

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
Факультет соціальної та психологічної освіти
Кафедра психології

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
освітній ступінь (магістр)

на тему:

**Психологічні чинники підготовки майбутніх вчителів
до публічних виступів**

Виконала: студентка 2 курсу, 263 групи
Спеціальності 053 Психологія
Освітня програма «Психологія»
Чорнобай О. В.

Керівник: доктор психологічних наук,
професор Мороз Л.І.

Рецензент: доктор психологічних наук,
професор Кобець О.В.

Умань - 2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ ПІДГОТОВКИ ДО ПУБЛІЧНИХ ВИСТУПІВ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ.....	7
1.1. Основні психологічні підходи до вивчення проблеми публічного виступу	7
1.2. Психологічні чинники спілкування лектора з аудиторією.....	18
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ ПУБЛІЧНИХ ВИСТУПІВ МАЙБУТНІХ ВЧИТЕЛІВ СТУДЕНТІВ ЗВО.....	32
2.1. Організація дослідження, обґрунтування методів та методик дослідження	32
2.2. Аналіз результатів дослідження комунікативних та особистісних чинників готовності до виступів.....	43
2.3. Програма тренінгу формування психологічної готовності майбутніх учителів публічно виступати перед аудиторією.....	55
2.4. Практичні рекомендації оратору для успішного публічного виступу	64
ВИСНОВКИ.....	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	77
ДОДАТКИ.....	82

ВСТУП

Актуальність теми. На сьогодні проблема особистісного розвитку студента й формування його готовності до майбутньої професійної діяльності є провідною в теорії та практиці вищої освіти. Саме в процесі навчання в ЗВО відбувається первинне «освоєння» професії, визначається життєва й світоглядна позиція особистості. При цьому однією із провідних проблем є побудова такої системи навчально-виховного процесу, яка б враховувала особливості й закономірності не тільки особистісного розвитку студента, але і його професійного розвитку як фахівця.

Яскраве слово в усі часи, як свідчить історія розвитку людства, має великий вплив на людей, їх погляди і переконання, вчинки і дії. Висловлюючи свою думку, лектор впливає на слухачів. Оратор є центральною фігурою публічних виступів, людина, яка професійно займається ораторським мистецтвом [11, с.55]

Людина з риторичними навичками, почувається впевненою у різних побутових ситуаціях, соціального, бізнес і професійного спілкування.

Здатність говорити впевнено в присутності інших людей, переконувати, обов'язкове вміння для тих, хто хоче домогтися успіху в ХХІ столітті. На жаль, цього не навчаться спеціально в школі або в інших закладах. Аналізуючи виступи інших, можна помітити, що більшість, як правило, читають виступ з тексту на папері, затакують свої виступи, хвилюються, в той час, коли аудиторія є інертна і пасивна. Часто ми стикаємося з таким явищем, коли оратор просто повідомляє зміст свого виступу, просто інформує аудиторію, не пояснюючи свої думки, оцінки ставлення, не намагаючись досягти поставленої мети.

Публічний виступ (ораторське мовлення) – особлива форма мовленнєвої діяльності, спрямована на інформування і забезпечення бажаного впливу (переконання, заохочення, пропозиції, тощо) на слухачів в умовах безпосереднього зв'язку [4, с.7]. Щоб стати гарним оратором потрібно багато працювати над собою, над своїм мовленням, жестами та мімікою.

Психологічні аспекти публічного виступу аналізувати такі вчені та науковці: І. М. Плотницька, О. П. Левченко, Н. О. Алюшина, Н. В. Струпинська А. Колесников, Л. Столярєнко, А. Урбанович, Д. Маєрс. В їхніх дослідженнях було розкрито теоретичні аспекти психології публічних виступів. Незважаючи на значний доробок науковців, ряд питань потребують детальнішого доопрацювання.

Сьогодні дуже гостро стоїть питання ефективності комунікації та майстерності публічних виступів. В останні роки величезного поширення отримали професії, де основна умова успіху є людська комунікабельність – здатність грамотно спілкуватись з аудиторією. І однією з них є професія педагога [16, с.37].

Навчаючи, педагог займається спілкуванням за допомогою різних форм і методів. І хоча публічні виступи, як правило, передбачають менше прямих взаємодій з аудиторією, його ціллю, як і ціллю навчання є обмін інформацією з аудиторією і його засвоєння. Спілкування виконує дві основні функції: комунікативна, включаючи обмін інформацією, інтерактивна, за участю організації взаємодії. Таким чином, педагогу треба вміти правильно виконувати ці функції, тому що здатність говорити не змусить аудиторію слухати і повністю сприймати отриману інформацію.

Комунікативна компетентність педагога – є одним з найважливіших факторів ефективності педагогічної комунікації. Вимога комунікативної компетенції для педагогів в якості учасника сучасного навчального процесу вступає в протиріччя з наявністю рівня знань, навиків, здібностей викладачів в спілкуванні.

Ефективній комунікації та майстерності публічних виступів можна і потрібно навчитися. Розкрити свій потенціал, навчитися виступати перед аудиторією, знайти упевненість в собі може кожний бажаючий.

Таким чином, соціальна та психолого-педагогічна значущість проблеми, недовідомість досліджень в галузі психології, необхідність подальшого розширення її теоретичних та експериментальних досліджень і

зумовили вибір теми нашого дослідження «Психологічні чинники підготовки майбутніх вчителів до публічних виступів».

Об'єктом дослідження є підготовка студентів до публічних виступів.

Предмет дослідження – психологічні чинники підготовки майбутніх вчителів до публічних виступів в умовах навчання у ЗВО.

Мета дослідження - теоретично вивчити та дослідити психологічні чинники підготовки студентів до публічних виступів.

Відповідно до мети були поставлені наступні **завдання дослідження**:

1. Здійснити аналіз психолого-педагогічної літератури проблеми психологічних чинників публічних виступів.
2. Визначити психологічні особливості підготовки до публічних виступів, їх значення в контексті професійної підготовки вчителів.
3. Підібрати психодіагностичний інструментарій для вивчення психологічних чинників підготовки до публічних виступів.
4. Розробити тренінг (програму, практичні рекомендації) підготовки до успішного публічного виступу.

