***Особливості публічного виступу***

***Публічний виступ*** – це усне монологічне висловлювання з метою впливу на аудиторію. У сфері ділового спілкування використовуються різні жанри промов: *переконувальна, інформаційна, урочиста, привітальна.*

Розроблена ще в античній риториці формула мисленнєво-мовленнєвої діяльності відповідає сучасним науковим уявленням про механізм комунікативного процесу в його прагматичних аспектах. В основі класичної схеми ораторського мистецтва 5 етапів діяльності оратора .

1. ***Винайдення***(inventio – “винайти, що сказати”) – процедура “попередньої рефлексії”, тобто визначення теми і мети майбутнього виступу, розробки концепції, відбору матеріалу для промови. Інвенція відповідає вимозі змістовності ораторської промови.

2. ***Розташування***(dispositio – “розташувати винайдене”) – етап ранжування компонентів матеріалу, здобутого в процесі інвенції, етап побудови композиції промови. Диспозиція відповідає вимозі логічності, ясності та цільності ораторської промови.

3.***Прикрашання*** (elocutio – “прикрасити словом”) – процес словесної реалізації концепції, словесна “орнаментація” тексту. Риторика пропонує цілу скарбницю мовних засобів виразності: тропів і фігур, що дозволяють створити текст, відповідний вимогам ясності, точності, стислості, виразності мовлення.

4. ***Репетиція*** (aktio – “дія”, “рух”). Акція як розділ риторики дає рекомендації щодо інтонаційної виразності мовлення, зовнішнього вигляду оратора, поведінки перед аудиторією.

5. ***Запам’ятовування***(memoria – “пам’ять”) – мнемотехніка – прийоми запам’ятовування матеріалу.

Розглянемо детальніше алгоритм написання промови.

Винайдення

Мати що сказати – основна передумова гарного і правильного мовлення. В процесі підготовки публічного виступу саме процедура інвенції (пошуку і попередньої систематизації матеріалу) забезпечує змістовність промови. В процесі інвенції оратор має відповісти на чотири запитання.

1. *Про що розказати* (тобто визначити предмет, тему виступу)?

2. *Для чого про це розповідати* (визначити мету виступу)?

3. *Що саме про це розповісти* (визначити коло питань промови)?

4. *Що на цю тему сказали інші* (зібрати матеріал з різних джерел, зіставити, поєднати його зі своїм матеріалом)?

Розглянемо докладніше ці етапи створення концепції.

***1. Вибір теми***

Одне з найважливіших правил інвенції говорить: звертання до теми має бути мотивоване інтересом оратора та інтересами слухачів. На основі критерію важливості виділяють види інтересів: суспільний (те, що важливо для всіх у суспільстві), груповий (те, що важливо для окремої групи), індивідуальний (те, що важливо для окремої людини). Отже, саме *інтерес,* властивий кожній людині, диктує звертання оратора до певної теми. З одного боку, оратор має вибрати тему, яка його особисто цікавить, захоплює, – тільки так він зможе зацікавити й своїх слухачів. З іншого боку, те, про що хоче сказати промовець, має потрапити в поле уваги (інтересу) слухачів, тільки тоді він може розраховувати на успіх.

2. Мета промови

Визначення мети промови – надзвичайно важливий етап у підготовці до виступу, як мінімум з двох причин. По-перше, слухачі, як правило, пасивні учасники риторичної ситуації (розслаблені, незібрані, незосереджені, втомлені, займаються паралельно ще чимось іншим тощо). Тому вони не завжди дошукуватимуться до намірів оратора, якщо ті чітко не простежуватимуться, відтак їхня увага не буде сконцентрована на промові. По-друге, чітко визначити мету важливо для самого оратора. Часто оратор, вже закінчивши виступ, переконується, що в нього самого не було чіткого уявлення про мету – і такі промови, як правило, недоладні. Чітко ж визначена мета на початку підготовки промови полегшує подальшу роботу. Адже меті підпорядковується весь риторичний текст.

