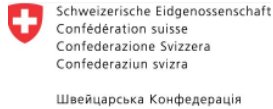




**Національний  
форум міст-  
партнерів**



**Швейцарська агенція  
розвитку та  
співробітництва**



**Проект ПРООН та компанії  
«Кока-Кола» «Кожна  
краплина має значення»**



*Empowered lives.  
Resilient nations.*  
**Програма  
розвитку ООН**

## **Технології ефективного публічного виступу**

**Тренінг для персоналу  
муніципальних відділів підтримки проекту ПРООН  
«Муніципальна програма врядування та сталого розвитку»**

**Готель «7 днів», м. Кам'янець-Подільський**

**23 березня 2012 року**

## **Програма тренінгу «Технології ефективного публічного виступу»**

### **09.00 – 10.00 Організація роботи групи**

Знайомство, очікуванні від тренінгу, правила роботи.

### **10.00 – 11.00 Як вирішити, навіщо виступати – про що зазвичай забувають оратори.**

Формулювання мети та теми промови

Практика короткого - до 2 хв - виступу (4-5 промов)

з визначенням слухачами їхньої теми та мети

*11.00 – 11.15 перерва*

### **11.15 – 12.15 З чого почати – перші слова виступу**

Початок промови – різноманітні способи формулювання вступного зауваження як «зачіплюючого гачка»

4 важливі пункти у вступній частині промови

Практика – формулювання початку промови, заслуховування 3-4 учасників

### **12.15 – 13.00 Чому і як варто готуватись до імпровізованої промови.**

Технологія «Гроно»

5 хвилин на підготовку і виступ

*13.00 – 14.00 Обід*

### **14.00 – 14.30 Як побудувати логіку промови так, щоб слухачі були впевнені, що оратор говорить правильно**

Варіанти логіки

Пишемо план власної промови

### **14.30 – 15.30 Чим можна переконати слухача**

Що таке аргумент

Яким чином можна побудувати ефективний аргумент

Метод «ПРЕС»

Психологічні аргументи

Підбір слів для впливу на емоції

Практикуємось у формулюванні аргументів

*15.30 -15.45 перерва*

### **15.45– 16.30 Як відповісти на запитання, коли відповідати на хочеться**

Способи відповідей на запитання: недоречні, передчасні, провокаційні, в умовах незнання відповіді, небажання відповісти відверто тощо.

### **16.30 – 17.00 І що тепер можна сказати про риторику?**

Підведення підсумків дня

## **Критерії оцінки публічного виступу**

Що оцінюють слухачі

1. Логіко-композиційну структуру промови
2. Доказовість промови
3. Багатство мови
4. Точність підбору слів
5. Доступність викладу інформації
6. Нормативність слововживання
7. Стилїстика мови
8. Несуперечність тексту промови
9. Правильність наголосу
10. Дикція
11. Дихання
12. Логічний наголос
13. Інтонування
14. Сила голосу
15. Темп
16. Паузи
17. Ритм
18. Поза
19. Міміка
20. Жести
21. Манери оратора
22. Зовнішній вигляд
23. Контакт оратора з аудиторією
24. Наявність зворотного зв'язку (реакція на репліки чи запитання)
25. Прийоми активізації уваги
26. Імпровізація
27. Мовний етикет
28. Вільне володіння текстом
29. Робота з наочними матеріалами
30. Уміння користуватися цифровою інформацією
31. Тайм-менеджмент виступу

**ПІДГОТОВКА ДО  
ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ  
(крок за кроком)**

1. Вибір теми та визначення мети.
2. Вибір ключового поняття.
3. Побудова плану виступу.
4. Написання тексту промови (композиція).
5. Робота над текстом промови.
6. Запам'ятовування.
7. Прогон (озвучення) промови.
8. Виступ.

Большой ошибкой многих ораторов-новичков является то, что они сразу начинают писать текст речи, в то время как первой и важнейшей стадией подготовки к выступлению являются выбор темы и определение целевой установки (цели речи).

**Тема речи** – главное, о чем будет рассказывать оратор (это ответ самому себе на вопрос «О чем говорить?»). Тема и содержание должны быть хорошо знакомы выступающему, потому что говорить о том, в чем не слишком хорошо разбираешься, – это один из путей к провалу. Кроме того, тема должна быть обязательно интересной для спикера, иначе его безразличие по отношению к ней почувствуют слушатели. Если тема для оратора «не очень», то для достижения эффективного результата ему необходимо отыскать то интересное или проблемное, что может его «зацепить» в данной теме.

