

РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ПІДГОТОВКИ ТА НАПИСАННЯ ТЕКСТУ ПРОМОВИ

Тема 6. Написання та виголошення публічної промови. Техніка мовлення оратора (2 год.)

Зміст

- 6.1. Композиційна схема промови.
- 6.2. Тренування стилістичної довершеності (варіативності) промови.
- 6.3. Способи запам'ятовування промов.
- 6.4. Акція як завершальний етап реалізації риторичної мети.
- 6.5. Вербальні та невербальні засоби комунікації.
- 6.6. Адаптація виступу до особливостей приміщення.

6.1. Композиційна схема промови.

Архітектоніка (будова) виступу(слайд)

Складання плану, у якому відтворюють основні пункти виступу, інформацію, яка потребує точності: дати, статистичні дані, цитати, які повинні бути лаконічними з покликанням на джерело.

Структурування зібраного матеріалу, компоновання тексту виступу, який містить *вступ, основну частину та висновки*:

Вступ. Початок виступу є визначальним і повинен чітко й переконливо відбивати причину виступу.

Першочергове завдання доповідача на цьому етапі - привернути й утримати увагу аудиторії. Для того, аби не дозволити думкам слухачів розпорошитися, вже після перших речень виступу необхідно висловлюватися чітко, логічно та змістовно, уникаючи зайвого. Відповідно речення мають бути короткими і стосуватися сутності питання, варто інтонаційно виділяти найважливіші місця висловлювання і виражати своє ставлення до предмета мовлення.

Вступ має три рівні:

структурний – повідомлення теми та мети виступу;

змістовий – актуальність та специфіка теми, значення її для цієї аудиторії, стислий виклад історії питання;

психологічний – створення атмосфери доброзичливості та зацікавлення.

Типи вступів:

1). **штучний** – для критично налаштованої аудиторії (*притча, легенда, казка, афоризм, аналогія, співпереживання, апеляція до інтересу аудиторії, гумор, проблемне питання, покликання на авторитети, наочний матеріал, раптовий початок*);

2). **природний** – для позитивно налаштованої аудиторії (*пояснення мети, теми, причини, презентація однодумців, історичний огляд*);

3). **змішаний** види вступу.

Варто уникати у **вступі** таких висловлювань: *Перепрошую, що займаю Ваш час..., Основне було сказане попередніми доповідачем..., Ось тут, як Ви чули, багато говорили і*

..., Дякую вельмишановному голові, який люб'язно дав мені можливість... тощо.

Основна частина. В основній частині викладається:

- *суть проблеми,*
- *наводяться докази,*
- *пояснення,*
- *міркування відповідно до попередньо визначеної структури виступу.*

Слід пояснювати кожен аспект проблеми, добираючи переконливі цифри, факти, цитати (проте кількість подібних прикладів не має бути надто великою – нагромадження ілюстративного матеріалу не повинно поглинати змісту доповіді). Варто подбати про зв'язки між частинами, поєднавши їх в єдину струнку систему викладу; усі питання мають висвітлюватися збалансовано (при цьому не обов'язково кожному з них приділяти однакову кількість часу).

Статичний опис мусить плавно перейти у динамічну, рухливу оповідь, аби за допомоги системи логічних аргументів розкрити сутність питання, поступово нарощуючи аргументацію так, щоб кожна наступна думка підсилювала попередню, а найсильніші аргументи виголошувати в кінці – це забезпечить стійкий інтерес слухачів, дасть змогу підтримувати уваги аудиторії. Постійно й уважно потрібно стежити за відповідністю між словом і тим, що воно позначає.

Надзвичайно важливо продумати, в яких місцях виступу потрібні своєрідні «ліричні» відступи, адже суцільний текст погано сприймається, при цьому не слід забувати, що вони мають обов'язково бути лаконічними й ілюструвати виступ.

Висновки. Важливою композиційною складовою будь-якого виступу є висновок. У ньому варто повторити основну думку, заради якої виголошувався виступ, підсумувати сказане, узагальнити думки, висловлені в основній частині. Висновки мають певним чином узгоджуватися зі вступом і не випадати з загального стилю викладу.

Зазвичай під час виступу у слухачів виникають запитання, тому, закінчивши виступ, варто з'ясувати в аудиторії, чи є запитання. Якщо запитання ставлять усно, слід вислухати його до кінця, подякувати і чітко відповісти на нього. Письмові запитання зазвичай зачитують вголос, після чого відповідають.

