

Олександр Євченко,

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри філософсько-історичних студій

(Державний університет «Житомирська політехніка»)

Максим Кірієнко,

здобувач вищої освіти

(Державний університет «Житомирська політехніка»)

СПЕЦИФІКА ПОБУДОВИ УСНОГО КОМУНІКАТИВНОГО ВПЛИВУ

Промова як текстова та комунікативна єдність має свої специфічні особливості й вимагає належної підготовки. Риторична компетентність та «етико-естетична цілісність красномовства виявляється у майстерності оратора творити гармонійний зміст і форму промови засобами усного переконуючого слова на основі кращих постулатів класичної риторики, національного красномовства, власної риторичної творчості» [3, с. 78]. Промова найчастіше вибудовується відповідно до архітекτονіки нехудожнього тексту й складається зі вступу, основної частини та висновків. Вступ та закінчення не мають бути занадто довгими, адже зазвичай 90% тексту – це основний матеріал. Тема, яка обирається мовцем, має бути актуальною для аудиторії. На її обрання впливає чимало факторів, передусім цільова установка, адже потрібно чітко усвідомлювати, з якою метою виголошується промова, а також вид красномовства, в річищі якого буде здійснюватися комунікативний вплив. Якщо основною ціллю є переконання, то слід готуватися до полеміки, дебатів, дискусій. З цим допоможе арсенал експліцитних та імпліцитних засобів від методів аргументування, конструктивних прийомів до іронії, натяків, замовчування тощо. У добу інформаційного суспільства значно посилилася роль усних комунікативних впливів у різних сферах суспільного життя: «дотепне й вдало сказане слово може зіграти значну роль у розв'язанні певної справи» [1, с. 136].

Назву промови не слід розтягувати й обирати для її формулювання складні, незнайомі слухачу слова. Це може відштовхнути аудиторію на самому початку виступу, порушить контакт і призведе до комунікативного провалу, адже відомо, що успіх промови вирішують перші хвилини контактування.

Після визначення теми, мети та назви необхідно зібрати конкретний матеріал. Джерелами для пошуку матеріалу можуть бути індивідуальний досвід комунікатора, бесіди, роздуми, дослідження, книги, статті тощо – чим більше джерел, тим більша змістовність. Але слід пам'ятати, що розгляд у промові більше двох або трьох аспектів може призвести до втрати простоти та зрозумілості, адже аудиторія не завжди оперує певними знаннями й не в змозі досягнути надто широкий спектр ідей усного виступу. Думки мають бути послідовними та логічними, так буде легше запам'ятати і мовцю, і слухачеві. У кінці виступу коротко згадують все раніше обговорене та (хоч і не завжди) зазначається тема наступного виступу. Для пов'язування у смислове ціле частин промови використовуються засоби інтеграції, передусім – когезія, ретроспекція та проспекція. Всі три види спрямовані на поліпшення слухового сприйняття.

Не менш важливим у процесі налагодження комунікативного контакту й виголошення промови є образ оратора – його вигляд, манера поведінки, рухи, голос. Він «повинен володіти дотепністю діалектика, думками філософа, словами мало не поета, пам'яттю законодавця, голосом трагіка, грою такою, як у кращих лицедіїв» [3, с. 309]. Важливо пам'ятати про особливості невербальної комунікації. Надмірна жестикуляція псує комунікативний ефект, тому рухи повинні бути невимушеними. Різноманітні жести допоможуть виголошенню та сприятимуть емоційному впливу.

Упевненість мовця у собі дозволить гучно і переконливо виголосити свої думки на широкий загал. Правильно поставлений голос може додати словам відповідні почуття та глибину переживань. У такий спосіб, голос, жести та зоровий контакт допоможуть мовцеві реалізувати концепцію й здійснити прагматичний комунікативний вплив на аудиторію, оскільки «виразний погляд, доречно зроблений рух тіла варті іноді значно більше усіх промов» [3, с. 475].

Перед тим, як розпочати роботу над текстом виступу, промовцеві необхідно збагнути, що його головною метою є не стільки промова та процес її написання, скільки здійснення вдалої комунікації – формування та забезпечення у слухачів відповідної мисленнево-мовленневої діяльності, за допомогою якої встановлюється комунікативний контакт, котрий у цілому сприяє виникненню атмосфери взаєморозуміння і врешті-решт переконанню.

Здійснення комунікативного впливу відбувається в межах певного виду красномовства. Так, наприклад, політичне красномовство характеризується тим, що оратор виголошує інтереси певної політичної партії, пояснює певну політичну проблему або ситуацію тощо. Характерними рисами політичного красномовства є урочистий стиль, динамічність, ідейність, конфліктність та ін. Академічне красномовство репрезентоване виступами науковців – вчених, дослідників викладачів. Його характерними ознаками є логічність, точність, доказовість, термінологічність і науковість. Судове (юридичне) красномовство пов'язане з виступами учасників судового процесу. Означеному виду красномовства притаманні передусім аргументація та доказовість. Звинувачувальна промова акцентує увагу на особі підсудного, злочині, відшкодуванні збитків, а захисна – відступає від чіткого структурування і є більш гнучкою з огляду на зміст і форму. Церковно-богословське (релігійне) красномовство репрезентоване проповідями, повчаннями, коментуванням сакральних текстів, настановами, бесідами та ін. Соціально-побутове – відображає певні суспільні відносини або звичаї, традиції і ритуали.

Для відповідної реалізації комунікативних завдань мовцеві слід використовувати лише основні, найзначущі аспекти, які за необхідності розширюються за допомогою факультативних фрагментів або уточнень, адже «усний виступ, обмежений регламентом, вимагає доцільної репрезентації концепції – системи знань про певний предмет або тему, висловлену у стислій, прагматичній формі» [2, с. 19].

Отже, підготовка усного комунікативного впливу значно спрощується, якщо оратор прагматично враховує основні вимоги щодо творення тексту промови та доцільно використовує технічні прийоми, що дозволяють реалізувати виголошення й вплинути на слухачів згідно із запланованим. Промову не варто ускладнювати, оскільки це призведе до втрати комунікативного контакту. Тому при написанні промови доцільно використовувати трискладову архітектуру – вступ, основну

частину та висновки. З метою полегшення виступу варто використовувати прості речення, оскільки складні синтаксичні конструкції ускладнюють розуміння й утомляють аудиторію. Основні засоби інтеграції дозволяють комунікатору зробити своє мовлення наочним та орієнтувати слухачів у матеріалі виступу. Вони забезпечують ясність мовлення та сприяють прозорості усного комунікативного впливу, значно спрощуючи процес сприймання інформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамович С., Чикарькова М. Риторика : навчальний посібник. Львів, 2001. URL:

https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/887007/mod_resource/content/1/%D0%A1.%D0%94.%D0%90%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87_%20%D0%9C.%D0%AE.%D0%A7%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%A0%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%B0.pdf (дата звернення: 17.04.2023).

2. Євченко О. Специфіка підготовки та виголошення усного публічного виступу. «На злеті думки» : збірник доповідей. Випуск 1 від 9 січня 2013 р. Житомир, 2013. С. 19–22.

3. Сагач Г. Риторика : навчальний посібник. Київ, 2000. URL: http://pdf.lib.vntu.edu.ua/books/Sahach_2000_568.pdf (дата звернення: 17.04.2023).