

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.11563035>

Публічна промова та підготовка до неї

І. В. Фірсова, старший викладач

Національний аерокосмічний університет

ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»

Сучасний стан лінгвістичної парадигми можна з впевненістю охарактеризувати як такий, що має антропоцентричний підхід. Його сутність полягає в дослідженні ролі людини в процесі відтворення та сприйняття мови. Динаміка стрімкого розвитку засобів масової інформації, інформаційно-комунікаційних трансформацій, інтернет-технологій породжує нові форми спілкування у суспільстві. У цьому контексті є доречним спробувати крізь призму медіадискурсу зробити не тільки лінгвістичний аналіз, а й аналіз екстра- та паралінгвістичних засобів публічних виступів.

Публічний виступ – це усне монологічне висловлення, що використовується як форма спілкування мовця з колективним слухачем і характеризується спеціальними засобами впливу на аудиторію.

Розглянемо один з різновидів публічного виступу, а саме – промову та підготовку до неї. Промова – це усний виступ з метою висвітлення певної інформації та впливу на розум, почуття й волю слухачів. Промова має певні вимоги: логічність, емоційність, структурну чіткість, конкретність, часові межі. За своїм характером публічна промова являє собою монолог. Однак у кожному монолозі присутні елементи діалогу. У публічній промові реалізується усна форма літературної мови, де використовуються різні стилі.

Кожна промова потребує певної підготовки, щоб досягнути своєї кінцевої мети. Правильна організація публічного виступу

є важливою частиною процесу підготовки. Щоб промова була цікавою, передавала відчутну цінність і була успішною, оратор має бути добре організованим. Це – разом із впевненістю, відчуттям контролю над процесом і, отже, меншим стресом – єдиний спосіб утримати увагу аудиторії. Перш за все необхідно розуміти в чому полягає мета виступу – проінформувати, розважити, переконати або закликати аудиторію до дії. У кожного виступу має бути своя тема та привід. Чітке розуміння мети – це перший крок до успішної промови.

Визначення мети допоможе визначити аудиторію, яку треба проаналізувати, щоб зрозуміти її інтереси та цілі; можливість встановити з нею контакт під час виступу та передбачити ймовірні запитання та відповіді. Це дозволить бути максимально ефектним під час презентації. Знаючи аудиторію, можна вибрати тему, яка їй підходить, й визначити ключові моменти відповідно до очікувань.

Творчий підхід у підготовці публічної промови робить її більш привабливою і такою, що запам'ятається. Інтелектуальна карта промови — це метод отримання знань у творчій графічній формі, який полегшує запам'ятовування та розуміння певних тем. Це також допомагає створити публічну промову цікавою. Є доречним використовувати цей метод поетапно: спочатку для створення інтелектуальної карти для самої підготовки, потім для створення основи для промови.

Для успішного публічного виступу не менш важливим є письмове структурування промови та складання плану. Конкретний план промови є найважливішим пунктом у підготовці, узагальнюючи всі основні елементи. План має бути якомога детальнішим, щоб уникнути втрати ідеї. Є доцільним занотувати кілька ключових слів та виразів. Нотатки не повинні складатися з довгих речень: це дозволить уникнути спокуси їх прочитати або переказати. Але наявність одного лаконічного речення, яке чітко виражає основну думку, буде доречним.

Воно стане умовним центром уваги і впродовж промови можна постійно повертатися до цього єдиного рядка. Особливу увагу треба звернути на вступ (тема, план) і висновок (головні ідеї та подальші дії). Ілюстрація ключових пунктів, низка конкретних прикладів з використанням аудіовізуальних засобів масової інформації допомагають зробити промову жвавою та аргументованою.

Отже, чотири поради, які допоможуть структурувати промову:

1. Визначити ціль: що й кому треба донести. Це дозволить бути максимально ефектним під час виступу.

2. Написати план: звернути увагу на вступ, висновок, елементи презентації, які найкраще запам'ятаються.

3. Проілюструвати основні моменти: таким чином промова стане більш цікавою. Навести низку конкретних прикладів. У разі використання аудіовізуальних засобів масової інформації, необхідно добре володіти демонстраційним матеріалом.

4. Передбачити взаємодію з аудиторією: головна мета виступу – передати повідомлення та переконати аудиторію. Передбачити можливі корективи у промові, у разі очевидних ознак нудьги у слухачів, наприклад, скоротити частину або згадати анекдот.

Таким чином, ретельно продумана та підготовлена промова, заздалегідь перевірені технічні засоби та місце проведення, проаналізована цільова аудиторія гарантують успіх та досягнення поставленої мети публічної промови.