**Ольга Боягіна**

**(Харків, Україна)**

**МЕТОДИКА ВИРОБЛЕННЯ НАВИЧОК**

**ЛЕКТОРСЬКОЇ РИТОРИКИ У ПРАКТИЦІ ВИКЛАДАЧА**

Досконале володіння професійним мовленням, вміння чітко і правильно виражати свої думки, триматися перед аудиторією, говорити правильно, розумно і захопливо - це нагальна потреба сучасного викладача, один із важливих інструментів впливу на студентів.

Ефект комунікаційного спілкування ґрунтується, в першу чергу, на риторичній майстерності. Його вищий пілотаж найяскравіше представлений в ораторстві. Риторика (в перекладі з грецького – теорія красномовства), як визначав Арістотель, – це здатність знаходити можливі способи струнко висловлювати свої думки щодо кожного даного предмету. Володіння риторикою – професійна вимога, яка пред'являється до кожного лектора. Володіння ж ораторством – це прояв його особистого таланту.

Лекторська риторика, як прагматичний варіант загальної риторики, включає все те, що дозволяє оволодіти загальними риторичними знаннями і уміннями, і те, що представляє їх адаптацію до специфічних умов викладацької діяльності. Вона базується на «трьох китах»: формальній, науковій і професійній логіці, філології, іміджелогії. Названі дисципліни складають підставу, на якій підноситься риторика як комплексна дисципліна. Але знання їх засад не завжди є секретом успіху.

Мистецтву говорити треба вчитися. Для цього слідує особливу увагу приділяти пізнанню технологічного оснащення комунікаційного спілкування, тобто тому набору психолого-дидактичних принципів мовної дії, без яких не мислиться ситуація спілкування. Важливою умовою ефективності технології мовлення є дотримання таких принципів, як доступність, асоціативність, сенсорність, експресивність, інтенсивність та ін. [1, 4, 7].

Важливим у ситуації спілкування є і так званий «ефект іміджу». Адже у восьми з десяти випадків сприйняття людини людиною спочатку здійснюється на основі враження про зовнішній вигляд. Він має істотне значення для схвалення аудиторією коммуникатора. Елегантна манера спілкування, доброзичливий погляд, естетика одягу – все це надає на людей позитивну дію до початку промови виступаючого і сприяє підтримці уваги до себе протягом її викладання [3].

Закріпити або скорегувати первинні враження у людей від коммуникатора допоможе «ефект перших фраз», головним критерієм якого є цікава інформація. Вона може бути абсолютно новою, епатажною або відомою, але поданою в новій інтерпретації, з супроводженням оригінальними прикладами [2].

«Ефект аргументації». Це раніше всього логіка виступу, яка сама по собі додає йому обгрунтованість і переконливість. Її магічна дія на людей пояснюється тим, що вона є формалізованими законами роботи нашого інтелекту. Логічний виклад інформації – створення комфортних фізіологічних умов для діяльності інтелекту. У результаті йде активний процес співрозмислення і осмислення інформації.

Логіка – це внутрішньоструктурна організація мови, а матеріалом її побудови є теоретична і емпірична аргументація. До теоретичної аргументації відносяться наукові положення, концепції, гіпотетичні думки. До емпіричної зараховують конкретний факт, цифрові показники, статистичні дані. Помилкою, що часто зустрічається, є захоплення виступаючого або теоретичною, або емпіричною аргументацією. Виходячи із знання аудиторії, треба визначити об'єм і характер використання і тій, і іншій аргументації. Важливо, щоб вони були присутні в кожному виступі. Річ у тому, що емпірична інформація розрахована на буденне, а теоретична – на теоретичну свідомість. Коли майстерно використовуються обидва види інформації, то синхронно включається в «роботу» і буденне, і теоретична свідомість, що сприяє діяльному оволодінню особою інформацією [6].

«Ефект квантового викиду інформації». За твердженням А.Ф. Коні, щоб лекція мала успіх, треба, по-перше, завоювати увагу слухачів, по-друге, утримати їх увагу до кінця.

Отже, проблема уваги – проблема номер один в комунікаційному спілкуванні. Це і зрозуміло. К.Д. Ушинський образно порівнював увагу з дверима, через які проходить все, що тільки входить в душу людини із зовнішнього світу.

Ефективним риторичним прийомом підтримки уваги аудиторії (особи) є «квантовий викид» інформації. Він виступає у вигляді:

– продуманого розподілу по всьому простору мови привабливих думок і аргументів, періодичній інтерпретації раніше сказаного, авторських узагальнень за підсумками якогось фрагмента мови.

– психологічно грамотного викиду через певні тимчасові інтервали слухачам кванта «свіжої» інформації.

У результаті виступаючий як би тримає на прив'язі увагу слухачів.

Даний прийом має і інше риторичне значення. З його допомогою можна забезпечити актуалізацію задуму мови, послідовне підведення слухачів до її кінцевої мети [5].

