

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СПІКЕРСТВА І СПІЧРАЙТИНГУ

### Тема 4. Мета та види публічного мовлення

#### Зміст

- 4.1. Основні цільові орієнтири публічних виступів.
- 4.2. Формальні та неформальні види публічного виступу.
- 4.3. Об'єктно, процесуально, подійно, концептуально орієнтовані публічні виступи.

#### 4.1. Основні цільові орієнтири публічних виступів.

##### Основні цільові орієнтири публічних виступів:

- *Інформування громадськості про значну подію у житті компанії.*
- *Покращення відносин з деякими категоріями громадськості.*
- *Спростування ставлення до компанії або окремих аспектів її функціонування, що склалося у суспільній думці.*

**Публічний виступ** - це усне монологічне висловлення з метою надання впливу на аудиторію. У сфері ділового спілкування найбільше часто використовуються такі **жанри**, як:

- доповідь,
- повідомлення,
- привітальна,
- продаюча промова.

**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.

Приступаючи 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,
- розраховує схвилювати аудиторію,
- сформувати у людей переконання, уявлення, що стануть мотивами їх поведінки,
- 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 (делегати, фахівці, колеги, студенти, люди однакових політичних поглядів тощо.). Ніж однорідніше аудиторія, тим одностайна 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 складніше. 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 людей 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.

Наступний крок 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:**

*Формальні та неформальні види публічного виступу.*

*Інформаційна, спеціальна промова.*

*Протокольна, траурна, урочиста промови як різновиди спеціальної промови.*

*Неформальна промова.*

**Підготовка тексту публічного виступу залежить від :**

- *призначення мови,*
- *цілей даного виступу.*

Розрізняються **три основних види мовлення:**

- *інформаційна,*
- *переконуюча,*
- *спеціальна.*

**Інформаційна промова** - це один з найбільш поширених жанрів публічної мовної комунікації в сучасному суспільстві яка:

- *надає нову інформацію,*
- *забезпечує розуміння цієї інформації,*
- *сприяє її запам'ятовуванню.*

**Спікер інформаційної промови повинен враховувати:**

- *ступінь інформованості аудиторії,*
- *рівень інтелектуальної культури тих, перед ким належить виступити.*

Залежно від поставлених завдань розрізняють такі **види інформаційної мови:**

- **представлення-повідомлення** інформації про себе;
- **пояснення** - інформація про причини і наслідках того, що сталося, мотивації прийнятих рішень, перспективи та завдання;
- **інструкція** - інформація про необхідний порядок і способи дії;
- **повідомлення** про події або факти;
- **виклад своєї точки зору.**

**З точки зору жанрового розмаїття інформаційної промови розрізняються:**

- доповідь
- звіт.

**У доповіді міститься :**

- розгорнуте повідомлення про певну тему,
- великий обсяг і розгляд теми з різних сторін,
- факти підтвердження, статистичні дані.

**У звіті міститься** інформація про:

- виконану роботу,
- цифри і фактичний матеріал.

**Переконуюча промова** - має на меті:

- вплив на свідомість і почуття аудиторії,
- зміну поведінки аудиторії.

У цьому випадку **спікер повинен** більшою мірою **враховувати:**

- сприйнятливості аудиторії,
- емоційну культуру своєї аудиторії.

**Переконати аудиторію** - це **довести** що-небудь логічними доводами, або, навпаки, **спростувати** судження. Щоб така промова була успішною, необхідно ясно уявити собі, з якими переконаннями доведеться мати справу. Тому промова повинна починатися з чіткого формулювання тези яка є доводом або спростуванням.

В якості жанрових різновидів переконуюча промова та PR адміністративна різняться:

- промову у дебатах,
- заява,
- мітинговий виступ.

**Спеціальна промова** - публічний виступ у зв'язку зі спеціальною подією.

**Різняться кілька видів спеціальних промов:**

- протокольна;
- траурна промова;
- урочиста промова;
- неформальна промова.

**Промови даного виду характеризуються низкою особливостей:**

- наявність спеціального приводу,
- індивідуалізація промови,
- достатня стислість,
- простота мови,
- емоційність стилю.