Якщо, готуючись до виступу, доповідач вирішить записати доповідь на

папері, йому слід врахувати, що розмовна мова значною мірою відрізняється від писемної, вона менш формалізована, вільніша, сприймається легше. При цьому не можна нехтувати дотриманням загальноприйнятих літературних норм у користуванні орфоепічними, морфологічними та стилістичними засобами мови, адже важливою умовою успіху є бездоганна грамотність. Мовлення має бути не тільки правильним, а й лексично багатим, синтаксично різноманітним.

Безперечно, успіхові будь-якого публічного виступу сприяє виразне мовлення. До технічних чинників виразного мовлення належать дихання, голос, дикція (вимова), інтонація (тон), темп, жести, міміка. Лише досконале володіння кожним складником техніки виразного мовлення може гарантувати високу якість мовлення.

Жести у поєднанні зі словами стають надзвичайно промовистими: вони підсилюють емоційне звучання сказаного. Щоб оволодіти бодай азами жестикулювання, потрібне тривале тренування, розуміння значення кожного жесту. Наведемо загальні рекомендації щодо використання жестів: не жестикулюйте руками упродовж усього виступу, кількість жестів, їх інтенсивність повинна відповідати своєму призначенню тощо.

Голос, тон, виклад, уся сукупність виразових засобів і прийомів повинні свідчити про істинність думки й почуття промовця.

Фахівці з основ красномовства рекомендують обов'язково проводити репетицію перед виступом.

Ораторові-початківцю варто:

Записати текст дослівно і вивчити його.

Вибрати приміщення, у якому ніхто не заважав би, і стоячи, неначе звертаючись до слухачів, спробувати виголосити виступ.

Ще раз повторити його, керуючись лише ключовими словами і висловами, виокремлюючи головні тези.

Коли виступ засвоєний у цілому, відпрацьовують частини, які найбільше викликають сумнів, проводячи репетиції цих частин перед дзеркалом. Варто звернути увагу: чи вільно передаєте думки? чи рівно тримаєтесь? чи вільні і легкі ваші рухи? Прислухайтеся до голосу (чи послуговуєтеся паузами, чи виділяєте посиленням голосу головні слова, чи вдається уникати одноманітності).

6.2. Тренування стилістичної довершеності (варіативності) промови.

Образність головним чином досягається за допомогою тропів і стилістичних фігур.

Троп (грец. tropos - зворот) - вживання слова або вислову у переносному, образному значенні. В основі тропа - зіставлення двох явищ, предметів, які близькі один одному за будь-якими ознаками. Народна мудрість говорить: "Без

солодкого не відчуєш гірко, без потворного не будеш мати уявлення про прекрасне".

Існують такі види тропів:

- порівняння,
- епітет,
- метафора,
- алегорія,
- іронія,
- гіпербола,
- уособлення тощо.

Порівняння. Це - зіставлення одного предмета а іншим з метою більш яскравої й наочної характеристики одного з них. Наприклад, говорячи про необхідність удосконалення всієї системи освіти і про те, як важливо молодих людей навчити творчо мислити, підготувати їх до життя, можна навести образне висловлювання, яке використовує порівняння: "Ще стародавні говорили, що **учень - це не посудина**, яку необхідно наповнити, **а факел**, який необхідно запалити".

Порівняння відіграють дуже важливу роль при описах, вони допомагають уявити об'єкт розмови.

Епітет - (від грец. "додаток") образно визначає річ, людину чи дію, підкреслюючи найбільш характерну чи вражаючу якість. "Чи слід молодиці світити **грішним волоссям** проти Божого сонця?" (І. Нечуй-Левицький).

Метафора - (від грец. перенесення) заміна прямого найменування предмета образним. *Метафора є тим же порівнянням, однак у порівнянні схожість указується прямо, а у метафори домислюється.* Юність можна порівняти з весною життя. Метафора за своєю суттю є скороченим порівнянням, в якому пропущений сам об'єкт порівняння. Наприклад: **чаша терпіння**, у чужу душу не влізеш, випити гірку чашу та ін.

Алегорія (іносказання) - зображення *абстрактного поняття чи явища через конкретний образ.* Наприклад: **хитрість** інакомовно показують у вигляді **лисиці**; мир - у вигляді **голуба**. Відома всім алегорія кохання - серце; алегоричне зображення зміни війни на мир - "І перероблять мечі свої на лемехи, а списи свої на серпи". Тартюф - алегорія лицемірства, Дон Кіхот - алегорія лицарства і т. п.

Уособлення - *надання неживим речам або природним явищам людських рис:* **лисичка-сестричка**, вовчик-братик, дядько-ведмідь, тощо. Уособлення, дуже характерне для фольклору з його міфологічною свідомістю, використовується також літераторами: "Реве та стогне Дніпр широкий..." (Т. Шевченко).