3. Коло питань. Формування змісту промови

На наступному етапі оратор продумує, формує зміст промови, тобто відповідає на питання: що саме розповісти про вибраний предмет мовлення. Яким же чином формується зміст промови? Один з найефективніших методів – ***метод запитань*** (запитання активізують мислення, уяву). Варто записувати всі запитання, які спадають на думку, навіть, на перший погляд, безглузді, несерйозні, недоречні. Іноді саме такі запитання стають початком нової, оригінальної концепції.

     При розробці змісту промови можна спробувати використати *метод асоціацій*(метод асоціацій дуже ефективний як тренувальна вправа – активізує уяву, розширює і активізує словниковий запас). Суть методу у тому, що до ключового слова добирається ряд слів-асоціацій, з яких далі розгортається текст.

Г. Сагач пропонує як метод породження тексту ***денотатний граф***(денотат – зміст однієї мовної одиниці (слова, словосполучення, речення) . Денотатний граф (система денотатів, пов’язана певними відношеннями) – це концепція розкладання цілого на частини, декомпозиція терміна на поняття, встановлення зв’язків між частинами і цілим (впорядкування понять).

Приклади: 1. Вибирається ключове поняття (опорне слово) – *освіта*. 2. Добираються дієслова, які допоможуть розгорнути денотатний граф: дієслова, що означають мету: *спрямовує, передбачає, дає;* дієслова, що означають результат:*допомагає досягти, здійснити;* дієслова, що означають передумови: *базується на, спирається на.*3. Ключове слово розбивається на складові цеглинки: *освіта – розвиток особистості; освіта – професія; освіта – самореалізація; освіта – суспільство; освіта – економіка.*Потім за допомогою цих складових елементів розгортається схема тексту, де всі поняття будуть впорядковані і логічно пов’язані.

4. Систематизація матеріалу

Наступний етап інвенції – вивчення і підбір *енциклопедичного* матеріалу і поєднання його з *емпіричним*. В риториці емпіричним матеріалом називають матеріал, що є результатом самостійної роботи оратора, його оригінальним внеском в розробку теми. Якість емпіричного матеріалу свідчить про креативні можливості мовця, його спроможність “генерувати” ідеї. Енциклопедичний матеріал – це “чужий досвід”, джерелами енциклопедичного матеріалу є енциклопедії, довідники, словники, монографії, статті, ділові документи, преса, телебачення, радіо, безпосереднє інтерв’ю тощо. Енциклопедичний матеріал – це цифри, факти, приклади, цитати, погляди різних людей, авторитетних у цій темі.

Енциклопедичний матеріал – це допоміжний матеріал. Тому до нього слід звертатися тільки після власного осмислення теми, адже головне в промові – власне “Я” оратора (слухачі хочуть почути ваші думки, ваші ідеї; ваші погляди і переконання). Якщо оратор почне підготовку до промови з підбору енциклопедичного матеріалу, його власне „Я” може в ньому загубитись.

     І все ж звертання до енциклопедичного матеріалу необхідне. Чому? Цей матеріал створює необхідне тло, на якому вибудовується промова, він, як зазначає Є. Клюєв , дає емпіричним фактам необхідну перспективу: історичну і наукову; посилює їхнє значення, робить виступ ґрунтовним, вагомим, через енциклопедичний матеріал промовець “перевіряє” правильність своєї позиції. Енциклопедичний матеріал робить промову поліфонічною (багатоголосою) – це цінували давні греки і цінує сучасна аудиторія.

Щодо пошуку матеріалу для промови, оратор має пам’ятати таке: матеріалу (інформації, фактів, міркувань) як емпіричного, так і енциклопедичного, має бути знайдено, вивчено і проаналізовано набагато більше, ніж буде використано в промові. Справа в тому, що резервний, надлишковий матеріал додає впевненості оратору, вагомості і переконливості кожному слову промови. Отож ще однією умовою вдалого, гарного виступу є великий обсяг резервного матеріалу.

Зробимо підсумки.

