

СПІЧРАЙТИНГ ЯК ПРОЦЕС ПРЕЗЕНТАЦІЇ ПРОМОВИ

Публічний виступ: основні вимоги до його ефективності.

Ефективність усного мовлення. Основні труднощі публічного виступу. Загальні вимоги до публічного виступу. Правила підготовки до публічного виступу. Публічний виступ як системне явище. Модель публічної комунікації. Закони риторики як основа успішної риторичної діяльності: концептуальний, моделювання аудиторії, стратегічний, тактичний, мовленнєвий, ефективної комунікації, системно-аналітичний.

Публічний виступ - це усне монологічне висловлення з метою надання впливу на аудиторію. У сфері ділового спілкування найбільше часто використовуються такі жанри, як доповідь, інформаційна, привітальна і торгова мова

В основі класичної схеми ораторського мистецтва лежить 5 етапів:

- Добір необхідного матеріалу, змісту публічного виступу;
- Складання плану, розподіл зібраного матеріалу в необхідній логічній послідовності;
- Словесне вираження, літературна обробка мови;
- Завчання, запам'ятовування тексту;
- Проголошення.

Сьогодні в ораторській діяльності виділяють 3 основних етапи: докомунікативний, комунікативний і післякомунікативний. Кожний з етапів містить перелік конкретних дій, які можна представити у вигляді таблиці

Докомунікативний	Комунікативний	Післякомунікативний
1. Визначення теми і мети виступу.	Проголошення промови.	Аналіз промови.
2. Оцінка аудиторії і обстановки.	Відповіді на питання, ведення полеміки.	
3. Підбір матеріалу.		

4. Вироблення тексту.		
5. Репетиція.		

Підготовка до будь-якого ораторського монологу починається з визначення його теми і мети. Тему визначає або сам автор, або ті, хто запрошує його виголосити промову. Назва виступу повинна бути ясною, чіткою, по можливості короткою. Вона повинна відбивати зміст промови і привертати увагу слухачів (Наприклад: "Чи потрібні нам атомні електростанції?", "Стан охорони праці і техніки безпеки в цеху № 5", "ПРО підготовку до проведення сертифікації виробів").

При розробці повістки для нарад необхідно особливу увагу звертати на формулювання тем доповідей і повідомлень. Теми повинні орієнтувати людей на участь в обговоренні конкретних проблем. Тому доцільно "розшифровувати" пункт порядку денного "Різне", "ПРО різне" - людина буде мати можливість заздалегідь підготувати і продумати свій виступ. Деякі промови не мають назв: привітальна, мітингова й інші.

Пристаючи до розробки тексту, необхідно визначити мету виступу. Виступаючий повинен ясно представляти, якої реакції він домагається. Основні цілі публічного монологу - повідомлення і вплив. Оратор може поставити задачу інформувати слухачів, дати певні відомості.

Або він розраховує схвилювати аудиторію, сформулювати у людей переконання, уявлення, що стануть мотивами їх поведінки, тобто призиває до будь-яких дій. Часто ці цілі перехрещуються, сполучаються в одному виступі. Свої цілі і задачі варто повідомити слухачам.

Важливо оцінити склад майбутньої аудиторії, заздалегідь настроїтися на своїх слухачів, з огляду на такі фактори: освітній рівень, напрямок освіти (гуманітарна, технічна...), пізнавальні інтереси, стать, вік, ставлення до теми і до оратора.

Завжди легше говорити, звертаючись до однорідного (гомогенного) складу (дилетанти, фахівці, колеги, студенти, люди однакових політичних поглядів і т. д.). Ніж однорідніше аудиторія, тим однодушніша реакція на виступ.

Звертаючись до молоді, не можна загравати, лестити, повчати, дорікати в незнанні, некомпетентності, підкреслювати свою перевагу, ухилятися від гострих проблем і питань.

Перед слухачами з високим рівнем професійної чи наукової підготовки не можна виступати, якщо немає нових поглядів, підходів до рішення проблеми, не можна допускати повтори, тривіальні судження, демонструвати свою перевагу, зловживати цифрами, цитатами, ухилятися від суті проблеми.

У неоднорідній (гетерогенній) аудиторії виголошувати промову сутужніше. Якщо публіка різна по складу, треба, по можливості, адресувати який-небудь фрагмент кожній групі. Варто заздалегідь подумати про те, що сказати окремим, особливо авторитетним, важливим персонам, якщо ви знаєте, що вони прийдуть.