Гіпербола (від грец. "перебільшування") - навмисне художнє перебільшення сили, значення, розміру явища, що зображується. Наприклад: "**Мало який птах долетить до середини Дніпра**" (М. Гоголь). Гіперболи часто живляються в політичній полеміці та пропаганді тощо.

Літота (від грец. "простота") - *образний вислів*, який полягає у

зменшуванні величини, значення явища, яке зображується. Наприклад: **Від Ніжина до Києва рукою подати**. Оратори нерідко використовують засоби з народної мудрості: "хлопчик з палець", "хатинка на курячих ніжках". Літота - протилежний до гіперболи троп.

Виразність і дієвість мови оратора багато в чому залежить від побудови фрази, її конструктивних особливостей.

Стилістично значущі типи цих побудов (побудови фрази) називаються фігурами (лат. figure - образ, вид). **До стилістичних фігур належать:**

- інверсія,
- антитеза,
- градація,
- анафора та інші спеціальні синтаксичні прийоми.

Інверсія (від лат. "перестановка") - незвичний, нехарактерний для даної національної мови **порядок розташування слів**. Використовується з метою привернути увагу слухача. Наприклад: **Пити за перемогу не годиться завчасно, то прикмета погана** (Н. Рибак).

Анафора (від грец. "винесення вгору") - лексико-синтаксичне **повторення слів і словосполучень на початку** прозаїчних речень (у віршах відповідно - рядків). Блискучий зразок її знаходимо у промові Цицерона проти Катіліни, де за її допомогою змальовується ця злочинна людина:

"**Хто** отруйник на всю Італію,
хто гладіатор,
хто розбійник?"

І далі називає Катіліну вбивцею, підроблювачем заповітів, обманщиком, гультьєм, марнотратцем, розпусником. Дванадцять разів повторюється у цьому реченні питальний займенник **"хто" - анафора**, що виділяє кожен вид злочинності Катіліни, надає всій структурі гостроти.

Антитеза (від грец. "протиставлення") - зворот промови, в якому для посилення виразності **протиставлені поняття, думки, образи**, стами, риси характеру діючих осіб. Наприклад: **Ні Богові свічка, ні чортові кочерга**. Перемелеться лихо - добро буде. Антитезою часто прикрашав свої промови Цицерон. Так, звинувачуючи Верреса, він передбачив, що захисник підсудного Гортензій протиставить йому такий аргумент, як ім'я славного полководця. "Тепер, - каже Цицерон, - захисники Верреса можуть заявити:

"Хай Веррес злодій,
хай святотатець,

хай перший негідник і злочинець, але він добрий і вдалий полководець і його треба зберегти на важкий час для республіки" І тобто злочинствам Верреса протиставити його військові здібності як основний аргумент проти обвинувачувального натиску Цицерона.

Антитеза робить речення не тільки багатим за змістом, але й винятково милозвучним і принадним.

Градація (від лат. "по́ступовість") - стилістичний прийом, що дає змогу відтворити вчинки, думки, почуття, або події в розвитку. **Багатоступеневу градацію** знаходимо в промові Цицерона "На захист Секста Росція з Амерії":

"У місті народжується розкіш,
з розкоші неминуче виростає жадібність,
з жадібності проривається зухвалість,
потім виникають всі злочини і лиходійства".

Ця градація складається з чотирьох ступенів. Зміст першого ступеня міститься в другому, зміст першого і другого - у третьому, зміст всіх трьох створює четвертий - найвищий і найсильніший ступінь. У п'ятій вершині знаходимо градації, що містять відповідні стадії судових процедур, наприклад: "Його повідомили про цю справу. Негайно, як належало, за його наказом названих людей схопили, привели в Лілібей, повідомили господаря, відбувся суд, їх засудили". Тут градація створюється за логічним значенням сказаного, що є стрункою цілістю.

Усі подані вище тропи і фігури в основному базуються на прагненні оратора чітко й ясно передати думку та емоцію.

Які ж художні, естетичні елементи роблять мову яскравою, образною? Ефективними художньо-естетичними елементами ораторської мови насамперед є **багатство фольклору, народної розмовної мови**. Аристотель зазначав: "Добре приховує своє мистецтво той, хто складає свою промову з виразів, які взяті з буденної мови".

Народні порівняння - це фразеологічні сполучення, в яких на основі спільних ознак зіставляються люди, явища, речі, предмети з метою створити яскраві уявлення або викликати відповідну емоційну реакцію.

Використання народних прислів'їв і приказок робить промову яскравою і переконливою.

