

**Лонська Анастасія Євгенівна**

студентка III курсу

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна

**Науковий Керівник: Лісеній Євген Володимирович**

кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Україна

## **ПУБЛІЧНИЙ ВИСТУП, ЯК СПОСІБ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ**

***Анотація.** дана стаття присвячена дослідженню особливостей публічного виступу. Її можна назвати поетапною інструкцією у підготовці доповіді і самого виступу. Вона відображає всю сутність попередньої підготовки і зображена, як основна частина гарного виступу, також було надано поради, щодо поведінки під час виступу.*

***Ключові слова:** публічний виступ, промова, доповідь, зміст виступу, метод асоціації, виголошення промови, довідковий використаний матеріал.*

Способом спілкування може виступати будь-яке повідомлення, яке виконує функцію передавання інформації від однієї людини до іншої під час спілкування, це може бути мова, міміка або ж жести. Повідомлення може мати різний вигляд. Воно може мати форму монологу, діалогу або полілогу. Розглянемо випадок, коли повідомлення надходить від однієї особи. Найчастіше ми чуємо висловлення конкретної людини під час її публічного виступу, тому спочатку визначимо, що таке публічний виступ у загальному вигляді. Публічний виступ – це монолог на якусь окрему тему в усній формі, який представляється якомусь певному колу людей в певний час. В залежності від кола людей, якому було представлено даний виступ залежить стиль і жанр мовлення, який буде використовувати доповідач. Це може бути звичайна доповідь або ж інформаційна промова. Під час використання публічного виступу у діловому спілкуванні обирається змістовна інформаційна промова з використанням професійної лексики, але не варто нею зловживати, адже один з критеріїв публічного виступу це зрозумілість, тобто все сказане повинно бути зрозуміле всім слухачам.

Хочу звернути увагу на основний етап – попередня інформація. Перший крок публічного виступу у діловому середовищі – це підготовка до ділової комунікації. Перше, що треба зробити під час підготовки – це вибрати тему. Один з головних законів риторики повідомляє: заява до проблеми повинна бути мотивована зацікавленістю виступаючого і захопленнями слухачів. В основі аспекту важливості акцентуються різновиди інтересів: соціальний (визначити і охопити, що важливо для всіх у світі), колективний (визначити, що важливо з метою охопити окрему категорію людей), індивідуальний (визначити те, що важливо для конкретного індивіда, з метою зацікавити саме його). Таким чином, саме зацікавленість, яка притаманна кожному індивіду або групі людей, що присутні, встановлює звернення доповідача до конкретної проблеми. З одного краю, доповідач повинен підібрати проблему, яка його особисто займає, привертає увагу, - тільки таким чином хтось зможе викликати інтерес до теми також у своїх слухачів. З іншого краю те, про що хоче розповісти промовець, воно має опинитися у сфері зацікавленості слухачів, тільки в такому разі доповідач здатний сподіватися на позитивний результат.

Встановлення мети виступу – значний етап у підготовці до промови, на це впливає, як мінімум дві обставини. По-перше, аудиторія, часто буває, пасивними членами розмови (розслаблені, неорганізовані, безпосередні, вимотані, одночасно роблять ще щось інше). З цієї причини слухачі не завжди будуть промацувати аж до цілей доповідача, якщо вони чітко не будуть спостерігатися, тому інтерес аудиторії не буде зосереджено на доповіді. По-друге, правильне висловлення мети має велику роль для самого доповідача. Часто промовець, завершивши висловлювання, засвідчується, що в нього особисто також не існувало точного визначення його мети – подібні виступи, зазвичай бувають безглуздими. Конкретно виділена мета ще на початку підготовки виступу полегшує та зменшує усі наступні турботи. Тому що вся промова підкоряється визначеній меті.

У наступній стадії доповідач продумує, створює сутність виступу, шукає рішення наступним проблемам: що безпосередньо треба розповісти про об'єкт

виступу, який було обрано. Головний і найбільш результативний спосіб – спосіб питань (проблеми активізують розуміння, фантазію). Потрібно фіксувати усі без винятку питання що приходять у розум, у тому числі і, на першу думку, марні, легковажні, неприйнятні. У деяких випадках безпосередньо ці питання та проблеми становляться основою новітньої, унікальної концепції.

При підготовці змісту виступу можна спробувати використовувати метод асоціацій (метод асоціацій дуже дійовий у навчальному тренуванні – стимулює фантазію, розширює, а також стимулює лексичний резерв). Сутність методу полягає в тому, що до основного виразу вибирається кілька виразів-асоціацій, від яких далі з'являється текст в цілому.

