «як його» та ін. Часто їх уживають, коли хвилюються, коли виникають труднощі з вибором потрібного слова. С.-п. є показником низької культури мовлення. С.-п. ламають природний ритм мови, заважають слухачам усвідомити суть сказаного. Див. також *звуки роздумування*.

**Словесне (вербальне) маніпулювання** – див. *Маніпуляція словесна*.

**Словниковий запас** – див. *Лексичний запас*.

**Слово** – жанр давньоукраїнської риторики, промова громадських діячів до народу у важливій ситуації; С. у часи Русі називали також *проповіді* (наприклад, «Слово про Закон і Благодать») й літературні твори («Слово про Ігорів похід»).

**Смотрицький Герасим** (п. п. XVI ст. – 1594) – український письменник-полеміст, педагог. Батько *Смотрицького Мелетія*. Походив з Поділля. Одержав ґрунтовну освіту, володів грецькою та латинською мовами. Працював міським кам'янецьким писарем. Близько 1576 р. на запрошення князя Костянтина Острозького переїхав до Острога, де став ректором нововідкритої школи (у майбутньому – *Острозької академії*). Очолив Острозький культурний осередок. Завдяки зусиллям та керівництву С. вийшла друком відома «Острозька Біблія» (1581), до якої він написав передмову та віршовану присвяту князеві Острозькому. С. – один з найцікавіших доунійних полемістів, його «Ключ царства небесного» (1587) – перший друкований твір української полемічної літератури, у якому автор веде *полеміку* з єзуїтом Б. Гербестом, критикує католицькі догмати. Твір написаний наближеною до народної мовою, у ньому використано народний *гумор*, прислів'я та приказки.

**Смотрицький Мелетій** (1572–1633) – український письменник, мовознавець, церковний і громадський діяч, педагог, полеміст. Походив з Поділля. Навчався в Острозькій братській школі, а згодом у єзуїтській академії у Вільно. Вчився також у Німеччині та Польщі. Був діячем Віленського церковного братства, викладав у Київській братській школі. 1619 р. створив «Граматику слов'янську» – працю, яка справила значний вплив на розвиток українського і загалом слов'янського мовознавства. 1627 р. перейшов на бік унії. С. виявив власний ораторський талант у полемічній діяльності. Найвідоміший полемічний трактат С. – «Тренос, або Плач Східної церкви» (1610), метою якого було викликати співчуття до переслідуваної православної віри. В «Апології» (1628) С., навпаки, заперечує розходження між православ'ям та католицизмом й обґрунтовує переваги об'єднання церков. У полеміці С. використовує сильні *аргументи*, *експресивну лексику*, *фігури*.

**Сократ** (470–399 до н. е.) – давньогрецький філософ, учитель *Платона*. Походив з Афін, де й прожив практично все життя, за винятком недовгої участі в Пелопонеській війні. Вивчав *риторику*, зокрема в *софістів*. Провадив простий і невибагливий спосіб життя. Страчений за звинуваченням в атеїзмі та духовному розбещенні молоді. С. відомий як перший давньогрецький публічний філософ – він виступав на вулицях Афін і його слухачем міг стати кожен охочий. С. провадив усні *бесіди* з афінянами,

переконуючи їх у власних поглядах, і цим здобув велику популярність. Мистецтво пізнання істини С. називав *маєвтикою*, він запровадив метод *еристичної бесіди*. Філософ ототожнював поняття добра, щастя і добродетності з істиною. С. розглядав людину передовсім як моральну істоту, а головним людським призначенням уважав пошук істини. На думку С., людина може пізнати світ тільки тоді, коли пізнає сама себе. С. відомий своєю морально-етичною позицією: оскільки є об'єктивна істина, то є й об'єктивні моральні норми, справжнє знання неможливе без *моралі*. Первісно С. був софістом, однак згодом відійшов від цього вчення й гостро критикував його, адже С. був чужим типовий для *софістики скептицизм* та *релятивізм*. С. був також педагогом, однак навчав лише багатих людей, бо вони були менш заняті і могли приділяти час навчанню, а також мали більше впливу в суспільстві. Відомі цитати С.: «Мудрість – це знати, наскільки мало ми знаємо», «Заговори, щоб я тебе побачив».

**Солецизм** – граматично неправильний мовленнєвий зворот, який не спотворює змісту сказаного. Слово С. походить від назви міста Соли – грецької колонії в Малій Азії, у якому давньогрецька мова втратила свою чистоту та змішалася з місцевими діалектами. На відміну від мовленнєвих помилок, С. вживають свідомо, як *стилістичну фігуру* – щоб привернути увагу слухачів, створити певний образ, надати мовленню ознак *розмовного стилю*. Див. також *амфіболія*.

**«Солом'яного опудала» прийом** – один з *вивертів у сперечанні* (логічних помилок, *софізмів*), за якого один з учасників суперечки явно перебільшує докази опонента або ж приписує опонентові певну позицію, а потім сам спростовує її. Так відбувається відхід від предмета суперечки.

**Сопер Пол** (1906–1988) – американський учений, викладач і теоретик риторики. Працював в університеті в Теннессі (США). У 1968–1972 рр. керував факультетом риторики й театру. 1956 р. написав книгу «Основи красномовства». На відміну від багатьох інших, цей посібник з риторики має суто практичний характер, містить велику кількість порад і зразків виступів сучасних ораторів.

**Софізм** (з гр. *σοφισμα* – «мудрість», «хитрування», «вигадка», «головоломка») – помилкове міркування, некоректне доведення, засноване на свідомому порушенні *законів логіки*. С. винайшли й часто застосовували *софісти* для доведення потрібної їм позиції або просто для обґрунтування якої-небудь безглуздості (абсурду) чи твердження, яке суперечить загальноприйнятим уявленням. Вправляючись у використанні С., софісти часто вводили людей в оману, демонструючи власну інтелектуальну перевагу. Приклади класичних С. «Про ліки» («Ліки, які приймає хворий – це

благо. Що більше блага, то краще. Отже, треба вживати якомога більше ліків»), «Про роги» («Те чого, ти не губив, ти маєш. Ти не губив роги? Отже, ти їх маєш»), «Про злодія» («Придбання хорошого – добра справа. Злодій не бажає придбати собі нічого поганого. Отже, злодій – добра людина»).

**Софісти** (з гр. *σοφιστής* – «мудрець», «митець», «винахідник») – давньогрецькі філософи й викладачі *красномовства*, представники *софістики*. С. розглядали людину як міру всіх речей. Моральні норми вважали умовністю, адже все на світі відносно й для людини одна й та сама річ може бути і благом, і злом. С. проголосили, що істинною буде та думка, яка є переконливішою. С. – перші філософи, які звернули увагу на значення та потенціал *красномовства*, першими почали розглядати проблеми граматичного та стилістичного оформлення тексту, розробляли логічні та психологічні прийоми переконання. З діяльністю С. пов'язують зародження *еристики*. Багато С. працювали також як *логографи*. С. вправно оперували словами та поняттями для доведення чи заперечення різноманітних положень, уміли сперечатися й перемагати будь-якою ціною, застосовуючи це вміння для написання захисних промов на замовлення. С. одними з перших почали викладати риторику, адже від володіння *красномовством* у Давній Греції в умовах демократії залежало дуже багато. Спершу С. називали мудреців, однак годом це слово набуло негативного відтінку, адже С. давали фактам і подіям суб'єктивне тлумачення, щоб утвердити власні теоретичні положення чи виправдати наявний порядок речей, використовували у своїх побудовах *логічні помилки*, підміну понять, неправильні форми висновків, а також різноманітні мовні виверти й хитрування, маніпулювання фактами тощо. Такі прийоми одержали назву *софізмів*. Світоглядні позиції та діяльність С. викликали чимало критики, зокрема з боку *Сократа*, *Платона*. Серед відомих С. – *Протагор*, *Горгій*, *Коракс*, *Антифон*, *Критій*, *Гіппій*, *Лікофрон* та ін. Див. *софістика*.