Але якщо зловживати прислів'ями та афоризмами, вони, зрештою, швидко набридають і роблять мову нудною й одноманітною. Оратор у процесі підготовки до виголошення промови використовує **крилаті вислови, образи художньої літератури**. Однак художні засоби повинні застосовуватися лише такою мірою, якою вони необхідні для глибокого розуміння основних науково-теоретичних положень змісту промови. Шаблони, штампи притупляють образність мови, її влучність і щирість. Тому уникати штамів, оберігати мову від шаблонів - одне з першочергових завдань оратора.

6.3. Способи запам'ятовування промов.

Меморія (від лат. "memoria" - "пам'ять") - це розділ риторики, який вивчає особливості запам'ятовування ораторської промови.

У класичній риториці меморія виділялась як окремий етап ораторської діяльності, на якому людина повинна була запам'ятати вже підготовлену промову.

Акція (від лат. "actio" - "дія") - *це розділ риторики, який розглядає виголошення оратором промови.*

На етапі акції оратор повинен грамотно представити аудиторії результат своєї роботи, виконаної на попередніх етапах.

Способи запам'ятовування промови

На сьогоднішній день пам'ять є предметом вивчення психології. Хоча меморія складала окрему частину ще класичної риторики. В сучасній психології існує багато теорій пам'яті, які по-різному пояснюють цю дивовижну здатність людини. Пам'ять не є одиничною функцією, вона являє собою складну сукупність процесів, що забезпечують фіксацію попереднього досвіду людини. Серед цього розмаїття функцій риторику цікавлять насамперед процеси "закарбування" в пам'яті певного матеріалу. **Виділяють три способи запам'ятовування:**

- механічний;
- логічний;
- мнемотехнічний.

Механічний спосіб запам'ятовування - це такий спосіб, основу якого складає багатократне повторення того, що треба запам'ятати.

По суті, цей спосіб являє собою зубріння. Він самий неефективний, але інколи необхідний. Як правило, подібне запам'ятовування відбувається без усвідомлення зв'язку між окремими елементами матеріалу.

Логічний спосіб запам'ятовування - це такий спосіб, основу якого складає усвідомлення смислового зв'язку між елементами матеріалу.

Користуючись таким способом, людина часто порушує послідовність у часі, перебудовує матеріал відповідно до смислових відношень. Осмислене запам'ятовування ґрунтується на розумінні цих відношень, на усвідомленні внутрішнього зв'язку між частинами того, що запам'ятовується.

Логічне запам'ятовування передбачає виконання двох умов:

- 1) усвідомлення того, для чого потрібно запам'ятати матеріал;
- 2) розуміння змісту того, що треба запам'ятати.

Мнемотехнічний спосіб запам'ятовування - це такий спосіб, який ґрунтується на тому, що матеріал переводиться в іншу знакову систему, в інші образи, які людині легше зберегти в пам'яті.

Одним із провідних видів мнемотехніки є асоціативний спосіб запам'ятовування. Завдання тут полягає в тому, щоб створити асоціації. Широка

сітка асоціацій - це ключ до гарної пам'яті. Цей спосіб був відомий ще в епоху Античності. Засновником мнемотехніки вважається давньогрецький поет Симонід. Йому належить думка про те, що для пам'яті найважливішим є розташування. Для цього в розумі потрібно тримати картину певних місць, які й будуть займати образи предметів, що треба запам'ятати.

Відомий оратор Цицерон з приводу мнемотехніки писав:

"пам'ять на предмети - необхідна властивість оратора; і саме її ми й можемо укріпити за допомогою вміло розташованих образів, схоплюючи думки за цими образами, а зв'язок думок за розташуванням цих образів"¹.

Сам Цицерон успішно користувався цим методом. Зокрема, перед виступом у сенаті він тренувався у себе вдома, проголошуючи промову і переходячи при цьому з однієї кімнати в іншу. Щоразу, коли він переходив до наступної думки, робив невеличку паузу й мисленно поєднував відповідний розділ промови з певним кутком своєї оселі. А при виступі у сенаті він мисленно повторював свій шлях по домівці і міг виголосити всю промову, не користуючись записами.

Інколи в літературі спосіб, яким успішно користувався Цицерон, називають *"римська кімната"*. Таку кімнату або приміщення можна вигадати і розташувати там які завгодно предмети. Головне - чітко зафіксувати порядок цих предметів. Спочатку виберіть місце для невеликої кількості речей, наприклад 20. Потім можна розширювати вашу кімнату, будинок, місто та ін. Кожний предмет вашої кімнати повинен мати яскравий образ (зоровий, слуховий чи такий, що пов'язаний з відчуттями), який розташовано в чітко визначеному місці "раз і назавжди".