**Цель речи.** Каждая речь имеет две цели – **общую и конкретную**.

**Общая цель** – разновидность реакции, которую оратор пытается вызвать у слушателей.

**Конкретная цель** – непосредственная задача речи, которая определяет, что слушатели могут и должны знать, чувствовать, делать после того, как услышат эту речь.

Общей целью могут быть такие варианты воздействия на слушателей: проинформировать, развлечь, убедить, призвать к действию.

Обращаясь к аудитории, выступающий формулирует конкретную цель: «Я хочу, чтобы сегодня вы узнали о видах страхования», «Мне бы хотелось, чтобы вы убедились в том, что этот проект является перспективным», «Я призываю вас принять меры против...» и т. п.

К сожалению, многие пренебрегают именно формулированием цели речи. Однако если оратор сам не до конца осознает цель своего выступления, то можно ли полагать, что ее поймут слушатели?

Я посоветовал бы каждому **письменно** изложить конкретную цель, выбранную для речи. Тогда можно определить и желаемый для выступающего отклик у слушателей. Более того, свою цель оратор должен предложить аудитории, направить к ней. Если сравнить два варианта формулировки конкретной цели – «Я хочу предоставить информацию о...» и «Я хочу, чтобы вы получили информацию о...», то понятно, что второй вариант, безусловно, сильнее воздействует на слушателей, чем первый, который направлен на личность самого оратора.

Задавайте самому себе всевозможные вопросы по поводу будущей речи. Если, например, вам предстоит говорить о разводе, спросите себя: что является причиной развода? Каковы его экономические и социальные последствия? Как можно бороться с этим злом? Предположим, вам нужно высказаться о том, почему вы изучаете ораторское искусство. В этом случае следует задать себе такие вопросы: «В чем мои трудности? Чего я рассчитываю достичь? Приходилось ли мне говорить публично? Когда именно? Где? Как это было? Почему я думаю, что эти занятия полезны для делового человека? Знаю ли я мужчин и женщин, которые продвигаются в коммерческой или политической сфере главным образом благодаря уверенности в себе, самообладанию, способности говорить убедительно? Знаю ли я других людей, которые, вероятно, никогда не достигнут существенных успехов из-за отсутствия этих важных качеств?»

Дейл Карнеги

рассмешить, развлечь и т. д.

**Планирование в риторике так же важно, как и в других сферах деятельности человека. Если, выступая, вы не имеете или не знаете (не сформулировали четко) своей цели, то как о ней могут догадаться ваши слушатели?**

Вообще все речи можно разделить на три общих класса в соответствии с их целью:

- информационные, целью которых является проинформировать, рассказать и т. п.,

- агитационные, которые должны убедить, доказать и пр.,

- развлекательные, призванные

## ***Композиція промови***

Композиція промови – розташування матеріалу і співвідношення його окремих частин

### **3-х компонентна структура виступу**

<b>Вступ – 5%</b>	<b>Основна частина</b>	<b>Заключна частина - 5%</b>
-------------------	------------------------	------------------------------

#### **1. ВСТУП**

##### **1.1. "Зачіплюючий гачок".**

##### **1.2. Виклад конкретної мети.**

##### **1.3. Пояснення.**

##### **1.4. Огляд основних розділів теми.**

## **Введение**

Цель вступительной части заключается в том, чтобы привлечь внимание аудитории и организовать ее для слушания. Вы хотите, чтобы присутствующие оставили свои дела и слушали вас? Для этого надо максимально заинтересовать их, поэтому не стоит начинать с важной информации, так как слушатели могут еще недостаточно внимательно воспринимать ваши слова.

Хорошее вступление придаст вам уверенность. Произнося первую часть речи, вы, как правило, волнуетесь довольно сильно. Однако понимание того, что вы основательно подготовились и попрактиковались, поможет расслабиться, и у вас установится взаимодоверие с аудиторией. Слушатели вас воспримут, если увидят в вас источник должным образом представленной информации. Потренируйтесь произносить начало вашей речи, чтобы вам не пришлось его читать, тогда вы начнете выступление при хорошем зрительном контакте.

Для начала речи можно использовать истории (примеры из жизни), статистику, цитаты или шутки.

1. **Истории.** Эта разновидность вступления самая простая и эффективная. Пересказ любой истории, которая связана с вашей темой, легко привлечет внимание аудитории.

2. **Данные статистики.** Иногда следует начать выступление с важных статистических данных по теме. Это поможет вашей аудитории понять важность предмета речи. Не забывайте указывать источник статистических данных – это значительно увеличит доверие к вашим словам.