**Софістика** (з гр. *σοφία* – «знання», «мудрість», «майстерність») – філософська течія у Давній Греції (V – п. п. IV ст. до н. е.), для якої були характерними *релятивізм* та *скептицизм*. На філософському підґрунті С. сформувалася риторична практика, заснована на свідомому порушенні *законів логіки* та пізнання, застосування цієї практики також називають С., а її прийоми – *софізмами*. Найвідоміший представник С. – *Протагор*. Див. *софісти*.

**Соціально-демографічні ознаки аудиторії** – характеристики слухачів, що включають їх стать, вік, громадянство, національність, освіту, професію, склад родини, зайнятість, належність до певних соціальних верств тощо. Ораторові потрібно попередньо врахувати С.-д. о. майбутніх слухачів,



щоб під час виступу успішно встановити *контакт з аудиторією*. Проаналізувавши С.-д. о. а., оратор має звернутися до *суспільно-психологічних*, а потім до *індивідуально-особистісних ознак аудиторії*, оскільки самі лише С.-д. о. не розкривають внутрішнього світу людей, їх часто буває замало для ефективного впливу та досягнення *мети виступу*. Див. *моделювання слухацької аудиторії закон*.

**Соціально-психологічні ознаки аудиторії** – характеристики слухачів, що включають їх потреби, мотиви поведінки, ставлення до промовця і предмета мовлення та рівень розуміння того, про що йдеться. Зокрема, до усвідомлених інтелектуальних потреб людей належать: особисті (спонукають людину отримувати інформацію тільки для себе, для задоволення власних інтересів), професійні (спонукають шукати й отримувати знання для того, щоб збагатити власний професійний досвід і так задовольнити особисті фахові потреби) та громадські (спонукають здобувати інформацію, яка корисна для широкого кола людей і навіть для всіх громадян держави). Мотиви поведінки людини зумовлені її потребами. Виділяють такі основні типи мотивів: дисциплінарні, емоційно-естетичні, пізнавально-інтелектуальні, морально-етичні. Знати потреби, мотиви, рівень знань і розуміння слухачів промовцеві потрібно, щоб успішно встановити *контакт з аудиторією*. С.-п. о. а. *оратор* аналізує після врахування *соціально-демографічних ознак аудиторії*. Після розгляду С.-п. о. а. оратор, якщо це можливо, звертається до вивчення *індивідуально-особистісних ознак аудиторії*. Див. *моделювання слухацької аудиторії закон*.

**Співбесіда** – спеціальна бесіда на професійну, політичну, наукову чи ін. теми, спрямована на обмін думками чи з'ясування яких-небудь питань. Найчастіше під С. розуміють жанр *ділової риторики – бесіду*, під час якої роботодавець оцінює претендента на вакантну посаду. С. для прийняття на роботу, з одного боку, готують заздалегідь, а з іншого – вона повинна бути невимушеною, що дасть змогу навіть за короткий час краще зрозуміти співрозмовника. Під час проведення С. потрібно дотримуватися загальних етикетних вимог, у тім числі норм *мовленнєвого етикету*.

**Способи запам'ятовування** – способи ефективної фіксації певного матеріалу в *пам'яті*. Виділяють три основні способи З.: механічний, суть якого полягає в багаторазовому повторюванні матеріалу без усвідомлення його суті (так зване зубріння); логічний, що полягає в усвідомленні смислового зв'язку між частинами, елементами матеріалу (людина має зрозуміти зміст інформації і для чого її потрібно запам'ятати); мнемотехнічний – ґрунтується на побудові *асоціацій*, матеріал переводять в іншу знакову систему, образи, які легше зберегти в пам'яті (див.

*мнемотехніка, римська кімната*). Щоб менше користуватися *конспектом* під час виступу, для оратора важливо мати власну методику запам'ятовування, адже особливості пам'яті людини досить індивідуальні. Під час вивчення промови найголовніше – зафіксувати в пам'яті основні думки, *план (структуру) промови, ключові слова*. Див. також *запам'ятовування, закономірності запам'ятовування, меморія*.

**Ставка на хибний сором** – один з *вивертів у сперечанні*, за якого один з учасників суперечки користується такою слабкістю *опонента*, як страх продемонструвати незнання чи нерозуміння чогось, бажання здаватися кращим, ніж він є насправді. Наприклад, якщо *пропонент* бачить, що суперник слабо володіє науковими знаннями, він може зробити С. н. х. с., випередивши власний *аргумент* зауваженням: «Як вам, звичайно, відомо, у науці давно встановлено, що...». Якщо супротивник боїться визнати, що він дійсно цього не знає, то опиниться в пастці і змушений буде погодитися з наведеним доказом. Також у разі С. н. х. с. використовують покликання на певні авторитети, наприклад, у суперечці між філософами можуть опиратися на «відомий вислів Канта». Зазвичай, коли людина вважає себе професіоналом у певній галузі, їй дуже важко визнати, що вона чогось не знає, і ця психологічна особливість створює підґрунтя для застосування С. н. х. с.

**Стадійний метод викладу** (з гр. *στάδιον* – «сходинок», «рівень») – метод викладу матеріалу в *промові*, в основі якого лежить поступовий виклад одного питання за іншим (від стадії до стадії) без *ретроспекції*. Під стадією розуміємо завершену частину міркування. Інформацію за таким методом подають «порціями», поступово, у вигляді своєрідних сходинок. Закривши розгляд однієї стадії, оратор переходить до наступної, не повертаючись до попередніх. С. м. в. називають ще методом поступового викладу матеріалу або ступінчастим методом.

**Стилістика** – мовознавча дисципліна, що вивчає закономірності існування та структурну організацію *стилів літературної мови (функціональних стилів)* та їх жанрових різновидів, *індивідуальних стилів* мовлення, а також досліджує мовні одиниці з погляду їх експресивно-стильового забарвлення та функціонування в різних комунікативних ситуаціях. Як наука С. генетично пов'язана з *риторикою*, адже первісно частину проблем С. досліджували саме в рамках науки про ораторське мистецтво.

**Стилістичні фігури** (з лат. *stilus* – «паличка для письма», *figura* – «образ») – мовні (синтаксичні) звороти, для яких характерна незвичність слововживання, образність та емоційність. На відміну від *тропів*, які мають в

основі переносне значення слів, С. ф. ґрунтуються на синтаксичних структурах. Однак у широкому розумінні до С. ф. зачисляють також і тропи. До С. ф. належать, зокрема, *антитеза, алюзія, ампліфікація, градація, апосіопеза, еліпсис, інверсія* та ін. Призначення С. ф. – прикрашати та збагачувати мовлення, створювати образність, привертати увагу слухачів або читачів. Вони належать до *засобів образності у промові*. Вдало оздоблений С. публічний виступ буде емоційним, привабливим, легко запам'ятається слухацькій *аудиторії*. Однак надмір С. ф. може перевтомити аудиторію.

**Стиль індивідуальний** (з лат. *stilus* – «паличка для письма») – у риторичі спосіб викладу, організація мовлення, характерна для конкретного оратора. Спочатку *риторика* розглядала С. переважно як об'єктивну систему мовних правил, які мусив опанувати оратор. На цьому базуються традиційні поняття *високого, середнього та низького стилів*. У сучасній риторичі більше уваги приділяють ораторському самовираженню, С. і. Часто С. і. відзначає одна чи кілька типових рис: наприклад, для одного промовця прикметною ознакою може бути чіткість та логічність викладу, для іншого – вишуканість мовлення, для третього – натхненність та пафос, або ж іронічність, гумор, ліризм тощо. Проте не кожен промовець має яскраво виражений С. і. Стиль може варіюватися й залежно від ораторської ситуації, від аудиторії. Одним з перших С. і. зацікавився *Цицерон*, розробивши своєрідну класифікацію ораторів за їх характерним стилем. Наприклад, в *Ісократа* він виділяв вишуканість, у *Лісія* простоту, у *Демосфена* силу та ін.

