

## ЛЕКЦІЯ 4. МАЙСТЕРНІСТЬ ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ

**МЕТА:** *схарактеризувати типи промов за різними ознаками, з'ясувати основні етапи підготовки промови, визначити структурні елементи ораторського твору.*

### ПЛАН

1. Види публічних виступів.
2. Методика та етапи підготовки публічного виступу.
3. Структура ораторського твору.
4. Культура сприймання публічного виступу. Види запитань.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Абрамович С.Д. Риторика / С.Д. Абрамович, М.Ю Чікарькова. – Львів: Світ, 2001.
2. Корнева Л.М. Риторика: навч.-метод. посібн. / Л.М. Корнева – Полтава: ПНПУ, 2005.
3. Мацько Л.І. Риторика: навч. посіб. / Л.І. Мацько, О.М. Мацько. – К.: Вища школа, 2006.
4. Сагач Г.М. Золотослів: навч. посіб. / Г.М. Сагач. – К.: Райдуга, 1993.
5. Сопер П. Основы искусства речи / Поль Сопер. – М.: Прогресс-Академия, 1992.
6. Томан І. Мистецтво говорити / Іржі Томан. – К.: Політвидав України, 1996.
7. Чибісова Н.Г. Риторика / Н.Г. Чибісова, О.І. Тарасова. – К.: Центр навчальної літератури, 2003.
8. Шевчук С.В. Українська мова за професійним спрямуванням: Підручник. / С.В. Шевчук, І.В. Клименко – 2-ге вид., виправ. і доповнен. – К.: Алерта, 2011. – 696 с.

## 1. Види публічних виступів

Предметом вивчення риторики є публічне монологічне мовлення, тобто створення публічних виступів різних типів, починаючи від задуму до його словесного втілення та ефективного проголошення.

**Публічний виступ** – це особливий жанровий різновид мовленнєвої діяльності, своєрідний за своєю природою, місцем серед інших видів мовлення, а також якісними ознаками. У ньому найповніше реалізується система мисленнєво-мовленнєвих дій – уміле використання форм людського мислення (логічно-образного) та мовних засобів вираження.

**Типи промов** можуть виділятися за різними ознаками. Найбільш поширеною і давньою є класифікація **за сферою соціальної діяльності**, тобто за місцем виголошення. Бере вона свій початок ще в античні часи, коли виокремлювали судові, дорадчі та епідейктичні (похвальні) промови. З розвитком ораторського мистецтва класифікація промов змінювалася (так, існувало придворне, народне красномовство тощо). Тепер виділяють такі типи красномовства і відповідно – типи промов:

**1. Академічне красномовство** – це ораторська діяльність науковця та викладача, що доповідає про результати дослідження або популяризує досягнення науки. Найбільш поширені його види і жанри:

- а) власне наукові (лекція, наукова доповідь, повідомлення, огляд, реферат і т. ін.);
- б) науково-методичні (навчальна лекція);
- в) науково-популярні (науково-популярна лекція, кінолекція, лекція-екскурсія та ін.).

Головними рисами академічного красномовства вважають доказовість, логічність, точність, чіткість, термінологічність тощо.

**2. Соціально-політичне красномовство** – виступ оратора, що виражає інтереси певної партії або роз'яснює якусь суспільно-політичну ситуацію. Цей вид красномовства пов'язаний з важливими подіями внутрішнього і зовнішнього життя країни. Тому розрізняють такі його різновиди:

- а) військове красномовство;
- б) дипломатичне красномовство;
- в) мітингові промови, які є агітаційними за своєю суттю;
- г) парламентські виступи.

**3. Судове (юридичне) красномовство** – це різновид мовлення, метою якого є цілеспрямований і ефективний вплив на суд, сприяння формуванню переконань суддів і слухачів у залі. Судове красномовство виникло в Давній Греції. У Росії та Україні поширилося у другій половині XIX ст. після реформи судочинства (1864 р.). Видами судового красномовства є прокурорська промова (її мета – звинувачення) та адвокатська промова (її мета – захист). Вони повинні відповідати трьом завданням: з'ясувати, довести, переконати. Жанри судового красномовства: тексти законів, допит, показання свідків, юридичні консультації, дискусія на суді, виступи звинувачення і захисту тощо.

**4. Церковне красномовство** – один із найдавніших видів, який застосовується у практиці різноманітних конфесій. Християнська гомілетика бере початок з Нагірної проповіді Христа, саме вона, а також притчі та життя святих лягли в основу сучасного церковного красномовства. Його різновиди – проповідь (промова, яка виголошується перед паствою і поєднується з церковними діями), офіційна промова (адресована самим служителям церкви), молитва.