3. **Цитаты.** Можете начать речь с цитаты уважаемого эксперта в соответствующей области. Иногда хорошим вступлением могут послужить высказывания известных исторических деятелей, философов, писателей и пр. Можно также использовать соответствующие стихи, притчи и т. д.

4. **Шутка.** Некоторые ораторы любят начинать свою речь с шутки. Юмор усиливает интерес аудитории и делает вас симпатичнее в глазах слушателей. Убедитесь, что сумеете рассказать шутку так, чтобы люди смеялись. Неудачная шутка может стать причиной того, что аудитория не воспримет ваше выступление уже с самого начала.

5. ....

## **Тезисы**

Когда вы закончите введение, вам нужны будут тезисы для того, чтобы рассказать аудитории, о чем именно вы поведете речь. Вам следует, используя только одно предложение, сообщить аудитории о теме и цели вашей речи. Напомним, что речь, даже если в ней будет несколько различных тем, имеет обычно одну из трех целей – информировать, сагитировать (убедить) и развлечь.

Помните, что ваш тезис должен состоять из одного-единственного предложения. Сделайте его простым, чтобы аудитория запомнила его. Далее у вас будет достаточно времени для изложения своих аргументов по пунктам.

## **Обзор основных идей**

Сообщив аудитории о цели вашей речи, вы должны объяснить слушателям, как эта речь будет достигать данной цели. Это можно сделать путем обзора пунктов плана речи или ее основных идей. Сгруппируйте идеи таким образом, чтобы в речи было от трех до пяти основных пунктов, и аудитория лучше запомнит вашу речь.

## **Основная часть**

Основная часть – важнейшая составляющая речи, на которую надо отвести до 90% времени выступления. Это то, что аудитория пришла услышать. Тут вы предлагаете все те аргументы, которые доказывают ваш тезис, а также приводите примеры, их подтверждающие. Учтите: если ваше выступление включает много информации, сгруппируйте ее, чтобы в речи было от трех до пяти основных пунктов, как было сказано выше.

После того как вы продумали все идеи, которые считаете нужным использовать, их нужно организовать тем либо иным образом. Тут вам помогут несколько простых способов организации.

- **Организация по хронологическому признаку.** Вы можете рассказать о хронологической последовательности, в которой происходили те либо иные вещи. Например, если хотите продемонстрировать определенный процесс, покажите первый его этап, затем следующий и т. д. Скажем, если вы будете говорить о том, как приготовить ваше любимое блюдо, у вас могут быть три основных пункта: подготовка ингредиентов, термическая обработка, оформление блюда перед тем, как его подадут к столу.

- **Организация по пространственному признаку.** Вы можете основываться и на том, как определенные объекты расположены в физическом или географическом пространстве. К примеру, если хотите рассмотреть внешнюю торговлю Китая, то можно сделать это по таким трем пунктам: торговля с США, с Европейским Союзом и с Японией.

- **От частей к целому.** Один из типов организации – по темам, потому что каждая основная тема имеет множество подтем, связанных с ней. Выберите подтемы, которые лучше всего доказывают либо иллюстрируют ваш тезис. Если вы, допустим, произносите речь о яблоке, основная тема делится на такие подтемы, как его вкус, цвет и цена. Если говорите о загрязнении окружающей среды, то можно выделить загрязнение воды, воздуха, почвы и т. д.

- **Организация по типу «Проблема – причины – решения».** Этот тип организации особенно подходит для убеждающей речи. В первом пункте следует доказать, что имеется проблема, которую нужно решить. Вы также покажете, кто и какой вред причиняет в связи с данной проблемой. Второй пункт поможет продемонстрировать причины возникновения проблемы, а третий – возможные пути ее решения. Вы предлагаете собственный план действий, согласно которому аудитория может решить проблему или защитить себя от негативных последствий.

## **Окончание**

Когда вы произнесли основную часть речи, следует еще раз повторить важные для аудитории пункты. Напомните ваши тезисы и основные идеи, но учтите, что при этом лучше использовать прошедшее время: «Сегодня мы говорили о... [назвать тему]. Сначала вы узнали о... потом о... и, наконец, о...» Повторение самых важных пунктов поможет слушателям запомнить их. В конце речи дайте аудитории понять, что ваше выступление закончено.

## **Типичная схема выступления**

Ниже продемонстрирована схема убеждающей речи об опасности глобального потепления с использованием принципа организации «проблема – причина – решения». Обратите внимание: это не законченное выступление, а только схема, которая поможет составить хорошую речь.