***На етапі винайдення матеріалу оратор повинен:***

•  вибрати тему виступу, гармонізуючи в ній індивідуальний і суспільний інтереси;

•  чітко визначити мету свого виступу, конкретну і загальну, а відтак визначити вид промови: розважальна, інформаційна, переконуюча;

•  розробити зміст промови, тобто виділити коло питань, проблем даної теми, які будуть подані в промові, підібрати фактичний (емпіричний) матеріал;

•  сформулювати свою позицію, систематизуючи емпіричний та енциклопедичний матеріали.

Розташування

Давні греки вважали, що ніщо безладне, невпорядковане не може бути ні красивим, ні добрим. Заплутаний невпорядкований матеріал сприйматиметься важко і не викличе зацікавлення у слухачів. Це визначає важливість процесу побудови композиції промови. ***Композиція*** (від лат. сomposition – “складання, створення”) – побудова виступу, співвідношення його окремих частин, відношення кожної окремої частини до виступу як єдиного цілого.

У будь-якій промові має простежуватись найпростіша ***універсальна тричастинна композиція****: вступ, основна частина, закінчення.*

Таку композицію називають природною, позаяк багато процесів у природі, суспільстві, житті людини мають тричастинну схему (порівняйте: народження – життя – смерть; зрушення – рух – зупинка; сніданок – обід – вечеря; низький – середній – високий; початок – розвиток – завершення). Отож, людський розум з легкістю сприймає таку схему, структуру, композицію.

Кожна композиційна частина ораторської промови має свої особливості, що обумовлені специфікою сприйняття повідомлення слухачами і які необхідно враховувати при підготовці промови. Розглянемо основні композиційні частини промови.

Вступна частина

Оратор має пам’ятати, що зміст і структура вступу підпорядковуються його функціям. Виділяють три основних***функції вступу****:*

•  привернути увагу слухачів;

•  налаштувати аудиторію позитивно на сприйняття промови;

•  подати тему.

     Є. Клюєв називає їх відповідно “реклама”, “вербування союзників”, “презентація теми” .

“***Реклама”*** розглядається як домінуюча функція у тих випадках, коли право мовця на виступ не є очевидним або ж предмет мовлення не є значущим (античні ритори про це говорили так: “мала людина про малу справу говорить”). Оратор у такій ситуації має мотивувати, чому “про це” варто і важливо говорити (слухати) або чому саме його варто послухати.

“***Вербування союзників”*** – домінуюча функція для риторичних ситуацій, у яких доводиться мати справу з конфліктно налаштованою аудиторією або ж предмет мовлення є спірним (“достойний вимагає недостойного”). Завдання оратора за таких умов – домогтися прихильності слухачів, продемонструвати своє позитивне ставлення до аудиторії, представити себе демократично налаштованим співрозмовником. Є. Клюєв називає це тактикою зняття протиріч: будь-яка аудиторія легко “купується” на так зване галантне поводження. Психологи помітили, що саме в ситуації мовленнєвого контакту механізм проекції діє особливо інтенсивно: це означає, що глядачі, зазвичай, схильні ототожнювати себе з оратором. Тому позитивно налаштований оратор має більше шансів на успіх.

“***Презентація теми”*** як основна функція домінує в риторичній ситуації, де аудиторія завчасно налаштована на увагу і позитивне сприйняття матеріалу (університетська лекція, вшанування ювіляра тощо), а також коли значення предмета мовлення незаперечне (“достойний муж достойного вимагає”).

В риториці розроблено багато конкретних рекомендацій, правил-порад щодо вступної частини промови. Оратор має пам’ятати про таке.

Не слід починати з виправдань і вибачень “Я не оратор...”, “Я не готувався”, “Мені нічого сказати”. Після такого вступу немає сенсу говорити далі. Аудиторія хоче бачити впевненого оратора, якому є що сказати. Хоча іноді подібну фразу можна використати як риторичний прийом: “Я не готувався виступати, але виступлю” – тобто дає слухачам зрозуміти, що сталося щось важливе (“реклама” події).

Слід пам’ятати, що вступ не повинен бути надто сухим і серйозним. П. Сопер рекомендує почати вступ з якогось цікавого повідомлення, причому в першому ж реченні. Дуже гарно сприймається гумористичне зауваження.