**5. Суспільно-побутове красномовство** – це влучне, гостре або урочисте слово з приводу якоїсь важливої події в житті. Його різновиди: ювілейна промова, вітальна промова, застільне слово (тост), надгробна (поминальна) промова. Такі виступи характеризуються ритуальністю, позитивністю характеристики людини, тобто вони є за своєю суттю панегіриками.

Деякі вчені (наприклад, М. Львов) виділяють як окремий вид красномовства ділове (сферою застосування якого є бізнес, господарська

діяльність, а різновидами – переговори, телефонні розмови, ділові папери тощо) та внутрішнє красномовство (мисленнєві діалоги та монологи).

#### **Промови за метою виступу:**

1) розважальна промова (мета – розважити і повеселити слухачів, підтримати їхню увагу й інтерес);

2) інформаційна промова (мета – дати нове уявлення про предмет). Вона може бути описом, розповіддю або поясненням;

3) надихаюча промова (мета – привнести натхнення в аудиторію, переконати її й викликати активну реакцію);

4) переконуюча (мета – логічними засобами довести або спростувати якусь інформацію);

5) спонукаюча (мета – спонукати слухача до нової дії або до припинення старої);

6) ритуальна (мета – дотримання ритуалу).

#### **Типи промов за знаковим оформленням та закріпленням:**

1. Промови, які читають за конспектом. Ситуація вимагає точного слововживання (офіційна політична промова, офіційний документ, наукова доповідь, виступ на каналах масової комунікації).

2. Промови, які готують заздалегідь, але не вчать напам'ять (академічна лекція, політична промова тощо).

3. Промови, які готують заздалегідь і вчать напам'ять (ушанування ювіляра, виступ на дипломатичному прийомі).

4. Імпровізовані промови (експромт) (виступ на зборах, засіданнях, комісіях, на урочистих зібраннях).

#### **Ще розрізняють:**

1) конспект-розсип, що представляє собою розрізнені записи на окремих аркушах;

2) план (перелік основних тверджень, розташованих у певній послідовності), тези (короткий опис основних ідей, цитати, цифри) та план-конспект виступу (поєднує в собі план і тези виступу);

3) доповідь, написана повністю і прочитана слухачам, доповідь написана і відтворена напам'ять і доповідь, написана повністю, але відтворена по пам'яті.

На вибір типу підготовки впливає різновид виступу, знання та можливості оратора тощо, але, як вважають науковці, найбільш ефективним є написання плану-конспекту, оскільки цей спосіб підготовки організовує промовця, а відсутність усталеного тексту дозволяє йому імпровізувати.

## **2. Методика та етапи підготовки публічного виступу**

Виділяють такі фази та етапи підготовки до виступу:

### **I. Докомунікативна фаза, яка передбачає декілька етапів:**

#### **1. Вибір теми**

Термін *тема* походить з грецької мови і означає «те, що покладено в основу», фундамент. Тобто «тема – це те, про що йде мова». Нерідко трапляється, що лекторові пропонують, наприклад, виступити на чітко визначену тему. Академічна доповідь в стінах ВНЗ визначається навчальним планом чи науковим керівником. Тема церковної проповіді визначена наперед і пристосована до того чи іншого дня служби. Навіть на зборах інколи заздалегідь пропонують виступити з певного питання.

Проте інколи *тему промови* підмінюють її *об'єктом*. Наприклад, пропозиція висловитися про сучасну українську культуру не є власне темою. Це саме об'єкт уваги. Бо ж культура – поняття широкі: його становлять і науковість викладання, й потреба слухачів у матеріалі, й висвітлення окремих галузей (література, живопис, музика тощо). Перераховані конкретні питання – це *тематика*, що відбиває у своїй сукупності багатогранний і складний об'єкт уваги. *Тема завжди конкретна, стосується одного питання*. Інша справа, що слід виділяти в межах однієї теми ще й т. зв. *підтеми*: наприклад, лекцію про екологічну чистоту середовища можна розвивати на таких підтемах, як *чистота повітря, чистота води, чистота продуктів, соціальна та особиста гігієна людини*

тощо. Підтема, в свою чергу, може поділятися на мікротеми; наприклад, мікротемами підтеми чистота повітря можуть бути: *озон, кисень, смог* тощо. Звичайно, мікротема не обов'язково мусить бути розгорнутою – вона часом може зводитися до абзацу або й навіть до одного речення. Всі ці моменти слід добре продумати. Коли промовець не уявляє, що конкретно він хоче сказати, не варто розраховувати на позитивний результат.