- **Вступление:** перескажите, к примеру, сюжет фильма «Подводный мир», главный герой которого пытается выжить после того, как начал таять полярный лед и нашу планету почти сплошь покрыла вода. Изображенная в фильме ситуация имеет реальные предпосылки, и такое может случиться, если мы не станем бороться с глобальным потеплением.



• **Тезис:** «Сегодня я хочу убедить вас в том, что нужно остановить глобальное потепление».

• **Обзор основных идей:** «Во-первых, я объясню, почему эта проблема может усугубиться из-за повышения температуры. Во-вторых, назову причины возникновения такой угрозы. И, наконец, предложу то, что мы можем сделать, дабы уменьшить вред от глобального потепления для нашей планеты».

• **Основная часть:**

I. Всемирная проблема глобального потепления приобретает все большее значение. Увеличение температуры может причинить немало вреда:

- сельскохозяйственные угодья превратятся в пустыни, что приведет к нехватке продуктов питания и массовому голоду;
- если уровень океана повысится, соленая вода зайдет в реки и уничтожит запасы пресной воды, что повлечет опасность возрастания количества заболеваний и смертей;
- если сельскохозяйственные угодья сократятся и количество питьевой воды уменьшится, усиление конфликтов из-за ресурсов может вызвать войны;
- целые страны и острова исчезнут из-за повышения уровня моря, что повлияет на жизнь ста миллионов человек.

II. Эти проблемы имеют много причин:

- увеличение использования каменного угля – один из основных факторов, вызвавших глобальное потепление. Большинство электрической энергии получают вследствие сгорания каменного угля;
- международные соглашения не действуют. США и другие развитые страны проигнорировали Киотский протокол. Всемирная торговая организация (ВТО) проводит политику, которая не способствует уменьшению глобального потепления.

III. Всем нам нужно приложить усилия для уменьшения глобального потепления.

A. Общество должно:

- увеличить экологичность промышленных технологий;
- перейти к сохранению ресурсов каменного угля во всемирном масштабе;
- объединиться, чтобы исследовать возможные пути предотвращения ущерба.

B. Отдельные люди должны:

- действовать, потому что экономия электроэнергии должно начинаться с каждого из нас и с собственного дома, – использовать энергосберегающие приборы, вовремя вовремя выключать свет, ненужные в данный момент электроприборы и пр.;
- создавать группы защиты природы;
- приучать детей беречь энергетические ресурсы.

**Окончание:** «Сегодня мы увидели, что будущее Земли под угрозой. Знаем, что глобальное потепление причинит немало вреда и заставит изменить привычный для нас всех образ жизни. Мы убедились, что использование каменного угля и недостаток решительных действий со стороны государственных учреждений и правительств усугубляют проблему. И, наконец, мы должны склонить общество и самих себя к действиям, которые уменьшат глобальное потепление, пока еще не стало слишком поздно. Спасибо за ваше внимание к этому важному вопросу. Если сегодня мы все вместе начнем действовать, может быть, нашим детям не придется искать для себя место на другой планете или в подводном мире».

## А Р Г У М Е Н Т А Ц И Я

**Аргументацію** можна визначити як процес комунікації між людьми, в якому використовується обґрунтування для переконання інших. У такій комунікації і потрібні аргументи.

**Аргумент** – це твердження, за допомогою якого людина обґрунтовує певне положення з метою переконання іншого в його істинності. Кожен аргумент має певну структуру. Обов'язковими елементами її є теза, докази та обґрунтування.

АРГУМЕНТ= ТЕЗА + ДОКАЗИ + ОБГРУНТУВАННЯ
---

**Теза** – це положення, що треба обґрунтувати і довести.

**Докази** – приклади, факти, посилання, за допомогою яких доводиться істинність тези.

**Обґрунтування** – пояснення суттєвого зв'язку між тезою та доказами.

## МЕТОД ПРЕС — дозволяє:

- сформулювати думку в чіткій і короткій формі,
- переконливо аргументувати свою позицію,
- «ефективно» представляти інформацію (діалог, виступ, листування),
- аргументовано відповідати на запитання