Після створення "римської кімнати", коли її образи добре запам'ятались, її можна використовувати при підготовці до публічного виступу. Для цього ключові думки промови пов'язуються з певними образами кімнати в тому порядку, в якому оратор рухається в своєму приміщенні.

Ефективність "римської кімнати" визначається функціями лівої та правої півкуль головного мозку й принципами запам'ятовування. Цей спосіб вимагає чіткої структури й порядку, а також уваги й здатності відчувати.

Слід підкреслити, що особливості пам'яті людини досить індивідуальні. Тому кожний оратор, як правило, самостійно розробляє для себе оптимальну методику запам'ятовування, щоб його спілкування з аудиторією було успішним, а не стало суцільним читанням промови. В будь-якому випадку однією із заповнених вдалого публічного виступу є постійне тренування пам'яті.

Пам'ять тісно пов'язана з увагою. Для того, щоб аудиторія найкраще могла зосередитись на промові, оратору варто зважити на своєрідні періоди уваги, які дорівнюють приблизно 15 хвилинам. Це означає, що увага слухачів значно знижується до 15, 30 та 45-ї хвилини. Тому у випадках тривалих промов у ці моменти оратор має надати можливість аудиторії "відпочити" (зробити паузу, завершити розгляд певного питання тощо).

Оратор при виголошенні промови повинен також враховувати загальні особливості людського сприйняття. До них належать:

- "ефект рамки";
- "магічне число".

"Ефект рамки", або "закон межі", - це такий ефект, суть якого полягає в тому, що найкраще запам'ятовується початок і кінець промови.

Криву уваги під час публічного виступу оратора можна зобразити таким чином:



На вступ і завершення промови відводиться разом, як правило, від 10% до 30% загальної тривалості виступу. Тим не менш приблизно 80% загального враження від самого оратора та його промови визначається саме цими частинами, при цьому від вступу залежить більше. Тому перші та останні фрази мають бути ретельно продумані оратором. Крім того, "ефект рамки" стосується також і порядку розташування аргументів, про який йшлося в розділі "Диспозиція". Вже згадуваний Цицерон писав, що майстерний оратор:

"...поставить найбільш важливі доводи частиною на початок, частиною в кінець, а між ними всуне слабкі".

"Магічне число", або число Міллера (7 ± 2) характеризує обсяг оперативної пам'яті людини.

Саме таку кількість різних структурних одиниць інформації ефективніше за все здатна схопити й зберегти оперативна пам'ять. На рівні промови "магічне число" означає оптимальну кількість різних (значимих, а не допоміжних) слів у реченні.

Навіть у письмових текстах на сьогоднішній день перевага віддається "телеграфному стилю", оскільки встановлено, що найкраще сприймаються фрази з 10-13 слів, а фрази, що складаються більше ніж з 30 слів, практично не сприймаються.

Таким чином, чіткість структури, ясність та стислість викладу, образність мовних конструкцій сприяють кращому запам'ятовуванню промови самим оратором на етапі підготовки. А на етапі виголошення ці компоненти сприяють кращому засвоєнню промови аудиторією.

6.4. Акція як завершальний етап реалізації риторичної мети.

Вербальна комунікація (лат. *verbalis* - словесний) - спосіб передачі інформації, що передбачає цілеспрямований словесний спосіб обміну певними повідомленнями, мовна сторона яких має ієрархічну структуру (від фонем до тексту й інтертексту) й виступає в різних стилістичних різновидах (розмовна й літературна мова, діалекти й соціолекти, різні стилі та жанри).

Вербальну комунікацію доцільно розглядати у кількох аспектах:

- гносеологічному - є обміном інформації між комунікантами;
- онтологічному - це мисленнєво-мовленнєва діяльність, процес комунікації;
- прагматичному - є процесом реалізації комунікативних інтенцій мовців.

Вербальна комунікація здійснюється за допомогою звукової та письмової мови. Успіх та ефективність мовного впливу значною мірою визначається її змістовністю, насиченістю мовними елементами й засобами, чіткістю, виразністю мови.

Мовлення є найбільш універсальним засобом реалізації вербальної комунікації. Важливою рисою вербальної комунікації є те, що за допомогою неї члени соціуму можуть не лише обмінюватися інформацією за допомогою певних мовних знаків, а й впливати один на одного, формувати думку про себе в оточенні. На основі виступу досвідченого оратора в слухачів формується певне враження про нього як мовну особистість і як професіонала.