Отже, тема часто визначається тим, яку психологічну реакцію оратор хоче викликати у своїх слухачів. Якщо він ставить за мету розважити їх – з багатогранного об'єкта обирається одна тема. Якщо ж переконати чи закликати до чогось – зовсім інша. При цьому варто враховувати також свої можливості, оскільки можна взятися за велику й значну тему, але не впоратися з нею. Отже, доцільно обирати таку тему, яка до душі й під силу ораторові.

Відомий знавець техніки спілкування Дейл Карнегі неодноразово підкреслював, що розуміння між людьми виникає лише тоді, коли звертатися до співбесідника з великим і якомога щирішим інтересом до його проблем. Слід уникати загальних фраз та банальних істин: аудиторія слухатиме не того, хто знає загальновідоме, а хто покаже, як розв'язати жагучі проблеми. Отже, ви маєте знати свій матеріал краще, ніж слухачі. Чим повніше ви захоплені своєю темою, тим більше шансів, що вас почують.

Лекція, виступ чи проповідь, промова або доповідь мусять бути аналізом якихось важливих, нерозв'язаних, але пекучих проблем життя, що залежать від власних знань і уподобань оратора, інтересів аудиторії, злободенності питання.

### **Фактори успіху теми (за П. Сопером)**

#### *1. Основні інтереси аудиторії*

Усіх майже без винятку цікавлять питання життя та смерті, здоров'я та грошей, професії та соціального престижу. Спробуйте уявити, що ви вигукнули: «Пожежа!» і, відповідно, – реакцію натовпу. Але не лише

матеріальні інтереси відносяться до цієї групи: патріотизм, честь, почуття обов'язку так само здатні запалити аудиторію, як і звістка про нові способи лікування.

## *2. Групові інтереси аудиторії*

Оратор повинен знати, до кого саме він звертається: до спортсменів, міліціонерів чи мільйонерів, до любителів книги чи неписьменних (казуальний момент).

## *3. Злободенні інтереси аудиторії*

Епідемія, політичні пертурбації, оподаткування, загроза голоду чи холоду завжди володіють увагою людей, і якщо ви виступаєте з промовою в місцевості, де йде, припустимо, війна або пішов у відставку глава держави, чи, принаймні, мер міста, варто взяти до уваги те, чим тут нині люди схвильовані.

## *4. Конкретні інтереси аудиторії*

Звичайно, ця група інтересів має інший характер (скажімо, кожна людина в залі не байдужа до того, скільки грошей вона заробить завтра, а скільки – післязавтра). Але конкретні інтереси обов'язково пов'язуються з моральними проблемами. Наприклад: чи морально робити своє багатство відверто ганебними методами? Отож, можна зачіпати й конкретні інтереси людей, але ставити питання значно ширше, сукупно з більш «високими» проблемами.

## *5. Новизна теми*

Варто враховувати психологічну потребу людей у новизні. Подивіться сьогодні, скільки народу прикипає до повідомлень про «літаючі тарілки» й «зелених людей» у них, про «магів у третьому поколінні», що вершать чудесні зцілення, про життя тварин і т.д., й ви переконаєтеся, наскільки люди прагнуть чогось нового, як гнітять їх рутинне, сіре життя.

## *6. Конфлікт*

Люди люблять стежити за суперечкою чи змаганням, отож, якщо вашу тему буде розкрито в конфліктних колізіях, показано «за» і «проти» тієї чи

іншої тези, змальовано сильні й слабкі сторони обстоювачів тієї чи іншої позиції – будьте певні, вас слухатимуть з цікавістю.

**2. Визначення основної мети:** розважати аудиторію, повідомити інформацію, надихнути, переконати чи спонукати слухачів до дії. Мета виступу впливає на його обсяг, упорядкування, виголошення та аргументацію. Отож, *треба мати настанову на загальну мету*. Оратор мусить твердо знати, чого прагне. Якщо це прокурор, то мета його промови – довести провину звинуваченого. Діаметрально протилежна мета в адвоката, який прагне виправдати підсудного. Якщо б прокурор та адвокат раптом захопилися невластивими проблемами, втратили загальну настанову, суд не міг би здійснитися.

**3. Моделювання аудиторії** передбачає врахування кількох факторів:

- соціально-демографічного (вік, стать, освіченість слухачів, національність тощо);
- соціально-психологічного (потреби аудиторії, мотиви її поведінки тощо);
- індивідуально-особистісних (їх можливо застосовувати після тривалого знайомства зі слухачами).