Почати можна з конкретної ілюстрації – слухачів завжди цікавлять приклади з власного життя промовця.

Можна почати з цікавої цитати. Слова відомої людини завжди привертають увагу. Але слід пам’ятати, що цитата, яка ставиться на початок промови, повинна бути змістовною, авторитетною, оригінальною, навіть парадоксальною. Д. Карнегі рекомендує брати цитати з Біблії: це авторитетне джерело, в якому можна знайти цитату на будь-який випадок.

Можна почати виступ із запитання. Запитання – це “гачок”, на який завжди можна “зловити” увагу слухачів. Особливо якщо запитання пов’язане з основними інтересами аудиторії або торкається пізнавального інтересу.

Слід пам’ятати ще одне важливе правило: вступ не повинен бути занадто довгим, не слід починати “від царя Гороха”, не слід також забігати наперед. Частини промови мають бути відповідними: вступ і заключна частина разом не повинні бути більші за основну частину.

Основна частина

Яким би продуманим, вдалим, оригінальним не був вступ, він все ж не забезпечує повного успіху, тому що завдання оратора не лише привернути увагу слухачів, але й утримати її. Відтак “найвідповідальнішою” залишається основна частина промови. В основній частині викладається власне зміст, формулюються основні положення промови. Найважливіші питання, що їх має вирішити оратор, складаючи основну частину, такі: у який спосіб упорядкувати підібраний матеріал, які методи, форми і прийоми викладення матеріалу доцільно використати в даній промові.

Організація матеріалу головної частини має створювати відчуття руху, тобто ця частина має бути чітко структурованою, впорядкованою, логічно послідовною – це полегшує її сприйняття і розуміння, а також стимулює інтерес слухачів; хаотичне ж викладення матеріалу не сприяє його розумінню, сприймається дуже важко.

Основне завдання ділової людини в процесі публічного виступу – переконання, для цього він має довести правильність своєї думки рядом аргументів. Аргументацію називають нежорстким способом впливу на аудиторію. [Є й інший спосіб, про який йдеться в одному риторичному анекдоті про те, як сорока, лисиця і лев брали участь у ораторському змаганні. Сорока і лисиця виголосили чудові промови, але вийшов лев, рикнув один раз і отримав перший приз ... за переконливість.]

Аргументація – це докази справедливості тези. Виділяють такі види аргументів: сильні, слабкі, неістинні.

***Сильні:*** доказ від факту (“факти – річ уперта”).

***Слабкі:*** доказ від сумніву (доказ, зумовлений особистими сумнівами оратора) або від впевненості, доказ від авторитету (загальна віра в авторитет зі сторони).

***Неістинні:*** доказ від людини (коли оратор, отримавши контраргумент, з’ясовує не його значення, істинність, а оцінює достоїнства людини, яка його висунула: “Мало каші з’їв, щоб мені заперечувати”), доказ від публіки (так зване “підмазування” аргументу, наприклад: “Ви, як люди освічені, не будете заперечувати, що...”), доказ від обіцянки, доказ від засудження, доказ від загрози (“А не будуть брати – відріжемо газ!”) тощо.

Риторика за тисячі років накопичила багато правил як використовувати аргументи, як будувати аргументацію. Найкращим визнається гомерів порядок: на початку сильний аргумент, далі – аргументи середньої сили, а наприкінці – найсильніший аргумент. Ні в якому разі не слід допускати низхідного порядку аргументів.

Ще одне правило диспозиції: сильні аргументи потрібно ізолювати, подавати у простій формі; слабкі аргументи – групувати для самопідтримки. Крім того, якщо слабкі аргументи використовуються як доповнення до сильних, то їхня слабкість зменшується. При виборі аргументів для промови потрібно більше думати про їхню якість, а не про кількість.