Наступний етап інвенції – дослідження і вибір довідкового використаного матеріалу і сполучення його з експериментальним. У риторичі експериментальним використаним матеріалом називають використаний матеріал, що є результатом незалежної діяльності доповідача, його унікальним внеском у вивчення проблеми. Властивості експериментального використаного матеріалу свідчить про творчі здібності доповідача, його можливість "генерувати" думки. Довідковий використаний матеріал - це "чужий досвід", ключами використаного довідкового матеріалу є довідники, енциклопедії, словники, ділові папери, преса, монографії, нотатки, теле- радіомовлення, пряма співбесіда і так далі. Довідковий використаний матеріал - це цифри, дані, приклади, цитати, переконання впливових у цій проблемі людей.

Довідковий використаний матеріал - це додатковий використаний матеріал. За цією причиною до таких матеріалів потрібно вдаватися лише після свого обмірковування проблеми, оскільки головне у виступі - власне "Я" доповідача (аудиторія прагне дізнатися ваші ідеї, ваші думки; ваші переконання і погляди). У випадку коли промовець буде робити збір матеріалу до виступу з вибору відповідного до довідкового використаного матеріалу, його «Я» здатне взагалі стати забути .

Але вивчати і додавати довідковий використаний матеріал слід. Цей використаний матеріал формує необхідну атмосферу, в якій будується

доповідь, хтось, так само як помічає Є. Ключев, надає експериментальним прецедентам необхідне майбутнє: історичне та академічне; підвищує їх важливість, перетворює висловлення на фундаментальне, значиме, у вигляді довідкового використаного матеріалу промовець "перевіряє" точність своєї думки. Довідковий використаний матеріал перетворює доповідь на багатоголосну – це оцінювали ще давні греки та віддає перевагу нинішня публіка.

Відносно пошуку матеріалу, який буде використано у виступі, доповідач повинен мати на увазі наступне: використаного матеріалу (даних, прецедентів, думок) експериментального, так само як і енциклопедичного має бути досліджено і проаналізовано значно більше, ніж буде застосовуватися у виступі. Проблема в тому, що допоміжний, надмірно використаний матеріал дає рішучості доповідачу, важливості та доказовості кожному висловленню у виступі. Таким чином наступною обставиною успішного, відмінної промови вважається величезний розмір додаткового використаного матеріалу.

Також треба слідкувати за порядком думок, адже будова виступу має велике значення як для розуміння аудиторією так і для зв'язку думок доповідача між собою.

Перед тим, як доповідач розпочне виступ зі своїм повідомленням він повинен впевнитися, що тема його доповіді відповідає темі даного засідання, що тема є актуальною і доречною. Дуже важливою буде інформація про склад аудиторії перед якою буде проводитися виступ, чиї ще доповіді будуть заслухані і в якому форматі відбуватиметься зустріч.

Люди можуть мати багато страхів і деякі з них впливають на якість виступу оратора. Страх сцени – одне з найвідоміших людських побоювань. У його основі багато емоційних чинників: судження про те, що вам будуть давати оцінку чужі люди; страх провалу перед очима своїх співробітників; велика кількість слухачів; серед аудиторії є вагома особистість, від якої залежить подальший розвиток у компанії; поганий досвід у публічних виступах у минулому і так далі.

Побоювання публічного виступу знижується сумлінною підготовкою до

промови. Для зменшення морального напруження слід придержуватися наступних рекомендацій:

1. Заплануйте, як саме ви будете виглядати під час виступу, підберіть доречний одяг, та тільки якщо будете впевнені, що ваш зовнішній вигляд виглядає відповідно – лишіть думки про свій зовнішній вигляд.

2. Репетируйте неодноразово.

3. Повторюйте собі: "Немає нічого страшного, це просто звичайна промова!".

4. Перед виступом, якщо не вдається заспокоїтися зробіть вправи, що допомагають зняти напруження (потирання долонь, присідання, розминка, уявлення про те, що буде після перемоги).

5. Складіть індивідуальний перевірковий перелік:

- мій зовнішній вигляд в абсолютній нормі;
- я можу подивитися на погляд своїх слухачів;
- моя постава та міміка випромінює доброзичливість, рішучість;
- даний виступ – один із найкращих моїх виступів;
- я добре розумію, що збираюся відзначити;
- моя аудиторія - чудове суспільство;
- я подобаюся слухачам, я збираюся виступити перед ними;
- як моя промова завершиться, я буду задоволений своєї працею.

Дуже важливий етап - це репетиція. Зробіть повторення виступу перед дзеркалом, стежте за позою, жестами, мімікою.