#### **4. Збирання матеріалу**

Матеріал для промови може конденсувати власний і чужий досвід. Матеріалом з власного життя можуть бути: *власні думки, спостереження, емоції, уява, інтуїція, творчість експерименти* і т. п. Матеріал, що містить чужий досвід, – це насамперед література – наукова та науково-популярна, довідкова, художня; ЗМІ, інформаційні системи типу Інтернету, досвід інших людей, опитування, анкетування. Підготовку до виступу слід розпочинати зі звертання до власних знань, а потім – підбирати і опрацьовувати літературу. Матеріалу повинно бути на третину більше, ніж потрібно.

Якщо промовець власні думки підкріплює *цитатами*, то вони набувають більшої ваги. Крім того, цитати іноді допомагають влучно



пояснити думку, зробити її більш конкретною, зрозумілою. Коли цитують чиюсь думку чи спостереження, потрібно на це вказувати, тобто *посилатися на джерело*, з якого взято дану цитату.

## 5. Складання плану

Саме тоді, коли матеріал опрацьовано й законспектовано (чи занесено в комп'ютер), починається його логічний виклад, послідовна схема виступу, тобто план.

Плани бувають трьох видів: *простий, складний та цитатний*. Простий план являє собою, по суті, ряд непоширених речень.

Наприклад, Тема: «Види красномовства»

### План

1. Академічне красномовство.
2. Політичне красномовство.
3. Юридичне (судове) красномовство.
4. Церковне красномовство.
5. Суспільно-побутове красномовство.

Складний план – це своєрідне поширення простого плану шляхом розгалуження основних питань. Крім того, сюди звичайно вводять вступ та висновки (хоча й не обов'язково).

Наприклад, Тема: «Види красномовства»

### План

I. *Вступ*. Потреба у видовій диференціації красномовства залежно від сфери його ужитку.

II. *Основна частина*. Диференціація видів красномовства.

1. Академічне красномовство:
  - а) лекція;
  - б) диспут;
  - в) реферат;
  - г) виступ на науковій конференції.
2. Політичне красномовство:

- а) політична промова;
- б) політична інформація;
- в) політична бесіда.

III. *Висновки*. Необхідність для оратора дотримуватись жанрово-видових норм красномовства.

Цитатний план подібний, як правило, до простого, але замість непоширених речень тут вживаються цитати, які конденсують суть даного питання.

Наприклад, Тема: «Види красномовства»

#### План

1. «Академічне красномовство – це ораторське вміння науковця та викладача, що доповідає про результати дослідження або популяризує досягнення науки».

2. «Політичне красномовство – це виступ оратора, що виражає інтереси тієї чи іншої партії (політичної сили) або роз'яснює якусь суспільно-політичну ситуацію».

Запишіть план на окремому аркуші. Можливо, що ви якісь моменти скасуєте, натомість введете інші.

З античних часів прийнято певну структуру промови (*вступ, основна частина, висновки*). Пізніше цей досвід було деталізовано (**вступ** є *зацікавленням*; **основна частина** – *опис, оповідь* та міркування; **висновки** – *це переконання*).

Попрацювавши кілька років за цією схемою, ви набудете вміння миттєво схоплювати матеріал, систематизувати його, імпровізувати переконливу й ґрунтовну промову.

#### **6. Укладання основи виступу**

Попередньо ораторові належить:

- уточнити основні аспекти теми;
- чітко сформулювати власну концепцію (на основі критичного осмислення і систематизації особистого та чужого досвіду);

- основні положення концепції сформулювати у вигляді тез, які надалі будуть поширюватися, розвиватися, аргументуватися;

- систематизувати накопичені матеріали.

Систематизація матеріалу включає кілька фаз:

- фаза орієнтації, коли оцінюється значущість фактів у залежності від мети і теми, а також визначається обсяг матеріалу і укладається робочий план;

- фаза вибору, коли виокремлюється головне-другорядне, важливе-неважливе, старе-нове і т. д. На цьому етапі план коригується;

- фаза занурення, коли остаточно визначається обсяг матеріалу, аспекти теми, позиція автора, додається матеріал, якого не вистачає, а структура виступу набуває завершеного вигляду;

- фаза безпосереднього укладання тексту виступу.

Не обов'язково запис промови повинен здійснюватися саме у вигляді детального конспекту: такий конспект потрібний перш за все початківцю. Для оратора, що вже має певний досвід, зручніше записати майбутню промову у вигляді розширеного *плану* чи *тез* – це будуть так звані «опорні» фрази, на основі яких він може побудувати свою промову.