Необхідно також з'ясувати чисельність аудиторії. Великою кількістю слухачів складніше керувати. У величезній масі людині легковірний, схильний до знеособлювання, не здатний до критики, бачить усе в чорно-білих фарбах, реагує на емоції. Чим більше аудиторія, тим простіше, наочніше, образніше варто говорити.

Знання своїх слухачів, "прицільна" підготовка промови набувають особливе значення під час обговорення якого-небудь важкого питання у вузькому колі фахівців, ділових людей.

Варто довідатися, у якій обстановці буде проходити виступ - у залі, у кабінеті, чи є там кафедра, стіл, мікрофон...

Кафедра допомагає сконцентрувати увагу на ораторі, за нею треба розташовуватися вільно, невимушено, установивши і намагаючись зберігати постійно відстань у 20 - 30 сантиметрів між ротом і мікрофоном.

Треба з'ясувати також після яких інших промов планується ваш виступ. Адже кожна наступна промова повинна бути цікавіше по змісту і формі, ніж попередня.

Наступна ступінь докомунікативного етапу - "кодування" - складання тексту - починається з добору матеріалу. Щоб виступ вийшов змістовним, краще використовувати не одне джерело, а кілька. Джерела матеріалу підрозділяються на групи:

Безпосередні - матеріал, добутий автором з життя шляхом спостережень, власного досвіду:

- знання, практика;
- особисті контакти, бесіди, інтерв'ю;
- уява - уявне створення нових картин, образів, проєктів на основі минулого досвіду з елементами творчості.

Опосередковані:

- а) офіційні документи;
- б) наукова і науково-популярна література;
- в) художня література;
- г) статті газет і журналів;
- д) передачі радіо і телебачення;
- е) довідкова література: енциклопедії, словники;
- ж) результати соціологічних опитувань.

Варто пам'ятати, що "живий" досвід завжди добре сприймається слухачами, він переконливий і йому вірять.

Матеріал публічного виступу може бути теоретичним і фактичним. Насиченість промови тим або іншим типом матеріалу залежить від жанру. Так, у звітній доповіді потрібно приводити безліч фактів, щоб довести положення і переконати слухачів. Матеріал виступу повинен бути достовірним. Попередньо перевіряють точність інформації, цифр, дат, цитат, імен.

Систематизуючи матеріал, оратор створює план, продумує композицію, логіку викладу, складає і редагує текст.

Підготовка письмового тексту має багато переваг. Написану промову можна перевіряти, виправляти; вона легше запам'ятовується і довше утримується в пам'яті. Писати слід на окремих аркушах, на одній стороні. Досвідчений оратор може обмежитися складанням тез, конспекту або розгорнутого плану виступу.

Репетиція являє собою проголошення тексту думкою або вголос, краще перед дзеркалом. Треба знайти таку позу, у якій ви відчуваєте себе легко і зручно, і постаратися її запам'ятати; вивчити обличчя - розправити нахмурені брови, мімічні зморшки, що набігають на чоло; продумати жести, прийоми встановлення контакту. Досвід показує, що на кожен хвилину виступу приходить 20 - 25 хвилин підготовки. Якщо виступ ретельний розроблено, то в момент зустрічі зі слухачами виступаючий буде триматися впевнено.

Публічним виступом може бути, як виступ на конференції, лекція, так і тренінгове заняття. Чому так важко вийти перед аудиторією і донести інформацію, яка потрібна і цікава для слухачів? Чому ми намагаємось зробити це найшвидшим способом і забути про це? Але ж ми залишаємо в пам'яті людей певну інформацію, враження про себе як фахівця чи науковця. Зіпсувати дуже легко і просто, а залишити про себе хороше враження і донести цікаву інформацію – це майстерність.

Які ж є складові публічного виступу?

- 1) подолання страху перед аудиторією;
- 2) визначення цілі виступу;
- 3) самоналаштування;
- 4) оволодіння аудиторією;
- 5) композиція.

Р. Гондопас стверджує, що страх публічного виступу виникає через відсутність знань по темі виступу, досвіду, страх аудиторії та страх бути смішним. Дослідження по темі страху показали, що найбільше людина боїться смерті, на другій позиції виявився страх виступу перед аудиторією, з великим відривом був страх смерті близьких, бідність та інші. Отже, можемо зробити

висновок, що страх публічного виступу великою мірою впливає на результативність, ефективність та зацікавленість виступом.