Отже, для вирішення даних завдань, наш діагностичний комплекс включав у себе:

- 1) методику незакінчених речень А.Філіпса (Додаток А);
- 2) анкетування (Додаток Б);
- 3) тест «Чи володієте ви аудиторією?» (Додаток В).

Апробація результатів. Матеріали дослідження доповідалися на засіданні кафедри психології, на п'ятих Всеукраїнських психологічних читаннях «Удосконалення професійної майстерності майбутніх психологів» (22 квітня 2022 р.) та на XI-тій Всеукраїнській науковій Інтернет-конференції «Актуальні питання психології: теорія, методика, практика» (10–11 жовтня 2022 р.).

Дослідження здійснювалося протягом 2021-2022 років на базі Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Різними видами експериментальної роботи було охоплено 188 студентів УДПУ ім. Павла Тичини.

Практична значущість дослідження. Теоретичні положення та практичні висновки дослідження можуть використовуватись викладачами ВНЗ під час проведення лекційних і практичних занять із психологічних дисциплін; при організації психолого-педагогічної практики студентів; практичними психологами при здійсненні психодіагностичних досліджень професійної придатності та професійної готовності майбутніх педагогів, проведенні профілактичної роботи з попередження можливих майбутніх професійних деформацій.

Структура роботи. Магістерська робота складається з вступу, 2 розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків, містить 8 таблиць, 3 рисунки. Список використаної літератури включає 65 джерел. Загальний обсяг роботи 76 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ ПІДГОТОВКИ ДО ПУБЛІЧНИХ ВИСТУПІВ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ

1.1. Основні психологічні підходи до вивчення проблеми публічного виступу

Все, що пов'язане з публічним виступом об'єднує в собі поняття «риторика» – ораторське мистецтво. Воно включає в собі такі компоненти: теорію мовлення, мистецтво мовлення та ораторську майстерність. Психологічні аспекти підготовки оратора включають в себе відображення і регуляцію. Виступаючий повинен вміти адекватно відобразити свій образ та образ аудиторії, виходячи з цього, можна регулювати свою поведінку та поведінку аудиторії.

До монологічних публічних виступів відносять: доповідь, звітну доповідь на зборах, політичну промову, політичний огляд, промову мітингову, агітаційну промову, лекцію.

Доповідь – це публічний виступ політичного або громадського діяча, в якому ставлять назрілі завдання у тій чи іншій галузі життя та вміщують рекомендації й поради до їх рішення. Особливості цього жанру ще й у тому, що доповідь може стати предметом обговорення, підлягати критиці.

Звітна доповідь на зборах – це стисла розповідь про пророблену роботу, аналіз та оцінка її результатів. Під час читання доповіді не прийнято імпровізувати, висвітлювати які-небудь події та факти експромтом, що допустимо та доречно в інших жанрах. Бажаною є продуманість та сувораргументованість усіх розділів та положень, ясність висновків, оцінок та обґрунтованість рекомендацій. Звітна доповідь більша, ніж будь-який жанр риторики, наближається до книжно-канцелярського мовлення.

Політична промова – як правило, вона проголошується керівним політичним або державним діячем (президентом, керівником партії, руху). Присвячена актуальним питанням часу та висвітленню їх з позицій певних політичних рухів або загально-національних інтересів.

Особливо можна виділити парламентську промову, яка звичайно вписується у контекст обговорюваних парламентом проблем, обмежена жорстким регламентом і зобов'язує депутата миттєво орієнтуватись у ситуації, імпровізувати, відповідати на ущипливі репліки по ходу виступу.

Промова відрізняється від інших видів виступів часовими межами, емоційністю, чіткістю постановки проблем, конкретністю, насиченістю, дієвістю. Однак це зовсім не означає, що названі якості тією чи іншою мірою не притаманні іншим видам виступів. Різниця лише в більшій концентрації цих якостей у промові.

Багато політичних діячів минулого іноді гіпноотично впливали на аудиторію експресивністю, пристрасстю, емоційною збудженістю та... лестощами. У політичній діяльності промовами часто прокладається дорога до п'ядесталу визнання. Політичний огляд, усна політична інформація – публічний виступ, у якому висвітлюються і стисло оцінюються соціально-політичні події. Виступи мають інформаційно-коментаторський характер останніми роками отримали широкий розвиток, особливо на телебаченні. Завдання: планомірно інформувати з широкого кола проблем політичного, економічного та культурного життя країни, оперативно доводити до них рішення президента, парламенту, уряду та ін.

Промова мітингова має гострополітичний, закличний характер і присвячена, як правило, завжди злободенній темі. Триває мітингова промова 5-10 хвилин, емоційно яскраво прикрашена, має максимально чіткі інтонації і «заряджена» високим пафосом. Мітингова промова проголошується у випадках, коли необхідно зосередити увагу певного кола людей на будь-якому актуальному питанні і викликати колективну думку з цього приводу [246, с.76].

Агітаційна промова має роз'яснювальний характер, стисла за часом і може, як і мітингова промова, бути закличною мобілізацією, але може мати й вигляд сердечного м'якого викладення будь-якої проблеми.

Агітаційні промови можна поділити на три групи: промови з метою захопити, промови з метою і переконати і промови з метою викликати активні дії.

Більшість промов на політичних мітингах, зборах на честь будь-яких подій, а також проповіді, значною мірою побудовані на основі прикладів та відповідних даних. Матеріал у них подається таким чином, щоб викликати не тільки допитливість, а й загострити у свідомості слухачів значення події, що відбувається. Вони вміщують у собі прямий заклик до почуттів, нагадують про вже відоме, але не до кінця усвідомлене, мають за тему логічними доводами довести чи спростувати будь-яке положення.

Лекція – аргументоване та систематизоване викладення матеріалу з певною пізнавальною (освітньою) та політичною метою. У публічних лекціях на суспільно-політичні теми особливо важливою є така риса, як розмовність. На публічній лекції аудиторія може бути змішаною як за рівнем освіти, віком, професією, так і за мотивами. Лектор-оратор зустрічається з новими слухачами, яким він також невідомий. Це потребує від нього додаткових зусиль з адаптації, вміння швидко оцінювати присутніх та, за необхідністю, перебудовуватися на ходу.