Вербальні комунікації в виникають у двох формах: усній та письмовій. Текст, який поданий у письмовому вигляді, представляє собою власне вербальну структуру, позбавлену невербальних характеристик. При цьому, текст є тією формою вербальної комунікації, в якій усна мова спочатку фіксується письмово на рівні «джерела», а потім вимагає розшифрування і зворотного перетворення на усне мовлення на рівні того, хто отримує інформацію. Помітна роль вербального спілкування полягає в тому, що при сприйнятті тексту, носій мови оперує об'єктами як мінімум двох різновидів — матеріалізованими текстотвірними одиницями та ментальними об'єктами, які беруть участь у формуванні поглядів носіїв мови.

Вербальний блок - це ті фактори, які пов'язані безпосередньо з промовою (аргументація, критика, структурування тексту, словесне вираження матеріалу тощо).

Різноманітні прийоми вербального впливу на аудиторію розглядалися у попередніх розділах риторики.

Невербальний блок - це ті фактори, які присутні в спілкуванні, але безпосередньо не пов'язані з текстами (поза, жести, міміка, мова простору, одягу, кольорів, манера спілкуватися тощо).

На етапі виголошення промови саме невербальні прийоми впливу оратора

на аудиторію відіграють надзвичайно важливу роль.

Останнім часом з'явилося дуже багато робіт, присвячених невербальному спілкуванню. Це пов'язане з усвідомленням проблеми співвідношення знакових систем свідомого та несвідомого в процесах комунікації. Вербальний блок реалізує в мовленні те, що хоче сказати людина, а невербальний - ті мотиви, що знаходяться у несвідомому. Напевно у кожної людини були в житті такі ситуації, коли під час спілкування співрозмовник пропонував можливо щось вигідне, але людина не дуже замислювалась над цим, оскільки їй здавалось, що тут щось не так (він говорить нещиро, погано до неї ставиться тощо). Здебільшого в таких випадках апелюють до інтуїції або "шостого чуття", які дозволили виявити неправдивість співрозмовника. Скоріше за все, ця неправдивість була "прочитана" по невербальних знаках. Люди здатні більше довіряти цим компонентам, бо їх важко проконтролювати.

Знаки невербального спілкування різноманітні. Вони включають:

- мову жестів і поз;
- мову міміки;
- парамовленнєві характеристики;
- мову простору;
- мову одягу та мову кольорів тощо.

Майже всі ці мови мають національну специфіку, вони відрізняються в різних культурах. Тому не слід захоплюватися однозначною трактовкою окремих невербальних сигналів. Слід розглядати їх в усій сукупності, разом із текстом промови.

Знаки невербального спілкування на сьогоднішній день є предметом вивчення такої міждисциплінарної науки, як невербальна семіотика. Г. Є. Крейдлін, наприклад, називає такі найбільш значні окремі науки, що входять до невербальної семіотики:

Паралінгвістика - наука про звукові коди невербальної комунікації.

Кінесика - наука про жести і жестові рухи, про жестові процеси й жестові системи.

Окулесика - наука про мову очей і візуальну поведінку людей у процесі спілкування.

Аускультация - наука про слухове сприйняття звуків і аудіальну поведінку людей у процесі комунікації.

Гаптика - наука про мову доторкань і тактильну комунікацію.

Гастика - наука про знакові й комунікативні функції їжі й напоїв, про прийняття їжі, про культурні й комунікативні функції частування.

Ольфакція - наука про мову запахів, смисли, що передають за допомогою запахів, і про роль запахів у комунікації.

Проксемика - наука про простір комунікації, його структуру та функції.

Хронемика - наука про час комунікації, про його структурні, семіотичні та культурні функції.

Системологія - наука про системи **об'єктів**, якими люди оточують свій світ, про функції та смисли, які ці об'єкти виражають у процесі комунікації¹.

На сучасному етапі ці науки перебувають на різних щаблях розвитку. Основними вважають паралінгвістику й кінесіку. Найменш розробленими залишаються аускультация, гасстика, ольфакція, хронеміка й системологія.

На які ж характеристики невербального спілкування оратору треба звернути особливу увагу? Насамперед потрібно відмітити, що велике значення для успішного виступу перед аудиторією має **перше враження**. Встановлено, наприклад, що під час лекції зміни в оцінці лектора складають лише 4-6%, при цьому за фактором "довіри" - не більше 1%. Перше враження є сильним, яскравим, таким, що добре запам'ятовується, тобто надзвичайно стійким. Якщо в подальшому його треба коректувати, змінювати, то це вимагатиме від оратора значних зусиль. Згадаємо приказку:

"Не буде другого шансу створити перше враження".