**Стиль літературної мови (функціональний стиль)** – історично сформований різновид літературної мови, її функціональна підсистема, що обслуговує певну сферу суспільної діяльності мовців і має свої особливості добору й використання мовних одиниць. Кожен С. має власну сферу використання, призначення, характерні ознаки та мовні засоби. У *стилістиці* найпоширенішою є класифікація, за якою виділяють шість С. л. м.: розмовно-побутовий, художній, офіційно-діловий, науковий, публіцистичний та конфесійний (церковний, сакральний). Під час публічного мовлення оратор може використовувати різні С. л. м., вибір конкретного функціонального стилю залежить від обраного *виду красномовства*, умов та обставин спілкування.

**Стислість** – див. *лаконічність*.

**Стратегічний закон** – один з семи *законів риторичі*, який передбачає формування програми дій для впливу на конкретну *аудиторію*. Таку програму дій будують на основі вже створеної *концепції* (див. *концептуальний закон*) з урахуванням особливостей слухацької аудиторії (див. *моделювання слухацької аудиторії закон*). За С. з., оратор повинен

визначити ціль майбутнього виступу для конкретної аудиторії, після чого виокремити перелік питань, які варто розглянути, і дослідити їх. Програма дій виглядатиме як сформульована у вигляді *тези* головна думка промови з власним поглядом на обговорюване, до якої й зводиться весь матеріал виступу. Ця сформульована думка зумовлюватиме специфіку обраної тактики виголошення промови (див. *тактичний закон*). Стратегій може бути кілька для однієї концепції, це залежить від *мети виступу* та потреб слухацької аудиторії. Вдала реалізація С. з. дозволить оратору зберегти логіку виступу, а слухачам – чітко зрозуміти, для чого їм про це говорили.

**Стратегія оратора** (з гр. *στρατηγία* – «майстерність полководця») – загальний план майбутньої риторичної діяльності, спосіб досягнення *мети промови*. За Г. Сагач, С. о. визначають мета промови, комунікативні установки (маніпулятивні чи гуманістичні), характер спілкування (діалогічний чи монологічний). Залежно від мети, С. бувають такими: гуманістично-діалогічні (коли оратор бажає досягнути спільної цілі з аудиторією), маніпулятивно-монологічні (промова спрямована на задоволення індивідуальної мети оратора). Побудова С. залежить як від індивідуальних особливостей оратора, так і від специфіки *аудиторії*, на яку розрахована промова, системи цінностей, інтересів, соціальних установок слухачів. Див. *стратегічний закон*.

**Структура промови** – логічне розташування складових частин промови. С. п. досліджували ще в античній риторичі (*Платон, Арістотель, Ісократ* тощо), виділяючи різну кількість складових частин виступу (сім, чотири і т. д.). У сучасній риторичі загальноприйнятим є поділ промови на такі структурні елементи: *вступ, головна частина, висновки*. Кожен з цих елементів передбачає певний обсяг, має свої завдання, які можна реалізувати за допомогою різних прийомів. С. п. вивчає другий розділ *класичної риторичи* – *диспозиція*.

**Судове (юридичне) красномовство** – ораторські виступи юристів, підсудного та інших осіб у процесі розгляду судової справи. С. к. виникло в Давній Греції як *апології* – *промови* на захист самого себе, що їх писали для населення *логографи* – *софісти*. Основні жанри С. к.: *прокурорська (обвинувачувальна) промова, захисна (адвокатська) промова, промова обвинуваченого, промова судді*. Характерними для С. к. є попередньо обумовлений зміст промов, офіційність, полемічність. Для С. к. велике значення має чітке формулювання *мети промови*, переконлива *аргументація*, неупередженість, об'єктивність, знання справи й ситуації, вміння впливати на слухачів, а також знання чинного законодавства. Особлива роль у С. к. належить *етосу* промовця.

**Суперечка** – це комунікативна ситуація, що виражає будь-яке зіткнення думок, за якого кожна сторона відстоює власну позицію в процесі доведення і спростування та виявляє критичну оцінку погляду співрозмовника. С. як предмет риторики зародилася в Давній Греції. Ще в давньогрецькій міфології були богині С. – *Ериди*, які уособлювали дві моделі С.: діалектичну (заради досягнення істини) та еристичну (заради перемоги). Ці різновиди С. згодом обстоювали давньогрецькі філософи та ритори *Сократ* (діалектичну) та *софісти* (еристичну). Елементами С. зазвичай є *теза*, критика та спростування. Учасники суперечки: *опонент*, *пропонент*, *аудиторія* (остання не обов'язкова). С. поділяють на конструктивні (товариські) й деструктивні (ворожі); організовані та стихійні; за кількістю учасників – на монологічні, діалогічні, полілогічні; за метою – С. для досягнення істини, для переконання, задля перемоги, заради самого сперечання тощо; за формою проведення – усні та письмові (у формі листів, статей, письмових звернень). Жанри С.: *дискусія*, *полеміка*, *диспут*, *дебати*. Мистецтво С. в риторичній науці вивчає *еристика*.

**Суперечності закон** – один з чотирьох *законів логіки*, який полягає в тому, що судження та його заперечення не можуть бути одночасно істинними. Два несумісні судження про щось одне (річ, особу), висловлені у той самий час, не можуть бути істинними одночасно – правильне або тільки одне, або жодне. Цей закон *Аристотель* сформулював так: «Неможливо, щоб одне й те саме разом було й не було властиве одному й тому самому і в одному й тому ж смислі». Наприклад, порушенням С. з. є висловлення: «Курсант підготувався до заняття дуже добре і дуже погано», «Я не можу сказати, що позитивних результатів немає, але не можу сказати також, що вони були». Не можна одночасно стверджувати й заперечувати одне й те ж. Мовлення про предмет має бути несуперечливим.

**Суржик** (від церк.-слов'ян. *сурожь* – «суміш різних зерен з житом») – штучна суміш елементів різних мов, неграмотне мовлення. В українській мові термін С. вживають здебільшого щодо суміші українських та російських слів і форм. Прикладами С. є вживання російських слів «нада», «делати», «щітаю», «стакан», «бивший», «канфети», «морожено» та ін., форм на кшталт «сісти по місцям», «два автомобіля», «самий цікавий»; фонетичне оформлення слів на зразок «чюєш», «кампот», «катлета» тощо. С. найчастіше можна почути в побутовому мовленні, де мовець об'єднує лексичні, граматичні, фонетичні елементи різних мов без дотримання норм *літературної мови*. У риторичному мовленні вживання С. небажане, він допустимий лише зі стилістичною метою: для створення гумористичного ефекту чи як засіб стилізації мовлення.

**Суспільно-побутове красномовство** – один з *видів* красномовства, який застосовують у повсякденному житті, у побуті. С.-п. к. переважно стосується якоїсь важливої події у громадському чи приватному житті, певної цікавої ситуації. Воно має національний характер. Основні жанри С.-п. к.: *ювілейна, вітальна, прощальна, застільна, надгробна промова*. Здебільшого це невеликі, лаконічні тексти, що не вимагають чіткої структури. Такі промови зазвичай містять сильний похвальний компонент. Виступи в межах С.-п. к. часто не готують заздалегідь (див. *імпровізація*).