Хоча масова лекція на суспільно-політичну тему має багато спільного з академічною лекцією, але має й значні відмінності. Часто тема її ширша і більш загальна, що зобов'язує ритора викладати матеріал менш детально. Як епізодична разова лекція, вона не спирається на попередню частину циклу. Російський ритор Адфельд застосував до неї такий образ: *«Це не поверх будинку, а ціла будова зі своїм фундаментом та власним дахом»*.

Яким вимогам повинна відповідати така лекція? До таких якостей, як інформативність та змістовність, потрібно додати достовірність, оперативність, новизну, актуальність та доступність. А це означає, що треба творчо, нестандартно підібрати матеріал, урізноманітнити форми та виразні засоби впливу на слухачів. [25, с.75].

В публічному мовленні виділяють такі основні частини: вступ, виклад теми та заключна частина. Під час вступу потрібно викликати цікавість та встановити контакт з аудиторією, викликати довіру глядачів та підготувати слухачів до сприймання доповіді. Коли оратор дійшов до викладу теми він повинен повідомити інформацію, обґрунтувати свою точку зору, логічними висновками та доказами, переконати аудиторію в значущості теми для неї та підштовхнути людей до конкретних дій. В заключній частині виступу оратору потрібно узагальнити сказане, збільшити цікавість до предмету промови, також, закріпити враження від виступу.

Побудова (архітектоніка) будь-якого виступу виявляється такими психолого-педагогічними принципами, які лежать в основі мовленнєвого впливу на свідомість: доступність інформації, тобто, урахування культурно-освітнього рівня, аргументованість доказів, інтенсивність впливу, варіювання темпом подачі інформації, асоціативність сприймання, проведення аналогії та приклади, пов'язані з особливостями слухачів, наочні матеріали також емоційний виклад оратора, експресивність [6, с.137].

Побудова виступу: формуючи тему урахуйте, те що вона повинна бути чіткою, простою та привертати увагу. Ціль виступу повинна бути зрозуміла аудиторії з самого початку, з формулювання теми. Побудова виступу повинна бути чіткою, структурована з логічним обґрунтуванням. Тут варто опиратись на принцип «рамка», який наголошує: «Скажи спочатку, про що будеш говорити, потім скажи, те що збираєшся розповісти, а потім нагадай, про що ти розповідав». Цей принцип заснований на ефекті «краю»: запам'ятовується початок і кінець виступу; ефективність підсилюється принципом «ланцюг»: одна частина промови витікає з іншої. У виступі доцільно робити акцент на таких моментах як: ціль, завдання виступу, смислове навантаження; зміст виступу, його інформаційний матеріал; тимчасові умови, які впливають на відтворення, увагу та розуміння; склад аудиторії, категорія слухачів; просторово-організаційні можливості виступу;

необхідні засоби, для ефективного виступу, спеціальна технологія проголошення виступу.

Оратор, також повинен думати про часову організацію свого виступу. Особливо значущим є початок виступу, тому що на даному етапі варто зацікавити аудиторію. Цікавість буде сприяти більш довшому збереженні мимовільної уваги. Важливо враховувати, як зазначалось, правило «рамка», тобто короткий опис того, про що буде розповідатися в лекції, і коротке резюмування сказаного. Такий виступ буде сприяти кращому запам'ятовуванню в зв'язку з ефектом «краю».

Під час виступу варто ураховувати наступні закономірності: людина здатна ефективно сприймати 15–10 хвилин. Після цього варто зробити паузу, привести якийсь цікавий приклад. Найбільш ефективними є перші і останні 30 секунд, що стосується уваги і сприймання. На початку, щоб дізнатись про що буде йти мова; в кінці, щоб не упустити смислу. Необхідно враховувати, що людина сприймає 50–60 слів за хвилину. Вважається, що в молодій аудиторії темп мовлення повинен бути трішки прискореним, в аудиторію старшій – уповільнений.

В риториці розроблено багато конкретних рекомендацій, правил–порад щодо вступної частини промови. Оратор має пам'ятати правила, що записані нижче.

Не слід починати з виправдань і вибачень “Я не оратор...”, “Я не готувався”, “Мені нічого сказати”. Після такого вступу немає сенсу говорити далі. Аудиторія хоче бачити впевненого оратора, якому є що сказати. Хоча іноді подібну фразу можна використати як риторичний прийом: “Я не готувався виступати, але виступлю” – тобто дає слухачам зрозуміти, що сталося щось важливе (“реклама” події).

Слід пам'ятати, що вступ не повинен бути надто сухим і серйозним. П. Сопер [59, с.185] рекомендує почати з якогось цікавого повідомлення, причому в першому ж реченні. Дуже гарно сприймається гумористичне зауваження.

Почати можна з конкретної ілюстрації – слухачів завжди цікавлять приклади з власного життя промовця.

Можна почати з цікавої цитати. Слова відомої людини завжди привертають увагу. Але слід пам'ятати, що цитата, яка ставиться на початок промови, повинна бути змістовною, авторитетною, оригінальною, навіть парадоксальною. Д. Карнегі [33, с.135] рекомендує брати цитати з Біблії: це авторитетне джерело, в якому можна знайти цитату на будь-який випадок.

Можна почати виступ із запитання. Запитання – це “гачок”, на який завжди можна “зловити” увагу слухачів. Особливо якщо запитання пов'язане з основними інтересами аудиторії або торкається пізнавального інтересу.

Слід пам'ятати ще одне важливе правило: вступ не повинен бути занадто довгим, не слід починати “від царя Гороха”, не слід також забігати наперед. Частини промови мають бути відповідними: вступ і заключна частина разом не повинні бути більші за основну частину.

Початок виступу – це не лише введення в тему, але й спосіб установки контакту з аудиторією. Виступ починається з привітання та звернення. В зв'язку з цим важливо, щоб у слухачів не виникало враження, що оратор фамільярний чи високомірний. Наприклад називати молодших школярів на «ви» вважається високомірним. Існує декілька стратегій початку виступу: безпосереднє, пряме входження в тему, формулювання теми, позначення цілей та стислий зміст; контрастне введення, виступ починається з контрасту – порівняння ефективності поведінки двох людей чи груп, з яких одні володіли знаннями про тему, інші ні, потім перехід до теми; поступовий перехід до теми за допомогою інтригуючої розповіді, випадку з життя.