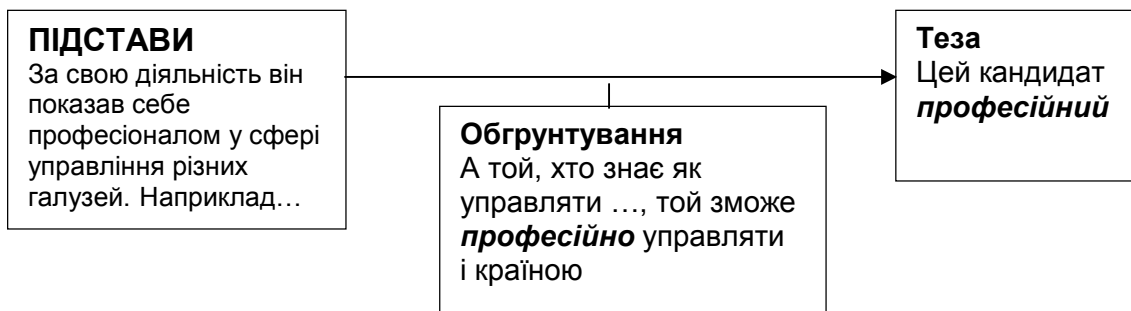
<b>Позиція</b>	«Я вважаю, що...»
<b>Пояснення (причина появи позиції)</b>	«Тому, що...»
<b>Підтримка (факти, цифри, приклади, цитати, посилання...)</b>	«Наприклад...»
<b>Висновок</b>	«Отже...»

## Модель Тоулміна

Згідно з Стефаном Тоулміном, британським філософом, аргумент, це щось, що підтримує позицію. Це може бути щось таке просте, як поодинокі твердження або це може бути ланцюг аргументів, що використовуються для відповіді на комплекс питань. Щоб зрозуміти, як будується аргумент, ми можемо використовувати *Модель Тоулміна*. Ця модель поділяє аргументи на три головні частини і називається **тріада**.

1. **Теза.** Коли ви будете твердження, яке мають підтримати інші, ви пропонуєте *тезу*.
2. **Підстави.** Коли ви наводите факти, що підтримують тезу, ви даєте *підстави* для ваших вимог. Ми зазвичай називаємо це *очевидність*, але це також може називатись доказом, пошуком, даними, підтримкою, документацією або підставами.
3. **Обґрунтування.** Коли ви пояснюєте, як факт поєднується з тезою або забезпечує підстави для вашого аргументу, ви впроваджуєте *обґрунтування*. Це також називається *аналізом*.

Приклад трьох частин аргументу Моделі Тоулміна:



## АРГУМЕНТИ

<b>Argumenta ad rem -</b>  <b>Логічні аргументи,</b> <b>звертання до мислення</b>	<b>Argumenta ad hominem</b>  <b>Психологічні аргументи,</b> <b>звертання до почуттів, потреб</b>
--	---

## **А) Логічні аргументи. Логічні аргументи бувають індуктивні та дедуктивні.**

Під **індуктивними** розуміють умовиводи, що будуються від конкретного до загального, наприклад: «За відгуками мешканців нашого міста, які застосували очищувачі води, витрати виправдали себе. Тому такий вид очистки – взагалі вигідне вкладання коштів.»

Індуктивні аргументи можна побудувати як:

- а) **узагальнення** – коли через перерахування окремих випадків ми приходимо до узагальнення-висновку;
- б) **аналогію** – якщо два предмета схожі одне на одне в одному відношенні, ми можемо зробити висновок про їх тотожність і в інших відношеннях.
- в) **причинна залежність** – висновок, що за існуючим станом речей результатом буде те чи інше; або: існуючий стан речей викликаний певними умовами.

Під **дедуктивними** розуміють умовиводи від загального до конкретного: «При всіх видах розладу здоров'я варто звертатись до лікаря. Головний біль – ознака розладу здоров'я, тому при головних болях варто звертатись до лікаря.»

### **Пам'ятайте!**

Логічні доводи вимагають перевірки на наявність помилок, яку ви можете здійснити за допомогою питань:

- Чи правильний приклад покладено в основу узагальнення?
- Чи має приклад відношення до узагальнення?
- Чи достатньо наведено прикладів?
- Чи дійсно доцільно порівнювати ці явища?
- Чи виникає передбачуваний наслідок, якщо відсутня причина, що названа?
- Чи немає інших можливих причин?
- Чи немає інших можливих наслідків?
- Чи слідує висновок з посилань?

## **Б) “Психологічні” аргументи**

Вони формулюються на основі інтересів і потреб слухачів і впливають безпосередньо на їхні почуття. Мотивом переконання та дії може стати одне чи декілька бажань. Наприклад:

- Вказуючи у виступі на потребу людей у **фізичному благополуччі** (загроза життю, здоров'ю бажання уникнути небезпеки, прагнення до комфорту, зручності, того, що відповідає звичкам, свободи дій тощо), - ми можемо викликати у них відчуття небезпеки, а це означає – пробудити прагнення діяти для досягнення благополуччя.
- Звертаючи увагу на існуючі у людей **економічні інтереси** (бажання повернути витрачені кошти, збільшити власність, укріпити професійні гарантії), ми можемо спонукати їх відповідного обговорення чи дій.