Текст, що виникає в результаті всієї цієї роботи, може оновлюватися. З часом у оратора може поглибитися погляд на життя, він пізнає щось нове, зміняться соціальні обставини, виявиться новий аспект теми. Отож, оновлення текстів – річ звичайна.

Оратору-початківцю можна укласти партитуру тексту.

Найбільш поширені знаки партитури за місцем розташування в тексті поділяють на три групи: рядкові, нарядкові, підрядкові.

### **Рядкові знаки**

1. Фразові паузи: | коротка (на один рахунок); || на два рахунки (раз, два); ||| на три рахунки (раз, два, три).

2. Дужки ромбічні <>, якими варто позначати вставні речення або слова.

3. Дужки квадратні [ ] вживаються, якщо варто додати слово (слова), що допомогло б утримати непевний зміст речення, знайти потрібну інтонацію.

4. Лапки « », у які беруть слова, що вимовляються з інтонацією іронії.

### **Нарядкові знаки**

5. Знак наголосу. Якщо для вас якісь слова в тексті нові й ви не знаєте, де правильно поставити наголос, подивіться у словник і позначте наголос на письмі.

↗ 6. Підвищення тону . Цей знак використовується для інтонування і означає незавершеність вислову, питання, непевність, використовується в окличних реченнях, під час звертання тощо.

↘ 7. Пониження тону. Пониження тону використовується для позначення інтонації, що передбачає завершення вислову чи його певної частини.

∧ 8. Злам інтонації. Використовується під час підвищення та пониження інтонації чи навпаки).

### **Підрядкові знаки**

9. Логічний наголос \_\_\_\_\_. Це знак партитури, що виділяє семантичний центр фрази (слово або групу слів). Він може змінюватися залежно від мети, яку хоче досягти оратор. Зазвичай місце логічного наголосу підказує контекст.

10. Уповільнення темпу\_ \_ \_ \_ . Цей прийом використовується для того, щоб зафіксувати увагу на слові (словах), що для промовця є ключовими.

→ 11. Прискорення темпу. Використовується для позначення вторинності, додаткового характеру інформації (вставні речення або слова тощо).

∪ 12. Легато. Використовується для позначення злиття слів у вимові, якщо вони вимовляються як одне ціле. Знак свідчить, що пауза тут непотрібна.

## **7. Тренування**

Тим, хто прагне стати оратором, необхідно потренуватися в проголошенні промови вдома вголос. Це допоможе вам визначити час звучання промови, орієнтуючись приблизно на 100-120 слів на хвилину (саме такий темп найбільш сприятливий для аудиторії). Дуже зручними помічниками тут виступають аудіозапис чи дзеркало. За їх допомогою ви можете оцінити себе, розробити систему жестів, попрацювати над виразом обличчя тощо.

«Перед кожним виступом слід подумки досягнути план промови, так би мовити, упорядкувати свої матеріали. Коли лектор усвідомлює, що добре пам'ятає все те, про що має говорити, це надає йому бадьорості, певності себе та заспокоює...» (А. Коні).

## **8. Психологічна підготовка до виступу**

Оскільки зустріч з аудиторією завжди хвилює оратора, навіть досвідченого, то щоб побороти хвилювання, треба набиратися досвіду публічного спілкування: ставити голосно і чітко питання в аудиторії; просити слова в будь-якому можливому випадку, брати участь у дискусіях, висловлювати свою точку зору; обговорювати з рідними та друзями тему виступу; можна займатися самонавіюванням. Недосвідчений оратор повинен пам'ятати ще й такі основні моменти:

- не треба боятися слухачів;
- свою увагу концентрувати не на власних переживаннях, а на змісті промови;
- слухачам доцільно говорити не все, резервні знання нададуть упевненості в собі;
- не слід готуватися в останній день;
- не потрібно їсти за годину-півтори до початку виступу;
- уникати нервових рухів, не демонструвати свого хвилювання.

**II. Комунікативна фаза** – безпосередньо виступ і відповіді на запитання. Фахівці з ділової риторики пропонують ораторові дотримуватися таких порад під час публічного виголошення виступу.

1. Якщо ви прагнете привернути увагу аудиторії:

- активізуйте увагу слухачів, зацікавте їх, переконайте, що ваш виступ буде свіжим, яскравим, образним;

- слухачі повинні заохочено слухати вас; дайте їм зрозуміти, що факти, які ви збираєтеся розкрити, зрозумілі й цікаві;

- не зловживайте під час виступу запитальними формами, оскільки це може ввести в оману слухачів;

- не плутайте основну думку з доказами та ілюстраціями, виокремлюйте її інтонаційно;

- якщо у вас виник сумнів, зробіть паузу, поясніть детально основну думку і лише потім продовжуйте далі.