«Ефект інтонації і паузи». Це вельми доступний і продуктивний по результату риторичний інструмент. Фахівці стверджують, що уміла інтонація і своєчасні паузи сприяють 10-15%-му приросту інформації. Обумовлено це тим, що додання слову або фразі певної голосової тональності, як правило, викликає у слухаючих людей певні асоціації – спогади. У результаті відбувається інформативний приріст до того, що говорить виступаючий. При цьому він може бути із знаком «+» або «—», залежно від того, які емоції і асоціації викликає озвучувана інформація.

Делікатним риторичним інструментом є «пауза». Звернення до неї ефективно тоді, коли є упевненість, що слухачі активно включилися в комунікаційний процес, що їх мислення, пам'ять і уява інтенсивно беруть участь в ньому. Ось тоді для самостійного осмислення слухачами отримуваної інформації, підключення до неї власних знань і корисна пауза (тимчасове припинення подачі інформації) як робочий момент в технології розумової діяльності, сприяючий відтворенню особою своїх знань (думок).

«Ефект словесної витонченості». Він пов'язаний з умінням «переправляти» думки у відповідні слова, грамотною побудовою пропозицій, дотриманням правил словонаголосів. «Прекрасна думка, – затверджував Вольтер, – втрачає свою ціну, якщо погано виражена, а якщо повторюється, то наводить на нас нудьгу».

Предмет і логіка мови підказують, які фрази гідні зайняти місце в мові. Не будь-яка фраза може бути вставлена в каркас лекції. Це можуть бути лише фрази, які не порушують сенс викладу, забезпечують його мовне втілення, доступне для осмислення.

Витонченість мови – це уміння естетично використовувати літературне багатство мови. Існує прямий зв'язок між словарним запасом виступаючого і художньою виразністю мові.

Одним з показників багатства мови вважається різноманітність синонімів, тобто близьких за значенням слів, що відрізняються смисловими і лінгвістичними відтінками. Щоб додати мові художню образність, використовувати в ній різноманітність риторичних прийомів (метафор, гіпербол і так далі), корисно знати класичну і сучасну художню літературу, національний колорит народних прислів'їв і приказок.

Недотримання мовних норм і літературної чистоти мови – явище, що нерідко зустрічається, навіть в публічних виступах і в роботі професійних дикторів радіо і телебачення. Це виявляється у вигляді неправильної вимови, спотворення сенсу понять або багатослівності, тавтології. Багато хто порушує вимоги нормативного наголосу і вимови. В зв'язку з цим рекомендується користуватися спеціальними довідниками, в яких закріплені літературні норми в області вимови.

«Ефект релаксації». Чим напружливо протікає комунікаційне спілкування, тим більше доводиться його учасникам прикладати зусиль по самоорганізації уваги. Про це повинен знати лектор і допомагати слухачам в такій нелегкій роботі над собою. У цих цілях використовується «ефект релаксації» – емоційне розслаблення і розумове перемикання.

Класичним риторичним прийомом досягнення цього є дотепність і гумор. Гете говорив, що гумор – мудрість душі. Він багато в чому допомагає сприйняттю інформації, її осмисленню. Відомий вислів А. Герцена: сміх Вольтера зруйнував більше, ніж плач Руссо. Гумор створює природну паузу для відпочинку інтелекту людей, допомагає «перезарядити» його новою емоційною енергією, що позитивно позначається на працездатності.

«Ефект дисперсії». Нерідко лектор глибоко упевнений, що висловлена ним інформація, унаслідок професійної доступності і актуальності, активно сприйнята слухачами. Через деякий час він дізнається, що немало студентів викладену ним інформацію сприйняли не зовсім чітко.

Отже, в думці викладача склався задум лекції, в подальшому він надав йому словесну публічну форму, яку потім озвучив. Потім пішов процес сприйняття інформації слухачами. Як при розумовому відтворенні задуму, його словесному оформленні і озвучуванні, так і при ухваленні «інформаційного продукту» слухачами неминучі втрати і спотворення інформації.

Таким чином, лекторська риторика – найсильніший інструмент комунікаційного спілкування. Оволодіння нею на належному технологічному рівні завжди пов'язано зі зростанням особистого рейтингу викладача.

**Література:**

1. Клюев Е.В. Риторика (Инвенция. Диспозиция. Элокуция): Учебное пособие для вузов. / Е.В. Клюев. – М.: ПРНОР, 2001. – 272 с.

2. Леммерман Х. Учебник риторики: тренировка речи с упражнениями. / Х. Леммерман. – Интерэсперт, 1998. – 253 с.

3. Льюис Д. Тренинг эффективного общения. / Д. Льюис. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2002. – 224 с.

4. Михальская А.К. Основы риторики: мысль и слово: Учебное пособие для учащихся 10-11 классов общеобразовательных учреждений. / А.К. Михальская. – М.: Просвещение, 1996 – 416 с.

5.Пешков И.В. М.М. Бахтин: от философии поступка к риторике поступка. / И.В. Пешков. – М.: Лабиринт, 1996. – 176 с.

6. Ребрик С. Презентация: 10 уроков. / С. Ребрик. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2004. – 200 с.

7. Сопер Поль. Основы искусства речи. / П. Сопер. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1999. - 448с.