Неконструктивними стратегіями є такі: черезмірно затягнутий виступ, навіть якщо гарно підготовлений; виправдовуючий виступ «Це дуже важливо», «Потрібно»; вибачаючий виступ «Я знаю, що ви втомились», «Я вас не затримаю на довго»; нечітко зформована тема.

Важливо пам'ятати загальний принцип публічних виступів: необхідно демонструвати свою впевненість. Невербальне (положення тіла) і вербальне (контроль тез аргументи мовлення).

Вимоги до основної частини: зміст, наповнений фактами та аргументами; логічність, дотримання послідовності викладу інформації, дуже важко сприймати виступ, в якому розрізнені смислові блоки, відсутня логіка; використання правил «ланцюг», «рамка».

Яким би продуманим, вдалим, оригінальним не був вступ, він все ж не забезпечує повного успіху, тому що завдання оратора не лише привернути увагу слухачів, але й утримати її. Відтак «найвідповідальнішою» залишається основна частина промови. В основній частині викладається власне зміст, формулюються основні положення промови. Найважливіші питання, що їх має вирішити оратор, складаючи основну частину, такі: у який спосіб упорядкувати підібраний матеріал, які методи, форми і прийоми викладення матеріалу доцільно використати в даній промові.

Організація матеріалу головної частини має створювати відчуття руху, тобто ця частина має бути чітко структурованою, впорядкованою, логічно послідовною – це полегшує її сприйняття і розуміння, а також стимулює інтерес слухачів; хаотичне ж викладення матеріалу не сприяє його розумінню, сприймається дуже важко.

Заключна частина може включати в себе: підбиття підсумків, резюме; загострення невирішених питань; побажання, доречний комплімент аудиторії, якщо ви завершили добре, це означає все пройшло добре; виклад перспектив; використання ефекта гумору, як елемент релаксації, доречно викликати сміх чи посмішку якимось жартом, позитивне завершення; постановка задач на майбутнє [37, с.117].

Завжди потрібно залишати час для запитань та відповідей. Не варто виступ закінчувати такими фразами: «...зараз швидко скажу і ми закінчим», «...ось і все, що я хотів сказати», «...потерпіть трішки, скоро закінчим».

Намагайтеся не завершувати промову словами: “Це все, що я хотів сказати”. Так, як і для вступу, для закінчення підійдуть узагальнюючі цитати, афоризми, прислів'я, поетичні рядки, ілюстрації, риторичні запитання, заклики, анекдоти тощо. Ефектно виглядає кільцева композиція (з якої думки, фрази почали – такою і завершити).

Підсумовуючи, слід ще раз наголосити, що диспозиція як розділ риторики і як риторична процедура забезпечує цілісність, логічну правильність, завершеність риторичного тексту. Нехтувати цим етапом підготовки не можна. Адже, як сказав П. Сопер, виграні битви, міцні мости, захоплюючі цікаві промови – результат продуманого плану [59, с.67].

Розроблена ще в античній риторичній формулі мисленнєво-мовленнєвої діяльності відповідає сучасним науковим уявленням про механізм комунікативного процесу в його прагматичних аспектах. В основі класичної схеми ораторського мистецтва є 5 етапів діяльності оратора (рис. 1.1):

1. Винайдення (*inventio* – “винайти, що сказати”) – процедура “попередньої рефлексії”, тобто визначення теми і мети майбутнього виступу, розробки концепції, відбору матеріалу для промови. Інвенція відповідає вимозі змістовності ораторської промови.

2. Розташування (*dispositio* – “розташувати винайдене”) – етап ранжування компонентів матеріалу, здобутого в процесі інвенції, етап побудови композиції промови. Диспозиція відповідає вимозі логічності, ясності та цільності ораторської промови.

3. Прикрашання (*elocutio* – “прикрасити словом”) – процес словесної реалізації концепції, словесна “орнаментация” тексту. Риторика пропонує цілу скарбницю мовних засобів виразності: тропів і фігур, що дозволяють створити текст, відповідний вимогам ясності, точності, стислості, виразності мовлення.

4. Репетиція (*aktio* – “дія”, “рух”). Акція як розділ риторики дає рекомендації щодо інтонаційної виразності мовлення, зовнішнього вигляду оратора, поведінки перед аудиторією.

5. Запам'ятовування (memoria – “пам'ять”) – мнемотехніка – прийоми запам'ятовування матеріалу.

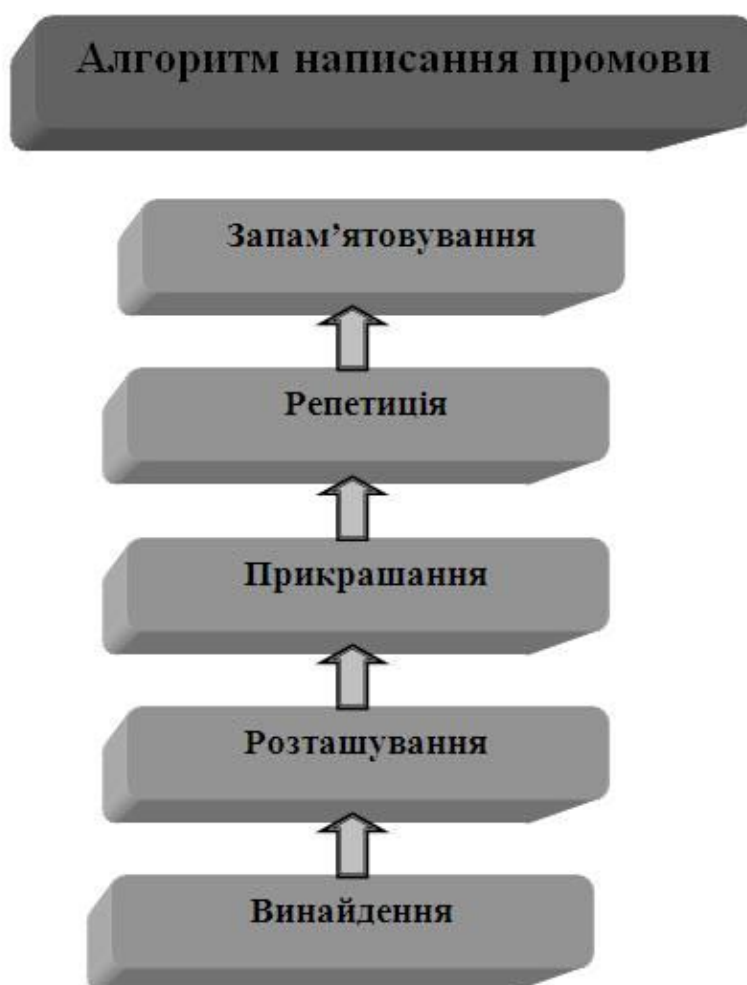


Рис. 1.1. Алгоритм написання промови

Вимоги до мовлення при публічному виступі:

1. Урахування культури мовлення. Відсутність таких якостей може визвати недовіру до лектора зі сторони аудиторії.
2. Стислість фраз. Непотрібно говорити важкими фразами, це втомлює аудиторію.
3. Емоційність промовця. Лектор повинен говорити, будучи емоційно залученим в тему. Цим він позиціонує себе як спеціаліст, який має практичний досвід, що підніме його авторитет в очах аудиторії. Сухий стиль викладу викликає нудьгу, навіть у сильно мотивованих на засвоєння теми людей.

4. Лексичне багатство мови. Ця якість напрацьовується тренуваннями і читанням книг відповідних авторів, класичних носіїв мови.

5. Ясність і точність висловлювань.

Психологи свідчать: порушення мовних норм, особливо грубі помилки у мовленні оратора, які, як кажуть, “ріжуть вухо”, зменшують довіру слухачів до нього. Отже вимога правильності – основна вимога до ораторського мовлення.

Але говорити правильно ще не означає говорити гарно, для гарного мовлення, зазначає український мовознавець Н. Бабич, необхідне й уміння відібрати в конкретній ситуації спілкування найбільш доречний, стилістично й експресивно виправданий варіант літературної норми [4, с. 345-354].

Важливою ознакою культури мовлення, особливо публічного, є *точність* і відповідно *ясність*. В античних керівництвах з красномовства першою і основною вимогою, що висувалась до промови, була вимога ясності. Арістотель вважав, якщо промова неясна (незрозуміла), то вона не досягає мети. Точність мовлення пов’язана з умінням ясно мислити (“Хто ясно мислить – ясно викладає”), зі знанням предмета мовлення, зі знанням точних значень слів. Точність мовлення – це сувора відповідність слів тим предметам, явищам дійсності, які вони позначають. Точність мовлення залежить й від позамовних, екстралінгвістичних факторів. Зокрема, Н. Бабич [4, с. 37-55] зазначає, що чим гармонійніші інтелектуальні рівні промовця і слухача, тим вища гарантія точного сприйняття інформації; чим вищий цей інтелектуальний рівень, тим простіші засоби мови потрібні промовцеві, щоб висловитись точно.

Види мовлення під час публічного виступу (рис.1.2):

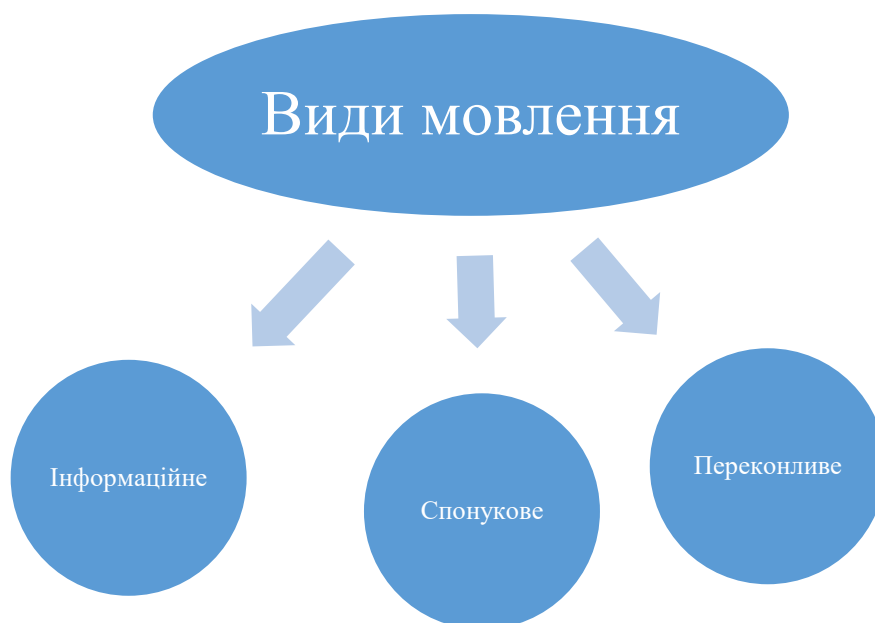


Рис. 1.2. Види мовлення

1. Інформаційне мовлення. Основна функція – передача знань. Лектор (викладач, учитель) повинен враховувати пізнавальні можливості і інтелектуальні особливості сприймання інформації аудиторією. До офіційного мовлення відносяться такі його види: лекції (доказовий виклад інформації, визначення її науково-теоретичних закономірностей); короткі повідомлення; доповіді (розгорнуте повідомлення з ціллю сформулювати певну думку по проблемі і визначити перспективу діяльності). В усіх видах інформаційного мовлення на першому плані стоїть пізнавальний аспект. Від лектора потребується слідкувати за почерговістю викладу інформації, розкривати причинно-наслідкові взаємодії.

2. Переконливе мовлення. Тут на першому плані емоційний аспект. Мовлення, яке переконує повинно викликати почуття. Потрібно враховувати сприйнятливості слухачів, їх емоційну культуру. До переконливого мовлення відносяться такі його види: святкова промова, привітання, тост, напутня промова, поминальна промова. Для забезпечення єдинства думок і почуттів, потрібно уникати черезмірної сентиментальності під час вираження радості, поваги, гордості. Манера викладу повинна бути переконливою, але не нав'язливою і відповідати конкретній ситуації. Переконливість живого слова

залежить від емоціонального відношення, того хто говорить до предмету мовлення, від його можливостей, психологічно правильно налаштуватись на партнера, оснований на знанні його сподівань, актуальної життєвої ситуації.