Наступний етап – це жестикулювання повинно бути помірним як по кількості так і по енергійності. Жести не мають забирати надмірного інтересу слухачів. Вони повинні бути природними («Жест не можна одягнути на себе як смокінг» Дейл Карнегі). Доповідь не повинна брати свій початок і закінчуватися раптовим жестом. Жестикулювати необхідно в той час, якщо необхідно виділити значущість фрази, що вимовляється.

Важливим пунктом у виступі слугує постава. Стояти потрібно прямо, щоб легені могли працювати правильно і кисню було достатньо. Дихання під час виступу також відрізняється від звичайного, адже гучність промови повинна

бути більшою ніж під час звичайної розмови. З Метою звичайної розмови абсолютно досить неглибокого дихання, що наповнює тільки верхню частину легень. Через трибуну необхідно дихати глибоко, повними грудьми, задіяти діафрагму. Заповнювати легені киснем потрібно із низу угору - вдихати таким чином, щоб наповнити живіт, далі заповнити грудну клітку під ребрами, поки не стане відчуття, що повітряний простір заповнився до ключиць. Правильний глибокий подих швидко заповнює кров киснем, а як результат зменшує затиснення тіла, доповідач відчуває в собі врівноваження і концентрацію. Ще одна перевага поглибленого діафрагмального дихання - його непомітно, його не чує аудиторія. У той час, як неглибокий подих - «гучний», тому здатний відривати інтерес слухачів.

Діафрагмальний подих дає можливість здійснювати контроль власного голосу.

Л. Браун акцентує увагу на властивостях відмінного голосу оратора: привабливий; мерехтливий; безтурботний; добре змінюється; невисокого тембру; гармонійний; переконливий; уважний; впливовий; дружній, ефектний; природний; рясний; заповнений; дзвінкий; доброзичливий.

Далі перераховані властивості поганого голосу: гнусавий; стрімкий; набридливий; скриплячий; пронизливий; слізливий; неповний; сором'язливий; дуже галасливий; дуже спокійний; прозорий; урочистий; уїдливий; нерішучий; одноманітний; напружений.

Таким чином, у доповіді повинна бути «жива нота»; відчуття і тон. Одноманітність втомлює слухача. Темп і тембр голосу повинні змінюватися у зв'язку зі змістом.

Доповідач, що говорить занадто тихо в здається людиною, яка не покладається на свої сили.

Доповідач, що говорить занадто голосно здається людиною, яка не контролює свої емоції.

Мова певних людей незрозуміла через те, що вони неправильно передають звучання. Чітко промовляйте будь-який звук.

Непоганий спосіб тренувати голос - читати голосно. Здійснюйте контроль

за точністю вимови. Якщо вам скажуть дуже швидко, зменшити темп дуже просто - чітко говоріть будь-який звук, не ковтайте, не зрізайте склади.

Контакт зі слухачами. Подивіться у бік своїх слухачів. "Обіймайте" залу. Не подивіться підлогу, стелю чи вікно. Не треба дратівливо терти руки, крутити ручку тріпати хустинку або весь час поправляти окуляри. Не відокремлюйтеся від слухачів, не нехуйте ними.

Потрібно дивитися рішуче, відкритим поглядом, стояти з піднятою головою та простою посмішкою.

#### Список джерел:

1. Етика ділових відносин. URL: [http://megalib.com.ua/book/132\\_Etika\\_dilovih\\_vidnosin\\_.html](http://megalib.com.ua/book/132_Etika_dilovih_vidnosin_.html) (дата звернення: 24.11.2021).
2. Имидж - путь к успеху. URL: <https://altairbook.com/go2/949626.html> (дата звернення: 29.11.2021).
3. Психологія управління в організації. URL: [https://shron1.chtyvo.org.ua/Pryschak\\_Mykola/Psykholohiia\\_upravlinnia\\_v\\_orhanizatsii.pdf](https://shron1.chtyvo.org.ua/Pryschak_Mykola/Psykholohiia_upravlinnia_v_orhanizatsii.pdf) (дата звернення: 10.12.2021)
4. Публічний виступ як чинник налагодження громадських зв'язків. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/18758/1/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F%20%D0%9C%D0%B0%D1%81%D0%BB%20%D0%9F%D1%83%D0%B1%D0%BB%D1%96%D1%87%D0%BD%20%D0%B2%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF.pdf> (дата звернення: 10.12.2021)
5. Теоретичні аспекти ефективності публічного виступу. URL: [http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/e114\\_60/e114dajn.pdf](http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/e114_60/e114dajn.pdf) (дата звернення: 10.12.2021)
6. Психологічні аспекти публічного виступу. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2019/12/53.pdf> (дата звернення: 13.12.2021)
7. Методика підготовки публічного виступу. URL: <http://znp-vo.nuou.org.ua/article/view/203514> (дата звернення: 13.12.2021)