2. Якщо ви бажаєте завоювати довіру слухачів:

- слова вимовляйте чітко, переконливо;

- у мовленні й поведінці все повинно бути злагодженим: слова, постава, жести;

- зацікавте аудиторію описами, порівняннями, зіставленнями, протиставленнями;

- аудиторія завжди охоче сприймає цікаву інформацію; структуруйте матеріал на прості і зрозумілі елементи, щоб слухачам було легше їх запам'ятати;

- демонструйте різні підходи до вирішення проблеми.

Щоб набути досвіду справжнього оратора, варто після кожного публічного виступу аналізувати його.

**III. Посткомунікативна фаза** – самоаналіз виступу і, можливо, його корекція залежно від реакції слухачів.

#### **Алгоритм самоаналізу виступу**

1. Як аудиторія зустріла мене? (Доброзичливо, байдуже, стримано, з

недовірою, з неприязню).

2. Як розпочав (ла) виступ? Чи викликав виступ зацікавленість, поживавлення, байдужість, несприйняття?

3. Як можна схарактеризувати настрій аудиторії упродовж виступу? Він змінювався на мою користь чи ні? У якій частині виступу це було помітно? Як це проявлялося? Можливі причини цих змін.

4. Якщо аудиторія реагувала негативно, то чим це було зумовлено?

5. Як я реагував (ла) на невдачу/успіх?

6. Як я сам (а) оцінюю:

- вибір теми, її розкриття, свою позицію;

- план і композицію виступу, логіку побудови, вступ, висновки;

- якщо тему, факти, логіку я оцінюю позитивно, то чим пояснити невдачі, незадоволення, послаблення контакту?

7. Як я сам (а) оцінюю своє усне мовлення; дихання (не вистачало глибини дихання, утруднення дихання через носову порожнину, чи були вимушені паузи для вдиху; що можна сказати про темп, плавність мовлення: чи вільним було мовлення, чи не було зайвого напруження?).

8. Як аудиторія реагувала на мої аргументи, приклади, жарти, запитання?

9. Як я тримався (лася):

- просто і вільно чи скуто?

- чи не зловживав (ла) жестами?

10. Що повчальне з цього виступу я врахую під час підготовки до наступного виступу?

Успіх виступу (оволодіння розумом, почуттями й емоціями слухачів) забезпечують його глибоке і всебічне продумування, добір необхідних слів, жестів, інтонацій, аргументів і наочних засобів. Така комплексна підготовка сприяє завоюванню уваги аудиторії, переконанню її у власній слушності, залученню слухачів до активної участі у спілкуванні.

Публічна промова може набувати різних форм: виступ, репліка, публічна лекція, виступ-бесіда, лекція-діалог, бесіда, зустріч за круглим столом тощо. Ефективність тієї чи іншої форми залежить від змісту виступу, його обсягу, характеру аудиторії, але за рядом параметрів більш ефективними вважаються:

- бесіда в малій аудиторії (засвоєння матеріалу – 89%, зацікавленість – 93%);

- лекція-діалог (засвоєння матеріалу – 83%, активність слухачів – 97%).

На успіх промови впливає й численність аудиторії: мала аудиторія (20 – 25 осіб) дозволяє легко встановити контакт зі слухачами й забезпечує досить високу їх активність.

### **3. Структура ораторського твору.**

Якої б форми не набував виступ, він повинен мати чітку структуру і будуватися за певними правилами. Існують загальні **принципи**, яких слід дотримуватися, розробляючи структуру виступу:

1) принцип цілеспрямованості: оратор, а за ним і слухачі, повинні усвідомити направленість виступу за таким ланцюжком:

проблема – тема – теза – мета виступу – план (композиція);

2) принцип послідовності: усі мікротеми, яких має бути не більше трьох, підпорядковуються основній темі;

3) принцип взаємного узгодження: усі частини тексту взаємопов'язані;

4) принцип стислості: при однаковому змісті й викладі короткий виступ завжди оцінюється вище, ніж більш довгий;

5) принцип посилення: мовленнєвий вплив повинен зростати від початку до кінця виступу. Це може бути досягнуто розміщенням матеріалу за його значущістю, посиленням емоційності викладу, розташуванням аргументів за їх переконливістю, збільшенням інтенсивності викладу, інтонаційними засобами;



б) принцип результативності: виступ обов'язково містить певні висновки, рекомендації, спонукання до дії, які чітко сформульовані словами;

7) принцип пропорційності: вступ – 10-12% загального обсягу, основна частина, висновки – 4-5%.