Що ж таке страх? Страх – це комплекс біохімічних реакцій, які характеризуються наявністю адреналіну в крові (Р. Гондопасом). Коли адреналіну є забагато, тоді страх нам і перешкоджає. Він починає нами керувати. Наприклад, ми забуваємо інформацію, з розмови вилітають певні слова, тремтить голос, захриплість голосу чи розсіюється увага. Страх потрібно кудись випустити, наприклад, фізичне навантаження, гімнастика для обличчя, пройтись по коридорі чи іншими способами.

Якщо перед нами неприємна подія чи розмова, якими є наші дії? Ми намагаємось втекти від неї, ігнорувати чи перенести на інший день, більш сприятливий. Таким чином, ми втікаємо від страху, але не перестаємо його відчувати. Страх супроводжує нас. І чим далше ми втікаємо, тим сильнішим є наш страх і тим довше ми його переживаємо. Треба йти на зустріч страху, зустрітись з ним, а коли ми зіткнемось зі страхом, варто продовжити йти далі своїм шляхом, а страх піде своїм і він опиниться у нас за спиною. Треба зробити те, що ми боїмось і відпустити свій страх.

Крім подолання власного страху не варто боятись бути смішним. У слухачів виникає недовіра до осіб, які намагаються продемонструвати себе розумними, достойними і поважними. От це виглядає смішним. Почуття гумору чи жарт, але доречний, сприяє встановленню довіри, контакту з аудиторією.

Щодо цілі виступу, то важливо розуміти для чого ми щось робимо, наприклад, працюємо, виступаємо перед аудиторією, живемо. Це дає нам силу і можливість діяти правильно і впевнено. Особа, яка не має власних цілей, ціле життя працює над реалізацією чужих цілей. Ціль повинна приваблювати, бути практичною і має приносити задоволення. Якщо ціль чітко сформульована, то відразу стає зрозумілим, що і яким чином ми будемо говорити.

Крім того, що виступ перед публікою повинен бути структурованим, містити елементи жартів та мати чітко сформульовані цілі, він має приносити

нам задоволення. Коли людина робить якусь справу і отримує задоволення, то це означає, що вона це робить правильно. Не можна робити якусь справу так, щоб її зробити і забути. Вона має залишити в нас у пам'яті позитивні враження.

Перед виступом варто проаналізувати аудиторію за принципом «своя-чужа». «Своя» людина – це та, з якою нас щось поєднує. Коли аудиторія сприймає нас, як «чужого», в неї спрацьовує інстинкт самозбереження. Він виявляється у агресивній поведінці, напруженні, аудиторія не сприймає та критикує будь-яку інформацію.

Сильний вплив на аудиторію має комплімент. Він повинен бути коротким, не повинен мати двозначного значення і бути щирим. При використанні компліменту варто використовувати форму перебільшення (наприклад: дуже, прекрасно і інші), порівняння (гарно, як...), використання інтонації. Можна робити комплімент не окремій людині, а тому, до чого вона має відношення: робота, місто, в якому вона живе, приміщення, в якому працює. Сконцентрувати увагу потрібно на аудиторії, на слухачах.

І на завершення розглянемо закон композиції. Закон композиції діє всюди: в музиці, в літературі, кіно. Людина проживає життя за законом композиції. Таким чином, виступ повинен складатись з таких частин:

вступ – 20%;

основна частина – 60%;

заклучна частина – 20%.

Вступ передбачає формування емоційного фону в аудиторії. Особа, яка виступає, розповідає про себе, тему, коли можна задавати запитання, про свої відчуття. В основній частині висвітлюється суть, пропонуються шляхи розв'язання ситуації, йдеться про проблеми, вирішення яких є у нас на меті, проблеми, які існують чи можуть існувати, але наші пропозиції повинні вирішити ці проблеми. Перед заключною частиною знаходиться кульмінація – це ключовий момент виступу. Заклучна частина – це емоційний фон після завершення виступу. Нагадуємо з чого починався наш виступ, про що йшлося і до якого висновку чи вирішення спільно дійшли.

Отже, як бачимо, що страх перед публікою не дає нам можливості розкритись перед аудиторією та аудиторію розкрити перед нами. Страх бути смішним сковує нас, робить виступ банальним і механічним. А використання у виступі жартів, компліментів дає можливість привернути аудиторію до нас, формує позитивне ставлення та приносить більше користі для самої аудиторії. Формування цілі виступу допоможе нам подавати інформацію послідовно, систематично і доступно для слухачів.