**Тавтологія** (з гр. *ταυτο* – «те ж саме» та *λόγος* – «слово», «мова») – повтор у межах словосполучення або речення одного й того самого слова. Наприклад: *диво дивне, об'єднатися воєдино* та ін. Т. можуть бути ненавмисними – як вияв браку *культури мовлення*. Також Т. можна використовувати свідомо, як *стилістичну фігуру* для привернення уваги слухачів, створення гумористичного ефекту.

**Тактика оратора** (з гр. *τακτικός* – «який стосується шикунання військ») – система безпосередніх конкретних дій *оратора*, спрямованих на ефективну реалізацію *стратегії*. Змістом Т. о. є *аргументація* й активізація мислення, уваги та почуттєво-емоційної діяльності *аудиторії*. Т. о. можна визначити як зовнішньомовну побудову промови, як сукупність принципів, способів та прийомів розгортання *тези*. Див. *тактичний закон*.

**Тактичний закон** – один з семи *законів риторики*, який передбачає формування якнайпереконливішої системи *аргументів* для доведення *тези* (сформульованої за *стратегічним законом*) з метою ефективного інтелектуального та емоційного *впливу* на *аудиторію*. Формуючи тактику, промовець має постійно орієнтуватися на обрану *концепцію* (див. *концептуальний закон*) та *стратегію* (див. *стратегічний закон*), а також на особливості слухацької *аудиторії* (див. *моделювання слухацької аудиторії закон*). Т. з. розвиває вміння послідовно будувати промову, продумувати її *композицію*. Тактику треба обрати таку, яка зробила б процес публічного мовлення двостороннім, таким, у якому відбувається мисленнева та почуттєва співпраця оратора й слухачів, а не пасивне сприйняття інформації з боку аудиторії. Правильно обрана тактика стане запорукою успіху промовця та сформує у слухачів відчуття інтелектуальної, естетичної й емоційної насолоди.

**Тема промови** (з гр. *θέμα* – «те, що покладено в основу») – те, про що йдеться у промові; те, що знаходиться в центрі розповіді, є її стрижнем. Часто Т. п. визначена заздалегідь, проте іноді ораторові потрібно самостійно вибрати Т. п. із наявного переліку чи довільно. Вибором Т. п. займається перший розділ класичної риторики – *інвенція*. Обираючи Т. п., слід зважати

на інтереси й потреби слухацької *аудиторії*, рівень знань слухачів, власну обізнаність у тій чи тій галузі знання, місце й час публічного виступу. Вдалий вибір Т. п. неможливий без урахування *мети промови*. Варто пам'ятати, що Т. п. має бути цікавою як ораторові, так і слухачам, доречною в конкретній ситуації, актуальною й важливою для тих, до кого звернено виступ. Т. п. має бути конкретною та з'єднувати всі змістові частини тексту. Формулювання Т. п. бути лаконічне, яскраве, образне, щоб заінтригувати слухачів і налаштувати їх на виступ, бути оформленим як фраза, а не як ускладнене, розлоге речення, важке для сприйняття. Т. п. поділяють на *підтеми*, які далі ділять на *мікротеми*. Наприклад: тема «Особливості національного українського колориту», підтема «Українські традиції», мікротеми до цієї підтеми «Календарно-обрядові традиції», «Родинно-побутові традиції» тощо.

**Тематика** – сукупність тем, об'єднаних в одне загальне коло за будь-якою ознакою. Коло питань чи проблем, сформульованих навколо такої ознаки, і буде Т. Наприклад, у межах Т. «професія рятувальника» можна сформулювати такі теми: «Потреба в існуванні професії рятувальника», «Освіта для майбутніх рятувальників», «Героїзм цієї професії», «Бути рятувальником – покликання?» тощо.

**Темп мовлення** – швидкість мовлення. Т. м. вимірюють у кількості слів, яку людина вимовляє за хвилину, або в кількості звуків за секунду. Оптимальним Т. м. вважають 120–150 слів на хвилину. Говорити у швидшому Т. м. можна тільки якщо оратор володіє дуже чіткою *дикцією*. Т. м. залежить як від особистості промовця, так і від змісту мовлення, він має бути відповідним до ораторської ситуації: урочисті промови вимагають повільнішого темпу, ніж, наприклад, побутові. Що більше приміщення й більша кількість слухачів, то повільнішим має бути Т. м. Занадто швидкий Т. м., як і занадто повільний, ускладнює сприйняття промови й негативно впливає на інтерес аудиторії. *Хвилювання під час виступу* може викликати мимовільне пришвидшення Т. м.

**Теодозій Печерський** (? – 1074) – український релігійний і церковний діяч, монах, проповідник. Зачислений до лику святих. Походив з Київщини. У ранні роки розпочав чернече життя, 1032 р. прийняв постриг. 1063 р. став ігуменом Києво-Печерського монастиря. У монастирі Т. П. запровадив переписування книг і сам займався літературною діяльністю. Збережено 11 творів Т. П., переважно це повчання та проповіді («слова»), що стосуються християнської моралі й практики, серед них: «Повчання блаженного Теодозія, ігумена Печерського, про карі Божі», «Про любов до Бога», «Про допомогу бідним», «Про ходіння до Служби Божої» та ін. Т. П. належить

також два послання до князя Ізяслава, зокрема «Про віру варязьку», і молитва «За всіх християн».

**Типи викладу матеріалу** – способи представлення матеріалу промови. До Т. в. м. зазвичай зараховують *розповідь*, *опис* і *роздум*. Див. *методи викладу матеріалу*.

**Типи промов за знаковим оформленням** – залежно від ступеня користування *конспектом*, промови ділять на: а) ті, які читають з конспекту (у тих ситуаціях, які вимагають точного слововживання – наприклад, під час зачитування офіційних документів, привітань від імені інших осіб тощо); б) промови, які не вчать напам'ять, а під час виголошення користуються конспектом (наприклад, якщо виступ триває більш ніж годину й весь матеріал вивчити неможливо); в) промови, які пишуть заздалегідь і завчають напам'ять (коли з певних причин читати промову недоцільно, наприклад, під час виголошення офіційної *привітальної промови*); г) імпровізовані промови (*експромти*).

**Типи промов за метою** – залежно від цілей оратора, промови ділять на *інформувальні*, *розважальні*, *переконувальні*, *надихальні*, *закличні*.

**Тирада** (з італ. *tirare* – «тягти») – довга фраза, виголошена піднесеним тоном; сповнений *пафосу монолог*.

**Тісій** (V ст. до н. е.) – античний оратор, логограф, учитель риторики. Походив із Сицилії, мешкав у Сиракузах, Фуріях, Афінах. Учень *Коракса*, вчитель *Лісія*, *Горгія* та *Ісократа*. Персонаж діалогу *Платона* «Федр». Відкрив в Афінах одну з перших риторичних шкіл. Після 465 р. до н. е. разом з Кораксом створив збірку *топосів* – своєрідну хрестоматію «загальних місць», які можна використати у промові, а також перший підручник з риторики, де виклав способи структурування промови (вона повинна була мати початок і закінчення, а також головну частину, що містила б виклад суті справи, доведення власних поглядів і заперечення поглядів опонента). У промовах Т. будував докази на «ймовірності», тобто стверджував, що головне для промови – правдоподібність. Використовував риторичні прийоми, які запозичував з епічної поезії, зокрема, повторення загальних місць (*топосів*), *етопею*. Зберігся античний анекдот, у якому йдеться про те, як Т. вирішив не платити Кораксові за навчання, так що той притягнув Т. до суду. «Скажи мені, Кораксе, – запитав під час захисту Т., – майстром чого мене вважають?» – «Майстром мистецтва доводити що завгодно», – відповів Коракс. «Але якщо ти навчив мене цього мистецтва, я переконую тебе нічого у мене не брати. А коли ти не навчив мене, то мені немає за що платити». Коракс заперечив так: «Якщо, навчившись від мене мистецтва переконувати, ти переконаєш мене нічого з тебе не брати, то ти



повинен заплатити за навчання, адже ти вмієш переконувати, а якщо не переконаєш, то все одно повинен принести гроші, тому що я не переконаний не брати з тебе платні». Судді, вислухавши суперечку ораторів, зробили такий висновок: «Погане яйце поганої ворони».