Основою формування в аудиторії першого враження про оратора є зоровий образ. Наведемо вже класичну статистику щодо каналів отримання інформації при першій зустрічі:

- **55%** інформації визначається тим, що люди *бачать* при першій зустрічі (насамперед мовою жестів і поз);
- **38%** інформації визначається тим, що люди *чують* (парамовленнєвими характеристиками);
- **7%** інформації визначається тим, що люди *говорять* (власне текстами співрозмовників).

Щодо специфіки поведінки оратора в аудиторії в межах риторики пропонують декілька основних порад.

По-перше, що стосується **мови жестів і поз**, то оратору варто виступати стоячи й використовувати жести відкритості (жести розкритими руками у напрямку до слухачів; горизонтальна жестикуляція, а не вертикальна та ін.). Вони сприймаються аудиторією (здебільшого підсвідомо) як такі, що свідчать про намір спілкуватися. Відповідно, слід уникати закритих жестів, які можуть сприйматися не тільки як свідчення небажання спілкування, а й агресії (стиснуті кулаки, схрещені руки, схрещені ноги тощо).

Оратор повинний також пам'ятати про так звані жести-поплавки, які є виразом нервування, невпевненості у собі, хвилювання: ручка в руках, папка, аркуші паперу, особливо, коли з ними роблять якісь маніпуляції; часте прокручування окулярів, волосся, обручок, ланцюжків, годинників, комірців, краваток тощо. Аудиторія позитивно сприймає впевненого у собі оратора, тому таких жестів теж слід уникати.

Загалом жести виконують різні функції в процесі спілкування. Однією з них якраз є риторична функція. У таких випадках здебільшого значення певних жестів може бути охарактеризоване в термінах риторичних фігур. Г. Є. Крейдлін з цього приводу пише:

"При застосуванні риторичних жестів акцент зі слова переноситься на візуальний образ, який це слово породжує; слова повинні бути побачені - у цій тезі криється сутність ораторського прийому використання такого риторичного жесту".

По-друге, що стосується **мови міміки**, то важливим є **зоровий контакт** оратора з аудиторією протягом усієї промови. Він повинен дивитися на всіх слухачів таким чином, щоб не виділяти когось персонально. У великій аудиторії варто розбити зал на сектори й у процесі виступу переводити погляд повільно по черзі з одного сектора на інший. Оратору не слід дивитися повз слухачів (у простір), на підлогу, ноги, стелю, у вікно, розглядати сторонні предмети. У таких випадках саме ці предмети, а не слухачі будуть поглинати промову. Не дивлячись в аудиторію, оратор і не звертається до неї. З іншого боку, довгий пильний серйозний погляд в очі може викликати в слухача відчуття тиску, неспокою. Тому впродовж тривалого часу краще дивитись в обличчя, а не прямо в очі. Як вираз зацікавленості погляд в очі сприймається тоді, коли він є короткочасним.

По-третє, що стосується **парамовленнєвих характеристик**, то оратору варто звернути увагу насамперед на інтонацію. Протягом всієї промови її треба змінювати, а не говорити монотонно. Звичайно, що інтонація має узгоджуватись зі змістом промови. Стосовно **гучності**, то в аудиторії оратору слід говорити голосніше, ніж він говорить звичайно. Оптимальним темпом вважається промовляння не більше 120 слів за хвилину. Досить важливим ораторським прийомом є пауза. Вона вимагає певного тренування.

Насамперед не слід заповнювати паузу різноманітними вигуками ("м-м-м", "е-е-е", "ну" тощо). Зазвичай пауза здається довшою тому, хто говорить, ніж тому, хто слухає. Вона може тривати до 4-х секунд, перш ніж аудиторія почне думати, що у виступі щось не так. Оратор повинен робити невеликі паузи до та після важливих думок, щоб слухачі могли їх осмислити. Крім того, перед важливою думкою потрібно також трохи понизити голос. Починати та завершувати публічний виступ оратору варто з погляду на слухачів та паузи.

Для оратора при виступі важливе значення має також володіння простором. **Мова простору** складається з кількох компонентів. Зокрема **виділяють чотири зони дистанції у спілкуванні**:

- *інтимна*;
- *особиста*;
- *соціальна*;
- *публічна*.

Інтимна дистанція (до 50 см) - *це зона спілкування між близькими людьми*.