3. Спонукове мовлення. Направлене на те, щоб побудити слухачів до дій. Потрібно впливати на волю слухачів, надихати їх на практичні дії. До мови, яка спонукає належить: промова на мітингу, призив до дій, політичні промови, протест. Потрібно викладати думки так, щоб слухачі ототожнювали себе з ціллю. Виклад предмета необхідно поєднувати з роз'ясненням його значущості для слухачів і їх життя. В роздумах, покликаних побудити слухачів до тих чи інших дій, потрібно постійно посилатися на суспільне уявлення про цінності, які пов'язані з предметом спілкування.

Всі три види мовлення при виступу тісно пов'язані. Оратор не завжди переконливий, «чи правильно він направлений», на що йому розраховувати, чи розуміють його. В зв'язку з цим оволодіння ораторською майстерністю таке необхідне, для придбання впевненості.

1.2. Психологічні чинники спілкування лектора з аудиторією.

Для того щоб спілкування лектора й аудиторії мало позитивний результат, треба дотримуватись певних вимог.

Розглядаючи психологічні чинники спілкування лектора з аудиторією необхідно дотримуватися вимоги щодо орієнтації лектора в умовах спілкування. Щоб воно було успішним, лектор має визначити цілі та мотиви аудиторії, з'ясувати для себе її специфіку, знати час і місце проведення зустрічі. Характер орієнтування перед зустріччю з аудиторією дещо інший, аніж при міжособистісному спілкуванні, коли важливо, щоб до початку розмови співбесідники вже знали дещо одне про одного: про особливості характеру, коло інтересів, рівень знань, мотиви поведінки тощо.

При публічному спілкуванні оратор не створює образ кожного з майбутніх "співрозмовників", бо це неможливо. У нього формується загальний образ аудиторії. Причому це не якийсь середній слухач, а зовсім

нове, специфічне явище, що не є сукупністю окремих особистостей. Велике затруднення полягає в тому, що цей образ треба порівнювати з реальними людьми, які сидять у залі, коригувати його, відчуючи їхню реакцію. Якщо цього не робити, контакт підтримувати важко, і зустріч стане неефективною. Важливим компонентом орієнтації спілкування є завчасна інформація про вік, основні соціальні та професійні характеристики людей, про кількість можливих учасників зустрічі й приміщення, в якому відбудеться лекція.

Психологи приділяють велику увагу саме орієнтації спілкування в аудиторії й дають такі рекомендації:

- забезпечити "глибину" орієнтації, якої потребує саме ця лекція;
- налаштуватися саме на конкретну аудиторію;
- оволодіти технікою "читання" за обличчями і поведінкою людей, тобто моделювати внутрішні особливості присутніх в аудиторії особистостей, використовуючи зовнішні ознаки, невербальні засоби спілкування.

Розглядаючи психологічні чинники спілкування лектора з аудиторією необхідно дотримуватися вимоги щодо визначення мотивації аудиторії. Діяльність людини, як правило, завжди є мотивованою, проте в кожному конкретний момент переважає якийсь один мотив.

У публічному спілкуванні, як правило, домінує комунікативно-пізнавальна потреба. Психологи виокремлюють такі види мотивів:

- пов'язані з об'єктом і метою взаємодії, тобто із соціальною діяльністю (скажімо, виступи колег за професією або відомих учених);
- пізнавальні (коли слухачі хочуть задовольнити свою потребу пізнати щось важливе, значуще для себе). Потреба в зустрічі з лектором виникає особливо тоді, коли питання, що цікавить людину, не досить зрозуміле для неї;
- соціальні (наприклад, зустрічі, на яких висувуються кандидати в народні депутати);

- особистісні (усі так роблять, бо промовця всі добре знають - це улюблений актор, письменник, громадський діяч, який чимось викликав у даний момент особливий інтерес).

Розглядаючи психологічні чинники спілкування лектора з аудиторією необхідно дотримуватися вимоги щодо цілеспрямованості.

Конкретна мета зумовлена темою лекції або виступу, характером аудиторії, умовами спілкування. Розрізняють кілька типів цілей, що визначають вплив на аудиторію: пробудження інтересу до нових знань і пошукової діяльності, до творчої активності, до розвитку потреби в самоосвіті; передавання повідомлень, що мають практичну цінність; формування певної системи оціночних суджень або зміна оцінок, що були зроблені раніше [3, с. 104-114].

Канали впливу на аудиторію при публічному виступі: візуальні; кінетичні – поза, жести, хода, міміка, погляд; ольфакторні – запах; звукові, лінгвістичні – текст, підтекст, паралінгвістичний – голос, інтонація, паузи, тембр, назалізація.

Перше враження від оратора в значущій мірі виявляє, як його будуть слухати.

Одяг повинен відповідати ситуації виступу. Він не повинен бути химерним, неохайним чи спортивним. Всі спроби асимілювати з групою – це прояв захисту, невпевненості з боку оратора. Запах в ідеалі повинен бути природнім і не сильним (ледве чутним). Не повинно бути неприємних запахів (запах поту, запах з рота). Будь яка аудиторія позитивно сприймає охайність в зовнішньому вигляді лектора.

Починаючи виступ, варто почекати, коли всі налаштуються на слухання. Поза повинна бути прямою, вільною та не напруженою. В прийманні пози потрібно уникати явної опори, наприклад, спиратись на кафедру ліктями чи лягати на неї корпусом, це говорить про напругу, свідчить про невпевненість лектора.

Пересуватись перед аудиторією варто не поспішаючи в радіусі до одного метра, більш широке пересування відволікає увагу. Не потрібно блукати по аудиторії – це трактується як вторгнення в особисті зони слухачів і може викликати оборонні реакції.

Потрібно позбавлятися від напружених та паразитичних жестів таких як: почісування, покусування чи облизування губ, вертіння авторучки. Необхідно уникати одноманітної жестикуляції, зціплення рук за спиною. Не варто класти руки в кармани, жестикулювати нижче пояса. Всі жести повинні бути вище пояса (відстань – близько 30 сантиметрів від себе) і логічно супроводжувати мову. Міміка не повинна бути окаменілою. Бажано намагатись встановити зоровий контакт з усіма групами аудиторії. Це свідчить про зацікавленість лектора в слухачах. Оратор, який не дивиться на аудиторію, сприймається як віддалений, високомірний.