Усі ці принципи побудови виступу мають бути реалізовані у його структурі та композиції (композиція – закономірний, вмотивований змістом і задумом порядок частин виступу).

Промова будується за традиційною тричленною системою: вступ, основна частина, висновки. Починається виступ з етикетних формул: вітання, знайомство, вияв радощів тощо.

#### **У вступі виділяють:**

1) зачин (мета – підготувати аудиторію до сприйняття, привернути її увагу). Це може бути запитання, зачин-факт, зачин-проблема, які допоможуть встановити контакт з аудиторією;

2) зав'язку (мета – пояснити тезу, заінтригувати постановкою проблеми, показати актуальність обговорюваного питання, тобто презентація теми). Домінувати може зачин, якщо право оратора на виступ було неочевидним і треба змусити слухачів до уваги; презентація теми як домінанта пропонується, звичайно, для ситуацій, коли слухачі готові з увагою поставитися до виступу даного оратора.

#### **Основна частина містить виклад плану і аргументацію тези.**

**Підсумки**, які надають завершеності висловлюванню, можуть бути у формі:

1) нагадування (мета – нагадати основну тезу, повернутися до вихідної проблеми);

2) узагальнення (мета – сформулювати словами висновок, звернувши увагу на основне);

3) заклику, спонукання (мета – мобілізувати слухачів на певну реакцію);

4) зазначення перспектив (мета – поставити перед слухачами певне завдання);

5) ілюстративна кінцівка (мета – підвищити інтерес до предмета мовлення): поезія, жарт, каламбур, оригінальне порівняння.

Деякі виступи можуть не відповідати традиційній структурі. Як правило, це мітингові промови та похвальні слова, у яких інколи відсутні вступ і висновки.

Під час укладання виступу важливо не допуститися помилок у його композиції.

Найбільш типовими з них є:

- відсутність вступу;

- занадто великий вступ;

- непослідовно побудований або не підпорядкований основній ідеї виклад;

- велика кількість теоретичних положень;

- відсутність доказів головних тез;

- розгляд багатьох аспектів;

- шаблонність побудови тексту промови; непропорційність матеріалу виступу;

- відсутність висновків.

Важливе значення має і місце подання найбільш значущої інформації. Німецький психолог XIX ст. Генріх Ебінгаус встановив так званий «закон краю», згідно з яким краще запам'ятовується інформація на початку і в кінці промови. Якщо зобразити виступ графічно щодо його цікавості і вагомості, то ми мали б перед собою криву, яка на початку піднімалася доволі високо, далі б трохи спадала, а відтак поволі, але неухильно, сягала найвищої точки. З урахуванням даного положення можна застосувати рамочну конструкцію побудови виступу: «Мета нашої лекції...Отже, ми встановили...» Цей спосіб викладу матеріалу особливо добре спрацьовує в підготовленій аудиторії.

#### 4. Культура сприймання публічного виступу. Види запитань.

Важливим компонентом техніки професійного спілкування є вміння слухати. **Слухання** – не просто мовчання, а активна діяльність, своєрідна робота, якій передують бажання почути, інтерес до співрозмовника. Розпізнання істинного змісту повідомлення або поведінки означає перший крок до правильного вибору засобів впливу на співрозмовника.

Часто заважає слухати зосередженість на власних думках, проблемах або бажаннях, іноді буває так, що формально ми чуємо партнера, а насправді – ні, тобто виникає «псевдослухання», імітація уваги до співрозмовника.

Поширеним є «агресивне» слухання – прагнення якомога швидше висловити власні погляди і судження, не беручи до уваги позицію партнера. «Вибіркове» слухання дає можливість зосередитися лише на деяких деталях повідомлення, найбільш важливих або цікавих для реципієнта, за цих умов не вимальовується загальна картина, вона залишається мозаїчною.

Розглядаючи слухання як елемент техніки професійного спілкування, виділяють два його типи: пасивне й активне. **Пасивне** – це таке слухання, за якого відсутні дії реципієнта, що інформували б про те, чи сприйняли й зрозуміли його повідомлення.

З метою кращого порозуміння співрозмовників рекомендують використовувати техніку **активного слухання**: з'ясування, дослівного повторювання, перефразовування і резюмування.

З'ясування полягає у зверненні до співрозмовника за уточненнями та у постановці перед ним відкритих запитань.