- Важливим мотивом для слухачів також є їхні **суспільні інтереси** (прагнення гарної репутації, до престижу, авторитету чи влади).
- Під час аргументації можна спиратись і на почуття **власної гідності слухачів** (це не означає відкрито лестити, а мати на увазі розумність, здоровий глузд, практичність людини тощо)
- Аудиторії подобається, коли оратор говорить **про істину і право** (слухач охоче підтримає те, що було представлено як істина та справедливість співчуття, жалість, підтримка покарання «зла» тощо).

### **Почему нам нужно доказывать**

Тот, кто доказывает свое мнение, должен убедить других, что нечто является истинным. Кто-то может убеждать милиционера в том, что не превышал скорости, а кто-то – правительство в необходимости финансировать определенный проект. Вы можете пытаться убедить кого-то, что мы должны легализовать наркотики или вернуться к применению смертной казни. Ваши оппоненты стремятся опровергнуть ваши доказательства, но этого гораздо легче избежать, если вы знаете разницу между хорошими и плохими способами доказывания.

Как создать хорошо работающую систему доказывания?

Под доказыванием мы подразумеваем процесс, в котором вы пытаетесь убедить других, что определенная мысль истинна. Если люди, которые вас слушают, уже считают сказанное вами истинным, то доказательств не нужно. Итак, обычно при доказывании вы пытаетесь изменить мнение слушателей и убедить их: то, в чем они были уверены ранее, не является истиной.

Лучший способ убедить заключается в том, чтобы взять какое-то положение, в истинности которого слушатели уже уверены, и использовать его, чтобы показать истинность вашего утверждения. Допустим, кто-то не считает, что правительство должно что-то делать для предотвращения распространения СПИДа в стране. Как бы мы доказали необходимость действий правительства в этом направлении? Это можно сделать с помощью сочетания таких утверждений:

1. *Правительство обязано защищать граждан страны от вредных явлений.* (Это то, в истинности чего слушатели убеждены.)

**И...**

2. *СПИД наносит вред людям страны.* (Это то, в истинности чего слушатели также убеждены.)

**Поэтому...**

3. *Правительство должно защитить своих граждан от СПИДа.*

Итак, мы использовали два утверждения, в истинности которых люди были уверены, и потом показали, что это дает возможность убедить в истинности третьего утверждения. Если человек считает, что СПИД приносит вред, и если он полагает, что правительство должно защищать людей от любого вредного явления, то у этого человека нет иного выбора, кроме как согласиться с тем, что правительство должно защищать людей от СПИДа.

Во время дискуссии или выступления вы обычно стараетесь доказать, почему люди должны делать что-либо или почему не должны делать чего-либо. Сложность, однако, заключается в выборе вами для начала таких правильных утверждений, чтобы люди вам поверили. Есть определенные способы создания различных видов утверждений в зависимости от того, что вы хотите доказать,

### ***Доказательство ценности: «Это является хорошим или полезным»***

В данном случае вы должны показать, что выполнение чего-либо даст положительный результат для страны или группы людей. Это будет ваше первое утверждение.

Затем вам нужно продемонстрировать, что мы нуждаемся именно в таком эффекте или стремимся к нему. Это будет ваше второе утверждение. Вы должны присоединить его к первому, пользуясь союзом «и».

После этого вы можете сформулировать третье утверждение, которое является выводом из первых двух. Поскольку вы показали, что выполнение упомянутого в первом утверждении вызовет определенный эффект и этот эффект является именно тем, чего мы хотим, то это необходимо сделать. Третье утверждение присоединяется к предыдущим с помощью слов «поэтому», «итак», «таким образом».

Это – четкий и понятный способ доказывания.

Посмотрите, как построена такая аргументация: вы считаете истиной первое и второе утверждение, следовательно, у вас и ваших слушателей нет другого выбора, кроме того как поверить и последнему утверждению.

### ***Доказательство вредности: «Мы не должны этого делать»***

Оно очень похоже на доказательство ценности, но в данном случае вместо того, чтобы показать позитивный эффект, мы показываем то, что является нежелательным. Вот пример:

1. Мы должны запретить лотерею.