Варто звертати увагу на гучність голосу, ритм і темп мовлення, паузи. Потрібно уникати тихого говоріння, монотонності, ритм повинен бути рваний. Темп – 50-60 слів в хвилину, з урахуванням вікових особливостей аудиторії. Паузи не повинні бути довгими.

Критерії оцінювання аудиторії: соціально-демографічний склад; фізичний, психічний стан аудиторії, втомленість в кінці дня, сонливість, агресивність чи збудження; степінь однорідності, студенти, представники професій чи різні верстви населення; відношення до теми виступу, зацікавленість, байдужість чи негативне ставлення; можливі потреби, цікавості, установки; можливе відношення до оратора.

Ознаки аудиторії: об'єднувальні ознаки, спільні умови слухання, спільний об'єкт впливу, спільна діяльність; роз'єднувальні ознаки, мотив приходу і слухання, рівень розуміння, відношення до оратора [12, с.35].

Типи відношення слухачів до усному публічному виступу: конструктивне, творча переробка інформації; згоджувальне, кивки, поверхнєве, щось чути щось не чути; конфліктне, щоб не говорилось все сприймати в штики.

Способи установки контакту з аудиторією:

1. Повідомлення слухачам того, що їм потрібно і що вони хочуть почути, знання вимог аудиторії.
2. Інформування слухачів про зміст лекції, люди хочуть знати що їм очікувати.
3. Залучення слухачів в активне обговорення теми.
4. Позначення особистої значущості теми для слухачів. Люди хочуть знати, яким чином, те що їм говорять стосується їх особисто, «вам це потрібно для...».
5. Люди хочуть, щоб їм віддавали належне. В процесі лекції періодично звертатись до думки слухачів і коментувати його з повагою.

В ряду випадків лектор може зіткнутись з опором аудиторії, який виникає через одну з наступних причин: конфлікт цінностей оратора і аудиторії; різниця в життєвому досвіді; апатичність аудиторії, таких слухачів варто струсити, тим чи іншим способом – у лектора повинний бути арсенал різних прийомів із практики, які підтверджують, те про що розповідається в лекції допомогло ефективно вирішити ситуацію; недовіра чи сумніви; несприятливе враження, яке оратор справляє на публіку.

Для встановлення контакту з аудиторією варто враховувати, що більшість людей тепліше приймають і з більшою готовністю відкликаються на слова, тих людей з якими вони почувають себе легко. Схвалювати присутніх – означає задовольняти їх потреби у визнанні, показувати що їх цінують. Дії, які схвалюють публіку – це все що оратору дозволяє спілкуватись з нею [13, с.57].

Існує три правила підходу до аудиторію, наслідуючи які лектор може отримати схвалення публіки: не проповідуй; зроби спілкування більш особистим; не заступництвуй, по відношенню до всієї аудиторії чи до окремих представників.

Наслідувати цим правил можуть такі рекомендації:

1. Відноситися до слухачів з повагою. Оратор який стоїть «вище», віщає глядачам, які «нижче», не побудує з ними гарних відносин. Для цього потрібно уникати їдких зауважень, які принижують когось. Якщо лектор дозволяє собі висловлювання, яке принижує чийось гідність, слухачі можуть зробити висновок, що він з такою ж легкістю принизить і їх. Це призведе до напруження у відносинах.

2. Розкритися перед слухачами. Встановити контакт можна, повідавши про себе. Для саморозкриття може бути використаний приклад з особистого або професіонального досвіду. Варто уникати обговоренню своїх особистих проблем з аудиторією, це вже не саморозкриття, а захисний механізм, навіть якщо аудиторія про це просить.

3. Не бути не приступним, не робити з себе «кам'яну статую», з застиглим лицем. Аудиторія впевнено почуває себе з доповідачем, до якого люди не побояться підійти, тобто до коректного, доброзичливого та чемного.

Щоб створити образ доступної людини, можна використати гумор, відповідаючи на питання та зауваження, висловлювати похвалу щодо активності аудиторії, саморозкриватись, розповідати про свої почуття аудиторії зараз і тут [15, с.127].

Також не потрібно забувати про запитання, одним з найголовніших в ораторській діяльності є саме такий вид. Для починаючих лекторів, викладачів цей момент може стати джерелом переживань. Потрібно відрепетирувати «сеанс запитання і відповіді». Головне – вміти зберігати впевнений вигляд. Для запитань і коментарів можна відвести спеціальний час.

1. До початку лекції (після вступу). Коли слухачі уже інформовані про тему виступу, попередні запитання, можуть проінформувати лектора про компетентність аудиторії, а також

встановити контакт з слухачами, показати своє відношення до слухачів. Лектор може знати наперед про всі питання та проблеми, і вони будуть підняті в ході лекції – це допоможе подолати такий спосіб супротиву аудиторії, як скептицизм.

2. В ході лекції. Ефективно відповідати на запитання після кожного логічного завершення частини лекції. Після відповіді потрібно коротко викладати зміст попереднього пункту і переходити до наступного. Якщо між слухачами виник спір лектор повинен його зупинити.

3. В кінці лекції. Після відповіді на всі запитання необхідно підвести підсумок лекції.

Техніка відповіді на запитання. У вигляді інтелектуального дійства відповідь на запитання складається з наступних кроків:

1. Вислухати. Уважно вислухати, встановити зі співрозмовником повноцінний, націлений, зоровий контакт – вербальний і не вербальний (схвально киваючи головою, дивлячись в сторону співрозмовника; трішки нахилившись вперед, щоб показати цікавість)

2. Зрозуміти. Вияснити наміри співрозмовника. Якого типу було задане запитання: запитання з «шпилькою», з «двійним дном», щоб щось дізнатись, щоб притягнути до себе увагу... Після вияснення намірів виберіть тип вербального відгуку.

3. Обов'язково схвалити. Висловити похвалу. Тут важливо не перестаратись («...гарне запитання», «...дякую за запитання», кивок).

4. Відповісти. Відповідь повинна бути зрозуміла. Не варто використовувати, жаргон, сленг. Зрозуміла відповідь може пролити світло на те, що досі було не зрозуміло слухачам.

Є такі можливі причини, чому з'являються запитання:

1. Під час виступу, лектор пропустив один з пунктів.

2. Слухач був недостатньо уважним. Потрібно спокійно, коротко викласти суть речей.