Дослівне повторювання – відтворення частини висловлення партнера або усієї його фрази. Воно допомагає зосередитися на його словах й постійно стежити за міркуваннями співрозмовника. Повторювання дає змогу партнерові зрозуміти, що його чувають і сприймають.

Перефразовування – коротке відтворення основного змісту повідомлення співрозмовника, сутності його висловлення.

Резюмування використовується, якщо під час виступу увага переключається на інше, нерідко другорядне питання.

Під час сприймання публічного виступу слухачів зазвичай дратують:

- розповіді про особисті справи;
- банальність (розмова про відомі всім речі, повторення жартів та афоризмів);
- пасивність (підтакування співрозмовникові та небажання висловлювати умотивовану думку);
- самозаглиблення (зосередженість лише на своїх успіхах і проблемах);
- надмірна серйозність;
- відсутність такту, схильність до спішних висновків;
- гордовитість і зневага до співрозмовника;
- брутальність, надмірна балакучість.

Логічності виступу сприяють питальні конструкції, оскільки розвиток суджень відбувається шляхом переходу від раніше відомого до нового, більш точного твердження. Ставлячи питання, формують відповідь на нього. Функції питальних висловлювань визначаються їх місцем в структурі тексту виступу і комунікативним завданням. За їх допомоги окреслюють проблему, викладають нову інформацію. Розрізняють такі види запитань, якими послуговуються під час виголошення і сприймання публічного виступу.

**Закрите запитання** – це запитання, на яке можна відповісти однозначно, наприклад: «так/ні», назвати точну дату, ім'я або число тощо, їх використовують, щоб отримати конкретну інформацію, уточнити твердження, сфокусувати розмову.

**Відкриті запитання** – це запитання, на які важко відповісти одним словом. Воно зазвичай починається словами чому, навіщо, у який спосіб, яка ваша думка з цього приводу, що ви могли б нам запропонувати тощо – це вимагає розгорнутої відповіді. Ними послуговуються на початку дискусії.

**Альтернативні запитання** – це щось середнє: ставлять їх у формі відкритого запитання, але при цьому пропонують варіанти відповіді.

**Риторичні запитання** не потребують відповіді на відміну від звичайних. До них вдаються у двох випадках: 1) відповідь і так усім слухачам відома, треба тільки актуалізувати її для сприймання слухачем; 2) таке запитання, на яке ніхто не знає відповіді або її й зовсім не існує, на взірць: *Хто винен? Що робити? Куди йдемо?* Однак промовець, не чекаючи відповіді, вважає за потрібне поставити запитання, щоб підкреслити незвичайність ситуації.

**Підтверджувальні запитання** (техніка Сократа): одержати від співрозмовника низку відповідей «так», щоб або створити атмосферу згоди, або додати розмові інерції та змусити вимовити «так» на головне запитання.

Це можна зробити за допомоги зв'язок, тобто фраз, складених за схемою: спочатку твердження, потім запитання, що потребує твердження. Стандартні зв'язки: *Правда? Ви згодні? Справді? Правильно? Дійсно? Чи не так? Чи не правда?*

**Спрямовувальні запитання** використовують тоді, коли потрібно скерувати розмову у потрібному напрямку.

**Запитання-кристалізатори** допомагають шліфувати думку.

**Інформаційні запитання** забезпечать отримання інформації.

**Однополюсні запитання** віддзеркалюють запитання співрозмовника.

**Проблемні запитання** формулюють мету виступу, мікротему, визначають завдання.

**Провокаційні запитання** підбурюють на певні дії, спонукають до бажаних.

**Навідні запитання** стимулюють мислення, спрямовують хід думок у потрібному напрямку (*Що б трапилося, якщо...? Чи віддасте ви перевагу...?*), на отримання відповіді, яка зміцнить позицію промовця (*Так, Ви думаете, що було б доцільно...?*).

**Прикінцеві запитання** використовують на етапі завершення розмови, виступу, їм мають передувати одне-два підтверджувальні запитання.

Наприклад: *Чи переконалися ви, наскільки ця думка є слушною? Чи зміг я вас переконати, у чому перевага саме цієї пропозиції?* Потім без додаткового переходу можна ставити прикінцеве запитання.

Уміле використання промовцем у своєму виступі різних запитань сприятиме ефективному сприйманню слухачами виступу.

**Питання для самоконтролю:**

1. Назвіть типи промов за сферою соціальної діяльності.
2. Назвіть види промов за метою висловлювання.
3. Назвіть типи промов за знаковим оформленням та закріпленням.
4. Схарактеризуйте етапи підготовки до публічного виступу.
5. Назвіть структурні елементи ораторського твору та схарактеризуйте їх.