**Тональність спілкування** – основна емоційна налаштованість промови чи загалом спілкування. Виділяють п'ять Т. спілкування: високу (типова для урочистих ситуацій, формальних суспільних структур), нейтральну (у сфері офіційних установ), звичайну (у ситуаціях щоденного неофіційного спілкування, наприклад, у транспорті та ін.), фамільярну (в сім'ї та дружньому товаристві), вульгарну (у соціально неконтрольованих ситуаціях). Вибір правильної Т. спілкування – одна з умов успіху публічного виступу.

**Топіка** (з гр. *τοπικός* – «місцевий», «тематичний») – учення про сукупність загальних місць (*топосів*), що виявляють аспекти розроблення будь-якої теми. Т. створює смислові моделі, які допомагають ораторові знайти в майбутній промові певні загальні точки, загальні місця й розробити виклад, а також підібрати *аргументи*. Див. *топос*.

**Топос** (з гр. *τόπος* – «місце») – загальне місце у *промові*, *аргумент*, мотив чи тема, які повторюються в тій самій чи в різних промовах. Античні ритори розробляли Т. як схеми чи зразки певних місць у риторичних творах різного змісту і призначених для певних ситуацій. Наприклад, Т. події – це певна схема опису події, для використання цього топосу оратор мав дати відповіді на такі питання: що це за подія? де вона відбулася? коли? як? чому? Так йому вдавалося вичерпно змалювати суть події, нічого не пропустивши. Тож Т. можна розглядати і як уміння поставити правильну низку запитань (від загальних до конкретних), створити своєрідну схему для змістовного й логічного розкриття якогось питання. Одним з перших описав смислові моделі-Т. *Аристотель*, причому в контексті мистецтва *аргументації*, це означає, що кожен Т. можна використовувати не лише для винаходу змісту промови чи під час побудови викладу, але і для доведення. Крім цього, Т. також називають стандартні мовні ситуації, у яких потрібне знання конкретних мовних кліше, наприклад, ситуації знайомства, спілкування в магазині, на зборах тощо. Завчені кліше дозволяють говорити більш-менш вільно, орієнтуватися в ситуації.

**Тост** – див. *застільна промова*.

**Тотожності закон** – один з чотирьох *законів логіки*, який полягає в тому, що всяка сутність збігається сама з собою, тотожна сама собі; тобто будь-яка завершена думка зберігає свою форму і значення в межах певного визначеного контексту. Дія цього закону поширюється лише на одне мовне

ціле, тобто одне висловлення, і в межах певного часу: наприклад, якщо сьогодні щось оцінювати дуже високо, то неможливо водночас оцінювати це низько, однак завтра оцінка цього предмета може змінитися. Якщо водночас тому самому предметові чи явищу одна особа дає дві різні, несумісні оцінки, то перед нами – порушення логіки, *паралогізм* або *софізм*. Також Т. з. потрібно застосовувати для того, щоб уникнути розпливчатості тверджень, коли в одне поняття вкладають різний зміст, або в різні поняття – один і той самий.

**Точність мовлення** – одна з властивостей *мовлення*, яка полягає в підборі таких слів, які повністю співвідносяться з предметами, явищами, діями, які вони називають. Т. м. насамперед характеризує його зміст. Т. м. передбачає, з одного боку, знання та вживання точних значень слів, словосполучень, речень, що відповідають нормам *літературної мови*, а з другого – уміння виражати свої думки так, щоб їх однозначно сприймали адресати мовлення. Т. м. залежить від знання предмета мовлення, доброго володіння мовою, наявності *лексичного запасу*. Т. м. є однією з вимог *культури мовлення*.

**Тренування дикції** – виконання спеціальних вправ, які сприяють поліпшенню вимови звуків. Для Т. д. можна використовувати *артикуляційну гімнастику*, *скоромовки*, читання вголос, відпрацювання вимови окремих звуків у сполученні з іншими звуками тощо. Див. *дикція*.

**Тренування дихання** – виконання вправ, які сприяють збільшенню глибини *дихання* й сили видиху. Т. д. потрібне ораторові, адже від дихання безпосередньо залежить озвучення промови, зокрема, *сила голосу*, якість звуку, *артикуляції* тощо. Під час Т. д. відпрацьовують нижньореберно-діафрагмене дихання, яке є найсприятливішим для ситуацій публічного мовлення. Для Т. д. використовують різні вправи, наприклад: зупинки дихання на вдихові й на видихові; читання уголос; читання віршів з вимовою кожної строфи на одному видиху; задмухування уявних свічок, кожна з яких перебуває на різній відстані. Тренуванню легенів також сприяє спів і сміх.

**Трибуна** (з лат. *tribunus* – «трибун (посадова особа в Давньому Римі)») – підвищення для виступу промовців у залах громадських зборів, на майданах і т. ін.

**Тропи** (з гр. *τρόπος* – «зворот») – засоби виразності мови (художні засоби), що ґрунтуються на вживанні слів чи виразів у переносних, а отже, первинно не властивих їм значеннях. Т. вивчає центральний розділ *класичної риторики* – *елокуція* (конкретніше – його підрозділ *елоквенція*). До найпоширеніших Т. належать *епітет*, *порівняння*, *метафора*, *метонімія*, *персоніфікація*, *синеκδοχα*, *гіпербола* тощо. Т. надають мові *емоційності*,

образної виразності, прикрашають і збагачують мовлення, слугують для підкреслення головної думки. Вдало оздоблений Т. публічний виступ буде зрозумілим, емоційним, привабливим, легко запам'ятеється слухачам. Однак образність Т. не заміняє відсутність змісту й логічної послідовності викладу в тексті, а їх надмірне вживання перевтомлює слухачку *аудиторію*. Водночас слід вживати неординарні образні Т., які привернули б увагу слухачів, і уникати банальних штампів і зворотів.

**Увага слухачів** – зосередженість *аудиторії* на мовленні та постаті оратора. Це запорука успіху промовця, який повинен привернути до себе У. с. на початку *промови* і, наскільки це можливо, втримувати її до кінця. У. с. можна підтримати, зокрема, за допомогою запитань до аудиторії, у тім числі з організацією *дискусії* чи звертаннями до окремих слухачів; навмисного затягування повідомлення важливої або цікавої думки чи подробиць, які напевно цікавлять слухачів; *відступів від теми*; застосування *наочності засобів* та ін. Див. *Засоби керування увагою аудиторії*.

**Ультиматум** (від лат. *ultimatum* – «доведене до кінця») – категорична вимога в формі погрози. На виконання У. відводять обмежену кількість часу, і він має серйозні наслідки в разі невиконання. У. є демонстрацією небажання будь-яких переговорів. У. застосовують насамперед у політичних промовах, хоч іноді У. трапляються і в інших *видах красномовства*, наприклад, у *соціально-побутовому*. Див. також *аргумент до сили*.

**Умовивід** – форма *мислення*, за допомогою якої на підставі одного і більше висловлювань, суджень впливає третє як висновок.