*Лотерея отнимает деньги у бедных людей, которые стараются выиграть от отчаяния. (Объясните почему.)*

***И...***

2. Организаторы лотерей не должны брать деньги у бедных людей. (Объясните почему.)

***Таким образом...***

3. У нас не должны проводиться лотереи.

Такой вариант доказательства может быть убедительным, если все сделано правильно и подобные аргументы трудно опровергнуть. Ведь, как вы видели, если мы принимаем первые два утверждения, у нас нет иного выбора, кроме как принять и третье.

### ***Дополнительные материалы для убедительного выступления***

Чтобы ваше выступление стало запоминающимся, дополнительным средством для доказательства может быть использование сравнений, примеров, ссылок на авторитеты и статистических данных.

***Сравнение*** понятий и явлений между собой также применяют для доказывания. Сравнить можно, используя:

- ***метафору*** – образное средство, предполагающее перенесение свойств одного предмета или явления на другой по принципу их сходства, что способствует возникновению у слушателей представления о предмете в целом, например: «Наша компания работает, как швейцарские часы, только в мире консалтинговых услуг»;
- ***аналогию*** – иллюстрацию либо умозаключение, которое позволяет перейти от понимания сходства одного или нескольких качеств в различных явлениях к пониманию схожести этих явлений. Так, мы часто говорим: «Ток течет» и часто

представляем себе электричество как поток некой жидкости, текущей по трубам, а высокое сопротивление – в виде узкой трубы, низкое – в виде широкой и т.п.. Это облегчает нам создание собственной, внутренней аналогии явления, которой мы и пользуемся потом для глубокого анализа явлений внешнего мира. Здесь работает логическое правило: «Если А равно В и В равно С, то А равно С».

- **парадокс** – противопоставление или контраст определенных предметов либо явлений, например, «Любовь похожа на соленую воду: чем больше пьешь, тем больше хочется пить».

Сравнения стимулируют мысли слушателя, объясняют необычное, вызывают интерес к обычному.

**Примеры** как средство доказывания позволяют приблизить предмет обсуждения к слушателю.

Разновидности примеров:

- иллюстрации – случаи, факты;
- воображаемые ситуации - «если... то...» (описание);
- юмористические примеры.

Пример должен попадать в цель. Несколько положений нельзя проиллюстрировать одним примером. Помните: хорошо подобранный пример сильнее повлияет на слушателей.

**Ссылки на авторитеты** в системе убеждения также выступают в качестве доказательств.

Ссылаться можно на:

- авторитет оратора;
- общественное мнение;
- авторитет специалистов (заключение эксперта и т. д.).

Не ссылайтесь на собственный авторитет – для слушателя этого может быть недостаточно, обращайтесь к проверенным авторитетам, точно указывайте источник информации, избегайте туманных ссылок на неизвестный источник.

**Статистические данные** также являются доказательством. Используя их, четко указывайте источники, избегайте нечеткости в высказываниях, сравнивайте лишь понятия одного ряда, утверждайте только то, что подтверждено совокупностью фактов.



## **«Рятувальне коло для виступаючих»**

### **1. Якщо ви забули, про що мали далі говорити:**

Нічого страшного ще не сталося! Можна спробувати подолати цю неприємність "з розгону". Повторіть останню з тих фраз, яку вдасться пригадати

*"Я хотів би підкреслити наступне: перевага цієї програми перед іншими полягає в тому, що ...."*

Якщо одразу не вийшло, повторіть ту ж думку, але іншими словами.

*"Інакше кажучи, ця модель краще..."*

### **2. Якщо ви остаточно збилися і не допомагає п. 1:**

Буває, звичайно, що людина впадає в такий ступор, що цей прийом не діє. У цьому випадку залишається одне - завершити виступ, яким би КОРОТКИМ він не був.

Причому, надати цьому видимість презентабельності:

*"У мене є ще кілька міркувань з цього приводу, але я хотів би спочатку почути вашу думку ..."*

### **3. Якщо ви обмовилися:**

Слово, як ви знаєте, горобець - швиденько прикиньте, як ваша помилка виглядає в контексті того, що ви тільки що говорили, і наскільки вона змінює все сказане вами.

Якщо помилка малозначуща, то й зупинятися на ній не варто. Швидше за все, її просто не помітять чи зрозуміють, що, в цілому, ви мали на увазі.

А якщо обмовка серйозна, тоді доведеться уточнювати.

*"Я хотів би, щоб ви зрозуміли мене правильно: ...."*

### **4. Якщо ви забули сказати щось важливе:**

Якщо ви пропустили дійсно щось важливе, то висловіть свою думку як додаток до вже сказаного, але тільки після закінчення всієї промови. Як доповнення до обговорення теми з аудиторією:

"Ось що я хотів би ще додати з питання про ....."