При цьому настільки близькими, що людина готова обійняти співрозмовника, тобто скоротити цю дистанцію до 0. У процесах комунікації не варто втручатися в інтимний простір, спроба подібних дій сприймається як агресія. Справа в тому, що людина намагається підкорити собі оточуючий її

невеликий простір і розглядає його як частину себе. Наявність відстані не менше 50 см між слухачами під час промови здатна забезпечити можливість критичного сприйняття того, що їм говорять.

Особиста дистанція (від 50 см до 1,5 м) - *це зона спілкування між друзями.*

Саме на такій відстані люди, які добре знають один одного, у яких є спільні інтереси тощо, почуваються комфортно в повсякденній комунікації.

Соціальна дистанція (від 1,5 до 3 м) - *це зона спілкування між знайомими людьми (але не друзями).*

Така відстань є оптимальною для формальних контактів на роботі або з малознайомими людьми.

Публічна дистанція (більше, ніж 3 м) - *це відкрита зона для виступу оратора перед аудиторією.*

Варіювання цифр у визначенні дистанцій спілкування обумовлене національною специфікою та особливостями місць проживання. Для жителів сільської місцевості радіуси цих зон будуть довшими, оскільки вони звикли жити на великому просторі. Для жителів міст - меншими, оскільки вони часто перебувають у "скупченому" просторі.

Таким чином, виголошувати промову потрібно з публічної відстані, особливо у великих аудиторіях. Під час виступу оратора варто наближуватись до слухачів. Наприклад, якщо оратор виступає з трибуни, то корисним є виходити час від часу з-за неї та ставати поруч. Хоча більш вдалим є взагалі стояти поруч з трибуною, а не за нею. Рухатись по аудиторії слід повільно і не дуже захоплюватись цим прийомом, щоб у слухачів не склалось враження, що оратор бігає, як тигр у клітці.

Що стосується **мови одягу та мови кольорів**, то оратору для публічного виступу варто обрати діловий одяг (для чоловіків і жінок - це костюми переважно сірого або синього кольору). Такий одяг не пригнічує людину й у слухачів є можливість зосередитись на самій промові. Якщо головна мета для оратора - це переконання аудиторії, тоді йому слід уникати одягу яскравих насичених кольорів, занадто модного одягу, численних прикрас та інших компонентів, які будуть занадто привертати до себе увагу слухачів та відволікати від того, що говорить оратор.

Впродовж публічного виступу слухачі теж відправляють оратору невербальні сигнали. У невеликій аудиторії йому легше фіксувати та реагувати відповідним чином на ці знаки. Вони дають можливість оратору встановити момент, коли він успішно доніс свої думки до слухачів. Невербальні сигнали аудиторії можна звести до трьох головних:

- Слухачі стають більш розслабленими. Коли людина приймає точку зору співрозмовника, вона зазвичай розслабляється.

- Слухачі підсуюються ближче. Ті, на кого вдалось вплинути оратору, часто схиляються в його бік, а ті, хто дотримується іншої думки, часто

відхиляються назад.

- Слухачі підтримують візуальний контакт з оратором, особливо ті, яких оратору вдалося переконати.

Отже, під час публічного виступу оратору потрібно постійно слідкувати за своєю аудиторією і самому грамотно застосовувати невербальні сигнали спілкування. Звичайно, це легше робити, якщо промова підготовлена заздалегідь. Тому готуйтеся і виступайте! Страх перед аудиторією можна подолати тільки наполегливими вправами.

Література

1. Кацавець Р.С. Ораторське мистецтво: підручник / Р. С. Кацавець. – 2-ге вид., доповн. – К.: Алерта, 2018. – 216 с. <http://www.alerta.kiev.ua>
2. Ораторське мистецтво: навч.-метод. посіб. / авт.-уклад. : І. М. Плотницька, О. П. Левченко, З. Ф. Кудрявцева та ін. ; за ред. І. М. Плотницької, О. П. Левченко. – 2-ге вид., стер. – К. : НАДУ, 2011. – 128 с.
3. 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
4. Почепцов Г. Агенти впливу й тексти впливу [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/8505>.
5. Почепцов Г. Спічрайтер і його робота [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/4079>.
6. Прокопчук Л.В. Риторика. Модульний курс: навч. посіб./ Л.В.Прокопчук. – Вінниця: Нілан-ЛТД, 2017. – 206с.
7. Риторика: навч. посібн. (упор. Т.К.Ісаєнко, А.В.Лисенко). – Полтава: ПолтНТУ, 2019. –247с.

Питання для самоконтролю:

1. Які складові та їх порядок містить композиційна схема промови?
2. Які існують тропи ?
3. Які існують риторичні прийоми?
4. Які існують вербальні та невербальні засоби комунікації?
6. Яку роль відіграють приміщення в підготовці роботи спікера?.