**Уособлення** – *троп*, який полягає в зображенні довколишніх предметів, явищ природи чи навіть абстрактних понять як живих істот, тобто ґрунтується на оживленні неживого. У. є різновидом *метафори*. У. часто ототожнюють із *персоніфікацією*, проте різниця між цими двома поняттями полягає в тому, що останнє означає саме олюднення, тоді як У. є загальним оживленням. Приклад У.: «Ліс здавався темним страшидлом із чорними кістлявими ногами, білими лапатими руками та величезною, закутаною снігом головою. Він підставляв свої численні ноги, а руки струшували з голови снігову шапку...» – тут ліс постає в образі живої істоти (але не обов'язково людини).

**Усне мовлення** – мовлення, яке сприймають на слух. За допомогою У. м. відбувається безпосереднє спілкування й обмін думками між людьми. Специфіка У. м. полягає в застосуванні поряд зі словами *невербальних засобів спілкування* – *інтонації, жестів, міміки* тощо. У. м. може відбуватися в формі *монологу, діалогу* чи *полілогу*. Часто для У. м. властива непередготовленість, спонтанність.

**Учительні Євангелія** – рукописні збірники *проповідей (гомільій)* на недільні і святкові дні, що були поширеними на українських землях протягом XVI–XVIII ст. У.Є. були написані мовою, близькою до народної. На відміну від *барокової проповіді*, зміст та виклад в У. Є. був орієнтованим на простого читача чи слухача. У. Є. сприяли розвитку *церковного красномовства та гомілетики* згаданого періоду.

**Факт** (від лат. *factum* – «зроблене») – подія або явище, які сталися насправді, і цьому є переконливе підтвердження; реальність, яка є очевидною і яку неможливо заперечувати. Оратор може використовувати Ф. як докази *тези* під час публічного виступу, а також у *суперечці*. Ф. належать до *сильних аргументів*.

**Фігура** – мовний зворот, який використовують для підсилення виразності та образності мовлення, Оратори вживають Ф. також для привернення *уваги аудиторії*. Див. *риторичні фігури, стилістичні фігури*.

**Фіксації полюса суперечки прийом** – уточнення предмета *суперечки*, того положення, істинності або хибності якого треба довести. Ф. п. с. п. дає дискутантам змогу чітко усвідомити, навколо чого ведуть суперечку, та не дозволить відхилитися від власних позицій. Він пришвидшує суперечку й робить її конструктивнішою. Ф. п. с. п. заснований на логічному *виключення третього законі*.

**Філіппіка** – гнівна промова *Демосфена* (IV ст. до н. е.), спрямована проти ворога афінської демократії македонського царя Філіпа II (збережено чотири Ф. Демосфена, хоч автентичність четвертої під сумнівом). *Цицерон*, наслідуючи Демосфена, називав Ф. власні промови, спрямовані проти консула Марка Антонія (до нашого часу дійшло чотирнадцять таких творів). Зараз Ф. називають обвинувачувальну, викривальну промову, виступ проти когось чи чогось.

**Формулювання теми** – див. *Вибір теми*.

**Фраза** (з гр. *φράσις* – «спосіб висловлення», «зворот») – основна одиниця *усного мовлення*, висловлювання, що має змістову цілісність та інтонаційне оформлення. Ф. також називають стійкі вислови (наприклад, *афоризми*), *цитати*.

**Фразеологізм** (з гр. *φράσις* – «спосіб висловлення», «зворот» та *λόγος* – «слово», «мова») – стійке сполучення слів, граматично організоване як словосполучення або речення, що має цілісне значення, усталене оформлення й передає певне поняття. Наприклад: *заварити кашу, біла ворона, сім разів відміряй – один раз відріж* і т. д. Ф. в мовленні не виникають заново, мовці відтворюють їх як готові мовні формули. Ф. виконують найрізноманітніші функції: оцінну, емоційно-експресивну, функцію створення сатири й гумору

та ін. Ф. роблять мовлення невимушеним, містким, дотепно-влучним, викликають у слухачів певне ставлення до зображуваного, дають йому оцінку – позитивну чи негативну. Серед Ф. виокремлюють *ідіоми, порівняння*. До Ф. іноді зачисляють прислів'я, приказки, *афоризми, крилаті вислови*. Див. також *ідіома*.

**Фразовий наголос** – виділення різною силою голосу слова чи слів у межах фрази, що залежить від їх смислового навантаження й місця в реченні. Часто Ф. н. є виділенням останнього слова у фразі для демонстрації змістової цілісності та завершеності висловлення, тому такий наголос є прерогативою речення. *Логічний та емпатичний наголоси* називають різновидами Ф. н.

**Функціональний мовний стиль** – різновид мови з певним набором характерних для нього мовних засобів і прийомів, який використовують у відповідних ситуаціях. Особливості ораторського стилю більш індивідуальні, аніж Ф. м. с., але обов'язково залежать від нього. Виділяють такі Ф. м. с.: *розмовний, публіцистичний, офіційно-діловий, науковий, художній, конфесійний*. Кожен стиль має свою сферу поширення, виконує певні функції, вирізняється характерними ознаками та системою притаманних йому лексичних засобів і стилістичних норм.

**Хвилювання під час виступу** – хвилювання, яке передуює виступові чи охоплює оратора безпосередньо під час промови. Це основна проблема промовців. Х. п. ч. в. можуть зазнати навіть ті, хто в повсякденному житті не має труднощів зі спілкуванням. Незначне Х. п. ч. в. корисне, адже воно покращує реакцію, робить висуп емоційнішим, промовець говорить енергійніше. Щоб запобігти надміру переживань та уникнути *аудиторного шоку*, передусім варто пояснити собі причину страху. У більшості випадків допомагає добра підготовка, яка є умовою й основою впевненості в собі. Перед виступом можна зробити *артикуляційну розминку* чи навіть кілька фізичних вправ. Налаштуватися допомагають спогади про власні успішні виступи, самонавіювання і самопереконавання в майбутньому успіху. Варто усвідомити, що публіка буде нейтральною, толерантною до незначних помилок оратора. Перед виступом потрібно впевнитися, що навіть можлива невдача не стане трагедією. Вже у процесі виголошення промови постійне підтримання *зорового контакту* з аудиторією допоможе відволіктися від зайвого самоаналізу. При цьому треба старатися зберігати впевнений вигляд. Основний засіб боротьби з Х. п. ч. в. – безперервна практика в риторичному мовленні. Вживання заспокійливих засобів чи алкоголю може мати небажаний ефект – викликати млявість чи пригніченість, тож такі методи треба викоистовувати з обережністю.

**Хибна аналогія** – помилка у створенні *аргументації* або ж *виверт* у *сперечанні*, коли *аналогію* проводять між такими предметами та явищами, між якими практично немає спільних ознак. Наприклад: «Якщо вчені, проводячи дослідження, можуть з'ясувати й уточнювати інформацію у книжках, інтернеті чи в колегах, то чому ж нам, студентам, на контрольній не можна підглянути або запитати щось у сусіда?», «Заявляти, що людина безсмертна – те саме, що казати, ніби автомобіль може їздити вічно».

**Хибна дилема** – *виверт* у *сперечанні*, за якого один з опонентів визнає лише дві взаємовиключні альтернативи, тоді як насправді ці альтернативи або не виключають одна одну, або ж їх є більш ніж дві. Наприклад: «Або наша країна візьме черговий кредит, або нас чекає крах економіки». Тоді як насправді економіка може розвалитися і після того, як буде взято чергову позику. Прикладом Х. д. є і так зване провокаційне *запитання* на зразок: «Ти вже перестав бити свого батька? Так чи ні?».

**Хіазм** (з гр. *χιασμός* – «хрестоподібне розташування») – одна зі *стилістичних фігур*, таке розташування елементів у висловленні, за якого складається враження симетричності його частин, порядок слів нагадує літеру Х. Наприклад: Мужні хлопці і вогнеборці відважні.