#### **5. Якщо під час вашого виступу глядачі йдуть:**

У тому випадку, коли під час вашого виступу оточуючі вас люди потихеньку починають розходитись, не сприймайте це як особисту образу! Може у людей є термінові справи і ваш виступ не має до цього ніякого відношення.

#### **6. Якщо під час вашого виступу починають ставити запитання:**

Буває і так, що під час виступу починаються запитання і репліки з боку слухачів. Такий поворот подій не несе в собі нічого поганого, скоріше, навіть навпаки. Це свідчить про інтерес до того, про що ви говорите.

Почувши щось, не лякайтеся, а подумайте - завадить ця репліка досягненню поставленої вами мети виступу?

- якщо не заважає, то спираючись на репліку, ви зможете зробити ще один крок до розуміння слухачами того, що ви хочете їм повідомити.
- якщо вам у цей момент сказати нічого, дайте відповідь - "на це питання я відповім трохи пізніше ..." і продовжуйте далі говорити.

### **ПОВЕДІНКА ОРАТОРА : ЖЕСТИ ПРОМОВЦЯ**

#### **Якими нас бачать слухачі?**

**1.Вертикальна жестикуляція** проявляється при авторитарній (диктаторській) внутрішній позиції: "Я вас навчу!", "Я вам доведу!", "Я знаю, а ви це не здатні зрозуміти!" і т.д. Такі жести викликають у слухачів підсвідомий протест, неприйняття, того, що говориться, налаштовують проти інформації що повідомляється.

**2.Жести в горизонтальному напрямку** - це показник демократичності, виваженості, дорадчої позиції, міркування: "Давайте порадимось!", "Це буває і так, і так!" і т.п. Людина, якій властива така жестикуляція, може розраховувати на доброзичливе ставлення слухачів.

**3.Руки прикладаються до грудей** - жест чесності та відкритості. Римські легіонери вітали один одного, притиснувши одну руку до серця, а іншу піднявши відкритою долонею до того, до кого зверталися. Подібне привітання було прийнято і у північноамериканських індіанців.

**4..Опора руками на стіл, спинку стільця, трибуну** - прагнення до додаткової підтримки при внутрішній невпевненості.

**5.Руки, закладені за спину:** - якщо це типове для людини положення -- стриманість,

вдумливість характеру, приховане збентеження; - якщо нетипове - короткочасна задумливість; - якщо демонстративне - усвідомлення своєї значущості і переваги.

**6.Одна або обидві руки заховані в кишенях** - 1) приховування труднощів, невпевненості; 2) часто - підкреслення неофіційності спілкування для більш швидкого встановлення контакту.

**7.Рука стискається в кулак** - спроба опанувати хвилювання або страх прагнення до самоствердження.

**8.Пальці зібрані в "щіпку", долоня вгору, рука злегка зігнута в лікті, при цьому відбуваються часті рухи від себе і до себе за рахунок згинання та розгинання ліктя** - вираз "най-най", виклад ядра проблеми чи думки, що найчастіше є важливою для промовця.

**9. Пальці також складені в "щіпку" долонею вгору, але потирають один одного і рука залишається на місці** - пошук потрібного слова, формулювання думки, пригадування прізвищ і т.п.

**10. Протирання окулярів, пошук носової хустки або сигарет з поплескуванням по кишенях** - свідчать про невпевненість, прагнення виграти час, щоб підібрати потрібний аргумент або прийняти рішення.

**11.Ухватився за край піджака, гудзик, за іншу руку** - страх, сором, бажання самоствердитися в ситуації, коли людина потрапила в "складне становище".

#### **12.Ногі і ступні в положенні стоячи:**

12.1 людина стоїть на обох ногах (відстань між ними не більше 20 см) з рівномірним розподілом ваги тіла - врівноважений, спокійний, здатний змінити поведінку за обставинами;

12.2 вага тіла на одній нозі, нечаста зміна поз - пильність, невимушеність, гнучкість у поведінці;

12.3 часта зміна основної опорної ноги - 1) недолік твердості; 2) прагнення до зручності; 3) боязкість.

12.4 піднімається навшпиньки при вимові слів - агресивна позиція, ще частіше - зарозумілість;

12.5 пальці ніг помітно повернуті назовні, випнутий живіт - зарозумілість, самовдоволення, марнославство;

12.6 пальці ніг загорнуті всередину - певна слабкість духу.