Такі промови **не повинні містити** дискусійної інформації, в окремих випадках повинні змушувати аудиторію проявляти певні почуття.

**Протокольна промова** - «обрамлення» події. Це:

- мова-привітання,
- відповідальне слово,
- слова настанови,
- промова на презентації.

**Привітальна промова** включає в себе:

- оголошення заходу відкритим;
- вітання аудиторії;
- представлення учасників;
- наприкінці - подяка виступаючого з обґрунтуванням цієї подяки;
- слова про закриття заходу і прощання з аудиторією.

**Промова на презентації** може складатися з таких смислових компонентів:

- привітання;
- вказівки про привід для вголошення промови;
- звернення до аудиторії як до аудиторії зацікавлених і високопрофесійних осіб;
- подяка організаторам або приймаючій стороні і вираз подяки VIP-персонам за участь;
- коротка характеристика події, короткий зміст програми презентації, де підкреслюється значущість проведеного заходу.

**Траурна промова** – містить:

- слова прощання і як обов'язковий компонент
- слова, в яких вказуються співчуття на адресу близьких,
- слова про заслуги покійного і значення його діяльності.

**Урочиста промова** вимовляється з приводу певної події:

- свята,
- ювілею,
- вручення відзнак,
- офіційної зустрічі,
- церемонії відкриття тощо.

**Неформальна промова** використовується в неформальній публічній обстановці, насамперед це застільна (тостового) промова. Вона має свої особливості.

**Перша частина (експозиція)** являє собою згадку якої-небудь деталі, ситуації, події.

**У другій частині (розвиток)** зазначена ситуація доводиться до кульмінаційної точки.

**У третій частині (розв'язка)** позначається тема тосту.

Вдалий тост побудований на **принципі несподіванки**: аудиторія не повинна здогадуватися про тему тосту по першій і другій частинах. Часто доречним буває згадка в першій і другій частинах тосту історію з життя оратора, що не тільки «оживляє» промову, а й позитивно впливає на імідж промовця.

Предметом тосту стають:

- *традиційні цінності (здоров'я, любов, успіхи, процвітання взагалі);*
- *питання співпраці та задоволення виконаною спільною роботою;*
- *визнання організаторських та інших особистих якостей «тих, хто виголошує тост»;*
- *надія на подальшу плідну співпрацю.*

Керівна особа має бути завжди готовою виголосити тост. Тому спічрайтером повинні бути підготовлені різні варіанти постійно мінливих тостів. Об'єктно, процесуально, подійно, концептуально орієнтовані публічні виступи. Об'єктно орієнтована промова як опис властивостей людини, місця, структури, механізми. Процесуально орієнтована промова як інформування або інструктаж про механізм функціонування та використання об'єкта. Подійно орієнтована промова як розповідь про те, що здійснилося, здійснюється або може здійснитися. Концептуально орієнтована промова як спосіб пояснення ідей та теорій.

### **Література:**

14. Кацавець Р.С. Ораторське мистецтво: підручник / Р. С. Кацавець. – 2-ге вид., доповн. – К.: Алерта, 2018. – 216 с. <http://www.alerta.kiev.ua>
15. Ораторське мистецтво : підручник / М. П. Требін, Г. П. Клімова, Н. П. Осипова та ін. ; за ред. М. П. Требіна і Г. П. Клімової. – 2-ге вид. – Х. : Право, 2015. – 208 с
16. Почепцов Г. Агенти впливу й тексти впливу [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/8505>.
17. Прокопчук Л.В. Риторика. Модульний курс: навч. посіб./ Л.В.Прокопчук. – Вінниця: Нілан-ЛТД, 2017. – 206с.
18. Риторика: навч. посібн. (упор. Т.К.Ісаєнко, А.В.Лисенко). – Полтава: ПолтНТУ, 2019. –247с.

### **Питання для самоконтролю**

1. Які є основні цільові орієнтири публічних виступів і яка роль спікера в них?.
2. Які види публічного виступу належать до формальних, а які до неформальних?.
3. Як розробити концепцію публічного виступу?