**Художній стиль** – один зі стилів *літературної мови*, функціональний різновид *мовлення*, який обслуговує сферу художньої літератури. Він може поєднувати мовні засоби всіх *функціональних стилів*, вжиті з художньою метою. Основна функція Х. с. – формувати естетичні смаки читачів та впливати на їхню емоційно-почуттєву сферу. Цей стиль реалізується головно в писемному мовленні. Особливостями мови Х. с. є використання всього багатства національної лексики, усіх можливих варіантів синтаксичної побудови речень, емоційно-забарвлених слів та образних висловів, *тропів*. Х. с. іноді називають літературно-художнім.

**Цезар Гай Юлій** (100–44 рр. до н. е.) – військовий полководець, політик, державний діяч, письменник, оратор. Унаслідок політичної й воєнної діяльності приєднав до Риму великі території, заснувавши Римську імперію. Ц. відомий передусім як політичний і військовий промовець, його вважали одним з найвидатніших ораторів Риму. Ц. розглядав риторику не як мистецтво чи самодостатню науку, а як засіб для досягнення політичної мети – влади. Його промови не мали вишуканих прикрас, а були природними, сповненими живого інтересу до конкретних подій, осіб, явищ. Найвідомішим твором Ц. є автобіографічні «Записки про галльську війну» в семи книгах. Припускають, що Ц. міг бути автором збірок промов і листів, які не дійшли до нашого часу. Ц. вважають засновником преси й журналістики, адже він

започаткував у Римі видання першої протогазети – протоколів засідань Римського сенату.

**Церковне красномовство** – один з *видів красномовства*, сферою якого є релігійне та церковне життя. Християнське Ц. к. також називають *гомилетикою*. Серед жанрів Ц. к. – *проповіді*, релігійні бесіди й дискусії, коментування Біблії.

**Цитата** (з лат. *cito* – «зрушую», «викликаю») – дослівно переданий уривок з певного опублікованого твору. У риторичній діяльності промовець може використовувати Ц. для обґрунтування власної позиції, похвалювання та врізноманітнення викладу. Вживання Ц. привертає *увагу аудиторії*.

**Цитування** – прийом ораторського мовлення, який полягає в обґрунтуванні власних поглядів та тверджень покликанням на думки фахівців у певній галузі чи просто видатних особистостей. Погляди, які належать відомим людям, звучать дуже переконливо. Ц. обов'язково повинне бути доречним – його сила полягає не в кількості *цитат*, а в ефективності їх використання. Вказувати твір, а тим більше сторінку, з якої взято цитату, під час виступу не потрібно, досить назвати ім'я її автора, проте джерело варто записати на той випадок, якщо хтось зі слухачів захоче це уточнити.

**Цицерон Марк Туллій** (106–43 рр. до н. е.) – давньоримський політичний діяч, оратор, письменник, філософ. У Римі дістав юридичну, філософську та риторичну освіту; навчався красномовства у грецьких риторів. Займався адвокатською практикою, був одним з найвідоміших судових ораторів Риму, а пізніше став сенатором. Згодом, у час перебування на посаді консула, за викриття змови проти Катіліни Ц. проголошено «батьком батьківщини». Убитий унаслідок політичних переслідувань. Ц. створив власний ораторський стиль, який став взірцем красномовства Давнього Риму. Ц. поєднав у своєму стилі простоту, безпосередність і пишномовність, інтелект і почуття, логіку й емоції. Улюбленим художнім прийомом Ц. була *ампліфікація*. Автор великої кількості промов, частина яких дійшла до нашого часу. Відомі, зокрема, його *філіппіки*, спрямовані проти консула Марка Антонія. Ц. належить сім риторичних трактатів, з яких найбільше значення для теорії риторики мають: «Про оратора» (у ньому Ц. змалював власний ідеал промовця), «Брут» (нарис історії римського красномовства) та «Оратор» (присвячений питанням стилістики).

**Число Міллера** – число, яке характеризує обсяг оперативної пам'яті людини. Ч. М. дорівнює  $7 \pm 2$  – такою кількістю різних структурних одиниць інформації здатна оперувати короткочасна, робоча пам'ять. Його встановив американський психолог Дж. Міллер. Ч. м. визначає оптимальну довжину

висловлення, тож найлегшими для сприймання є *фрази* довжиною від п'яти до дев'яти слів (ідеться про повнозначні, а не службові слова). Тож для того, щоб *аудиторія* краще сприймала промову, під час публічного мовлення найкраще використовувати не надто довгі висловлювання.

**Чорна риторика** – уміння маніпулювати всіма засобами та прийомами *риторики* (зокрема *еристики*) для того, щоб привести *аудиторію* до того висновку, який потрібен *ораторові*, нав'язати слухачам власний погляд. Особливо часто Ч. р. застосовують у суперечках для перемоги над *опонентом*, чинячи деструктивний вплив на співрозмовника, порушуючи хід його думок, викликаючи у третіх осіб сумніви в позиції суперника, стираючи межі між правдою та брехнею. Метою застосування елементів Ч. р. є психологічний вплив оратора для отримання необхідного йому результату, причому Ч. р. не засуджує використання нечесних прийомів на благо промовця, цим ігноруючи *етос оратора*. Винайдення терміна «Ч. р.» приписують німецькому психологові К. Бредермайєру, який систематизував основні прийоми та положення у книзі «Чорна риторика: влада і магія слова», однак засоби Ч. р. існували ще задовго до публікації цього твору. Ч. р. часто використовують у політиці, бізнесі, рекламі, *пропаганді*. Див. *маніпуляція словесна, рабулістика, софізм, виверт у сперечанні*.

**Шепелявість** – одна з *вад дикції*, яка полягає у вимові свистячих звуків ([с], [з]) як шиплячих ([ш], [ж]). Позбутися Ш. можна, систематично виконуючи вправи для поліпшення *дикції*, наприклад, *артикуляційну гімнастику*

**Шок аудиторний** – див. *аудиторний шок*.

**Ювілейна промова** – один з жанрів *суспільно-побутового красномовства*, промова, присвячена певній даті, пов'язаній з ушануванням конкретної людини, групи осіб, організації, установи, споруди тощо. У Ю. п. доречний *пафос*, який, однак, не повинен переходити межу. Форма та зміст Ю. п., попри невимушеність і дотепність викладу, повинні бути морально та етично виважені, щоб не образити ні ювіляра, ні його близьких, ні слухачів. До Ю. п. можна включати в хронологічному порядку найважливіші діяльності, досягнення ювіляра, побажання подальшого плідного розвитку та всіляких гараздів. Слушними в Ю. п. будуть *імпровізації*, тактовні жарти та дотепне акцентування уваги слухачів на своєрідних рисах ювіляра, спогади про цікаві й маловідомі факти з його життя та діяльності.

**Юридичне красномовство** – див. *судове красномовство*.

**Яворський Стефан** (1658–1722) – український та російський богослов, письменник, публіцист, релігійний, політичний і культурний діяч, оратор, проповідник. Походив з м. Яворів (зараз Львівська область).



Навчався в *Києво-Могилянській колегії*, польських школах у Львові, Любліні, Познані, Вільно. 1698 р. повернувся до Києва, став ченцем, з 1680 р. призначений професором Києво-Могилянської колегії, де читав курси поетики, риторики, філософії і богослов'я, виконував обов'язки префекта. У Києві Яворський почав проповідувати, написав підручник риторики. 1700 р. переїхав до Москви, висвячений на митрополита муромського і рязанського, через якийсь час став екзархом і блюстителем всеросійського патріаршого престолу. Автор понад 300 проповідей, написаних складним стилем, з великою кількістю *тропів* і *фігур*; а також богословських трактатів («Камінь віри», 1728, «Знаменія пришествія антихристова і кончини віка» (1703, та ін.) і віршів.