Важливою є вимога індивідуального підходу до доказів. Способів переконання в ідеалі має бути стільки, скільки й слухачів, тому що людська свідомість індивідуально реагує на переконання. Ось приклад: після того, як група прослухала виголошену студентом-оратором промову “Проти куріння”, виявилось, що деякі слухачі визнали аргумент “у курців швидко жовтіють зуби” сильнішим, ніж “95% хворих на рак легенів – курці”. Чому? Можливо, тому, що слухачами були 19-річні студенти і студентки, для яких зовнішність виявилась важливішою за здоров’я, яке може й не погіршитись, а якщо й захворієш, то десь у старості, а до того часу винайдуть ліки проти всіх хвороб.

До основних методів впорядкування матеріалу належать: *хронологічний, дедуктивний, індуктивний, метод аналогії, концентричний.* Зупинимося на них докладніше.

Закінчення

Психологами доведено, що найкраще запам’ятовується, засвоюється інформація, яка подається на початку та наприкінці виступу. Це так званий закон першого та останнього місця, чи закон краю. Отож правий був Штірліц, герой роману “17 миттєвостей весни”, коли казав, що запам’ятовується остання фраза. Про це слід пам’ятати, готуючи закінчення промови, воно має бути ретельно продуманим до останнього слова. Тут не можна сподіватися на натхнення (як це хотів зробити Кіса Вороб’янінов: “Выпью водки – разойдусь”). Неправильно думати, що головне – почати виступ, а далі слова прийдуть самі собою.

Про що слід говорити в останній частині виступу? Закінчення має виконувати такі функції:

•  підсумувати сказане (сформулювати висновки, резюме);

•  закріпити значення сказаного (ще раз пояснити основну ідею, поглибити уявлення про предмет мовлення, показуючи його в іншому світлі, спрогнозувати результати, типологізувати предмет мовлення);

•  апелювати до почуттів: сформувати у слухачів емоційне ставлення до предмета мовлення, викликати почуття.

Кілька рекомендацій щодо закінчення заключної частини.

Потрібно пам’ятати, якщо вступ переважно стосується слухачів, то закінчення – суті проблеми; не варто вводити в заключну частину якусь нову проблему, нову точку зору; не слід відходити далеко вбік від основної теми (проблеми), закінчення має віддзеркалювати основну частину.

Патетика закінчення має бути помірною. Закликати на допомогу почуття слід лише до потенційно патетичних об’єктів. Богдан Хмельницький, наприклад, коли закликав реєстрове козацтво перейти на його бік, часто так закінчував свої промови: розривав на собі сорочку зі словами: “Тому або вбийте мене, або разом зі мною рушайте за нашу волю, за нашу віру” (за романом М. Старицького “Богдан Хмельницький”). А от оратор, який переконує, що потрібно чистити зуби після їжі, не може так само закінчити промову.

Не слід “загравати” зі слухачами, випрошувати згоду, апелювати до якостей аудиторії, протиставляти одних слухачів іншим.

Намагайтеся не завершувати промову словами: “Це все, що я хотів сказати”. Так, як і для вступу, для закінчення підійдуть узагальнюючі цитати, сентенції, афоризми, прислів’я, поетичні рядки, ілюстрації, риторичні запитання, заклики, анекдоти тощо. Ефектно виглядає кільцева композиція (з якої думки, фрази почали – такою і завершити).

Підсумовуючи, слід ще раз наголосити, що диспозиція як розділ риторики і як риторична процедура забезпечує цілісність, логічну правильність, завершеність риторичного тексту. Нехтувати цим етапом підготовки не можна. Адже, як сказав П. Сопер, виграні битви, міцні мости, захоплюючі цікаві промови – результат продуманого плану .

***Прикрашання***

Оратор, що пропонує слухачам промову, має ставити перед собою три завдання: запропонувати певний матеріал, розташувати цей матеріал так, щоб його було легко сприймати, а також “подати” матеріал у певний спосіб, тобто добирати для нього найкращу словесну форму.

Деякі рекомендації щодо виголошення промов

***Страх сцени*** – один з найпоширеніших людських страхів. В його основі багато психологічних причин: думка про те, що вас оцінюватимуть сторонні люди; страх невдачі в очах своїх колег; велика кількість слухачів; серед слухачів є важлива персона, від якої залежить просування у кар’єрі; негативний досвід публічного виступу в минулому тощо.