**Ясність мовлення** – смислова прозорість мовлення, що забезпечує його зрозумілість, доступність для слухачів. Я. м. – одна з вимог *культури мовлення* загалом. Я. м. оратора передбачає, що *аудиторія* сприйме сказане абсолютно так само, як його розуміє сам промовець. Умовою Я. м. є його *точність*.

## ВИКОРИСТАНА Й РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

- Абрамович С. Д.* Риторика / С. Д. Абрамович, Ю. М. Чікарькова. – Л. : Світ, 2001. – 240 с.
- Абрамович С. Д.* Риторика загальна та судова : навч. посібник / С. Д. Абрамович, В. В. Молдован, Ю. М. Чікарькова. – К. : Юрінком Інтер, 2002. – 416 с.
- Александров Д. Н.* Риторика / Д. Н. Александров. – М. : ИНТИ-ДАНА, 1999. – 534 с.
- Анисимова Т. В.* Современная деловая риторика : учебное пособие / Анисимова Т. В., Гимпельсон Е. Г. – М. : Воронеж, 2002. – 432 с.
- Бабич Н. Д.* Основы культуры мовлення / Н. Д. Бабич. – Л. : Світ, 1990. – 446 с.
- Борухович В.* Ораторское искусство Древней Греции / В. Борухович // Ораторы Греции. – М. : Художественная литература, 1985. – С. 5 – 24.
- Бредемайер К.* Искусство словесной атаки / Карстен Бредемайер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 184 с.
- Бредемайер К.* Черная риторика : Власть и магия слова / Карстен Бредемайер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 214 с.
- Веденская А. А.* Деловая риторика : учеб. пособие для вузов / Л. А. Веденская, Л. Г. Павлова. – М. : МарТ, 2008 – 512 с.
- Вилсон Г.* Язык жестов / Глен Вилсон. – СПб. : Питер, 2001. – 182 с.
- Гандапас Р.* К выступлению готов! Презентационный конструктор / Радислав Гандапас. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2009. – 208 с.
- Гандапас Р.* Камасутра для оратора. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 272 с.
- Гриценко Т. Б.* Етика ділового спілкування : Навч. посібник / Т. Б. Гриценко, Т. Д. Іщенко, Т. Ф. Мельничук. – К. : Центр учбової літератури, 2007 — 344 с.
- Гуревич С.С.* Основы риторики / С. С. Гуревич, В.Ф Погорілко, М. А. Герман. – К. : Вища школа, 1988. – 146 с.
- Жеребкін В. Є.* Логіка : Підручник / В. Є. Жеребкін. – К. : Знання, 2008. – 255 с.
- Зарецкая Е. Н.* Логика речи / Е. Н. Зарецкая. – М.: Дело, 2007. – 424 с.
- Зубенко Л. Г.* Ораторське мистецтво : практ. посібник / Л. Г. Зубенко. – К. : Парламентське видавництво, 2002. – 115 с.
- Иванова С.Ф.* Учитесь убеждать: Беседы об ораторском искусстве / С. Ф. Иванова. - Элиста : Калмыцкое книжное издательство, 1989. – 123 с.

*Карамишева Н. В.* Логіка : підручник для студ. юрид. фак. вузів / Н. В. Карамишева. – Л. : Стрім, 1998. – 247 с.

*Карнегі Д.* Як виробляти у собі впевненість і впливати на людей, виступаючи прилюдно / Дейл Карнегі. – Харків : Промінь, 2007. – 560 с.

*Колотілова Н. А.* Риторика: Навч. посібник / Н. А. Колотілова. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 232 с.

*Конверський А. Є.* Логіка (традиційна та сучасна) : Підручник для студентів вищих навчальних закладів / А. Є. Конверський. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 536 с.

*Кошачевський С. С.* Техніка мови / С. С. Кошачевський. – К. : [б. в.], 1983. – 223 с.

*Кульчицька М.* Збірник тестових завдань з риторики / М. Кульчицька, О. Шелюх. – Львів : ЛДУБЖД, 2011. – 130 с.

*Куньч З. Й.* Риторичний словник / З. Й. Куньч. – К. : Рідна мова, 1997. – 342 с.

*Леммерман Х.* Учебник риторики. Тренировка речи с упражнениями / Хайнц Лиммерман. – М. : Культура и спорт, ЮНИТИ; АО «Интерэксперт», 1997. – 255 с.

Літературознавчий словник-довідник / Р. Т. Гром'як, Ю. Т. Ковалів та ін. – К. : ВЦ «Академія», 1997. – 752 с.

*Мацько Л. І.* Риторика : Навч. посібник / Л. І. Мацько, М. О. Мацько. – К. : Вища школа, 2003. – 211 с.

*Ментцель В.* Риторика : искусство говорить свободно и убедительно / Вольфганг Ментцель. – М. : Омега-Л: Smart Book, 2008. - 144 с.

*Нельке К.* Проведение презентаций / Клаудиа Нельке. – Москва : Омега-Л, 2007. – 144 с.

*Олійник О. Б.* Риторика : навчальний посібник / О. Б. Олійник. – К. : Кондор, 2009. – 170 с.

*Пиз А.* Язык телодвижений: Как читать мысли других по их жестам / А. Пиз. – СПб.: Изд. дом Рутенберг, 2000. – 272 с.

*Препотенська М.* Риторика. 10 ключових тем : навч. посіб. / М. Препотенська. – К. : Фірма «ІНКОС», 2009. – 254 с.

*Сагач Г. М.* Живе слово полеміста / Г. М. Сагач. – К. : [б. в.], 1991. – 16 с.

*Сагач Г. М.* Похвальне красномовство / Г. М. Сагач. – К. : [б. в.], 1996. – 154 с.

*Сагач Г. М.* Риторика / Г. М. Сагач. – К. : Видавничий Дім «Ін Юре», 2000. – 566 с.

Сагач Г. Словник основних термінів та понять риторики / Г. М. Сагач. - К. : МАУП, 2006. – 280 с.

Сопер П. Л. Основы искусства речи / П. Л. Сопер. – М. : Прогресс-академия, 1992. – 416 с.

Стернин И. А. Практическая риторика / И. А. Стернин. – М. : Академия, 2008. – 272 с.

Таранов П. С. Карманная риторика / П. С. Таранов. – Севастополь : Библикс, 2005. – 384 с.

Томан І. Мистецтво говорити / Іржі Томан. – К. : Політвидав України, 1986. – 223 с.

Українська мова: Енциклопедія / Редкол. Русанівський В. М., Тараненко О. О., Зяблюк М. П. та ін. – К. : Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. – 824 с.

Хоменко І. В. Еристика : Мистецтво полеміки : Навч. посібник / І. В. Хоменко. – К. : Юрінком Інтер, 2001 . – 191 с.

Чибісова Н. Г. Риторика : Навч. посібник / Н. Г. Чибісова, О. І. Тарасова. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 228 с.

Шипунов С. Харизматичний оратор. Руководство к курсу «Словесная импровизация» / С.А. Шипунов. — М. : Творческая мастерская, 2009. – 288 с.

Шопенгауер А. Эристика, или искусство побеждать в спорах / Артур Шопенгауер . – СПб. : Этика, 1990. – 118 с.

Эдмюллер А. Техники манипуляции. Распознавание и противодействие / Андреас Едмюллер. – М. : Омега-Л, 2008. – 131с.

Якібчук М. В. Словник риторичних термінів : для студентів спеціальності "менеджмент організації та менеджмент підприємницької діяльності" / М. В. Якібчук. – Івано-Франківськ : ІФНТУНГ Факел, 2009. – 57 с.