Страх публічного виступу зменшується ретельною підготовкою до нього.

•  Заплануйте, як ви будете виглядати на сцені, виберіть відповідний одяг, а коли будете впевнені, що виглядаєте гарно – забудьте про свою зовнішність.

•  Репетируйте багаторазово.

•  Повторюйте собі: “Це усього лише одна промова!”.

•  Застосовуйте систему вправ для зняття напруження (розминка: потирання долонь, присідання, візуалізація перемоги).

•  Складіть особистий контрольний список:

•  моя зовнішність в повному порядку;

•  я можу дивитись в очі своїм слухачам;

•  вираз мого обличчя випромінює дружелюбність, впевненість;

•  ця промова – одна з найкращих моїх промов;

•  я добре знаю, що хочу сказати;

•  мої слухачі – прекрасні люди;

•  я подобаюсь слухачам, я хочу виступити перед ними;

•  коли моя промова закінчиться, я буду задоволений своєю роботою .

***Репетиція.***Проведіть репетицію перед дзеркалом, спостерігайте за поставою, жестикуляцією, виразом обличчя.

***Жестикуляція***має бути стриманою і щодо кількості, і щодо широти. Жести не повинні притягувати надмірної уваги слухачів. Вони мають бути природними (“Жест не можна одягнути на себе як смокінг” Д. Карнегі). Промова не повинна починатися і закінчуватися несподіваним жестом. Жестикулювати варто тоді, коли треба наголосити на значенні усного слова.

***Постава***має бути прямою, щоб було достатньо свободи для правильного дихання.

***Дихання.*** Для звичайної розмови цілком достатньо поверхневого дихання, що заповнює лише верхню частину легенів. За трибуною слід дихати глибоко, на повні груди, використовуючи діафрагму. Наповнювати легені повітрям слід знизу вверх – вдихати так, щоб надувся живіт, далі наповнюється грудна клітка під ребрами, аж доки не буде відчуття, що повітря піднялося до ключиць. Правильне глибоке дихання швидко насичує кров киснем, і, як результат, зникає скутість тіла, оратор почуває себе спокійним і зосередженим. Ще один плюс глибокого діафрагмального дихання – воно непомітне, його не чують слухачі. Тоді як поверхневе дихання – „голосне” і може відволікати увагу слухачів.

Діафрагмальне дихання дає можливість контролювати свій ***голос***.

Л. Браун виділяє такі характеристики гарного голосу оратора : приємний; такий, що вібрує; спокійний; такий, що гарно модулюється; низького тембру; теплий; мелодійний; впевнений; турботливий; владний; дружній, виразний; природний; багатий; наповнений; звучний; доброзичливий.

А ось характеристики поганого голосу: гнусавий; різкий; скрипучий; хриплячий; пронизливий; плаксивий; уривчастий; несміливий; надто голосний; надто тихий; безбарвний; помпезний; саркастичний; невпевнений; монотонний; напружений.

Отже, вносьте живу нотку у вашу вимову; вносьте почуття і колір у ваше мовлення. Монотонність втомлює слухача. Висота і сила голосу має змінюватися залежно від змісту.

Той, хто говорить надто тихо, справляє враження людини, яка не вірить у свої сили.

Той, хто говорить надто голосно, справляє враження агресивної людини.

Мова деяких людей незрозуміла через те, що вони недбало вимовляють звуки. Чітко артикулюйте кожен звук.

Гарний спосіб тренування голосу – читання вголос. Контролюйте при цьому правильність вимови. Якщо ви говорите надто швидко, уповільнити темп дуже легко – чітко вимовляйте кожен звук і склад, не ковтайте, не зрізайте звуки.

***Контакт зі слухачами.*** Дивіться на своїх слухачів. “Обнімайте” зал. Не дивіться у вікно, у стелю, у підлогу. Не тріть нервово руки, хусточку, ручку чи окуляри. Не відсторонюйтесь від аудиторії, не ігноруйте її.

Виглядайте впевнено, з піднятою головою, легкою усмішкою, відкритим поглядом.