3. У доповідача і слухача різні типи мислення. Відповідаючи на запитання, лектору доцільно видержувати точність (відповіді повинні бути достовірними і чесними); короткість; продуманість (врахування обстановки, інтересів і очікувань слухачів).

Відповіді на прості, важкі, складно-витіюваті запитання повинні бути простими. Відповідати на підтекст не потрібно, краще зробити вигляд, що він не помічений.

Якщо запитання не зрозуміле, можна використовувати техніку вербалізації (повтор, перефразування). Якщо відповідь лектору не відома, можна використати одну з наступних тактик: чесна відповідь – «не знаю», це може збільшити довіру до виступаючого; переадресація запитання, тому хто задає запитання; обіцянка підготуватися і відповісти наступного разу (запитання, варто записати на очах у глядачів).

Виділяють декілька типів коментарів зі сторони аудиторії: погодження; додавання; заперечення або непогодження.

Вправні оратори вважають, що варто залишатись з аудиторією в гарних відношеннях і не укладати, того хто не погоджується на лопатки. Непогодження в будь-якому питанні не повинно викликати неприязнь до самого співрозмовника [42, с.65].

Спосіб вмілого парирування в тому, що випадки зі сторони слухача не варто сприймати близько до серця. Ні в якому разі не варто перетворювати лекцію в перепалку, починати сперечатися та захищатись. Відомі три способи реагування на заперечення аудиторії: погодитись з запереченням; повернутись до проблеми ще раз і проаналізувати її; залучити третю сторону і почати дискусію. Використати формулу «думав–думав – виявив»: «Я розумію, чому ви так думаєте . Я недавно працював з людьми, які також так думали, поки не виявили, що запитання може вирішитись більш ефективно».

Під час виступу, існують важкі ситуації, тому, лектор, як людина, до якої прикована увага повинен взяти на себе лідерство.

Тактики, які використовуються: збереження спокою, прояв гнучкості і прийняття мір.

Збереження спокою. Цьому допомагає гумор, холонокровність, опрацювання перед лекцією можливих запитань. Бувають важкі люди, важкі групи, ідучи на лекцію, потрібно підготувати себе до зустрічі з ними.

Прояв гнучкості і прийняття мір. Полягає у використанні коректних зауважень на рахунок поведінки, у відсутність реакції зі сторони лектора на викрики та інші негативні прояви окремих слухачів, їх діалоги з іншими слухачами для відволікання уваги від викриків, їдких зауважень.

Розглядаючи психологічні аспекти підготовки до публічного виступу, варто наголосити на тих емоціях, які виникають у нас найперше. Оратора-початківця, який усвідомлює важливість слова й поважає аудиторію, охоплює хвилювання (або навіть страх) вже тоді, коли дізнається про майбутню промову. Інколи цей страх є перешкодою для реалізації планів, задумів, впровадження певної ідеї, здійснення мрії. Є різноманітні причини виникнення стану схвильованості: побоювання забути текст, невпевненість у собі, своїй підготовленості, якості змісту промови, міркування про те, що подумають чи скажуть після виступу тощо. Як казав Марк Твен: «Є два типи ораторів: одні хвилюються, інші брешуть». Дослідники ораторської майстерності стверджують, що острах публічного виступу стоїть на другому місці після страху смерті. На думку багатьох практиків, теза про те, що зі страхом публічного виступу можна і потрібно боротися, є не цілком доречною. Сучасна психологія стверджує, що найкращий спосіб зменшити хвилювання – визнати його природним явищем. Хвилювання є нормальною реакцією організму на небезпеку, звичайне явище перед виступом для будь-якої відповідальної людини. На нашу думку, немає нічого гіршого, ніж байдужа людина. Викид адреналіну, по-суті, є допомогою в публічних виступах, а якщо постійно практикуватися, хвилювання поступово

перетворюватиметься на збудження та задоволення. Проте, під час підготовки до публічного виступ також обов'язково врахувати два взаємозалежні чинники – досвід і підготовку. При цьому, на практиці доведено: якщо досвіду недостатньо, то його замінює належна підготовка, і навпаки [6, с.137].

Дев'ять з десяти людей відчувають страх перед аудиторією, бояться виступати публічно. Авторитарний стиль ведення лекції використовують ті, хто не впорався з страхом. Ті хто зумів впоратися зі страхом, використовують демократичний стиль. Страх перед аудиторією може сприяти анархічному стилю ведення лекції, що перешкоджає утриманні уваги аудиторії як наслідок призводить до виникнення невдоволення оратора, посиленню в лектора невпевненості і страху. Страх перед аудиторією можна подолати, якщо в'яснити його причини.

Причини страху перед аудиторією:

1. Потяг до бездоганності. Людина намагається провести кожну лекцію бездоганно. Будь-яке зауваження виводить лектора з себе. В реальності жодна лекція не може бути ідеальною, так як це залежить від дуже багатьох обставин. Одна з них – аудиторія, так як всі люди з різними темпераментами, поглядами і жоден оратор не може бути ідеальним для всіх.

2. Спогад про невдалий досвід. В одних це дитячий садок, школа, в інших – свіжий спогад. В результаті педагогічної діяльності порушується; на фоні втоми, напруги, внутрішніх страхів оживляються страхи. Тут потрібна практика. Допомагає саморегуляція – відключення від неприємних спогадів (використання захисних механізмів – придушення, блокування).

3. Страх критики. Спогади про минулу критику або очікування можливої робить людину напруженою перед аудиторією.

Існують шляхи подоланню страху, причини страху перед аудиторією через сором'язливість. Деякі моделі поведінки можна змінити на ефективні.

Цьому може сприяти наступне: концентрація на аудиторії; зосередитись на слухачах, відволіктися від власних переживань. Також, рефлекторна релаксація. Можливі застосування різних методів релаксації (підготовки) до виступу. Можна уявити щось хороше, потім побалувати себе чимось приємним. Розвиток почуття гумору. Почуття гумору допомагає оцінити ситуацію.

Розвитку почуття гумору допомагає наступне: читання гумористичних книг (О. Генрі); перегляд гумористичних передач; спілкування з людьми, які мають почуття гумору, оптимістами; слухання ораторів, які мають почуття гумору.

Краще позбавитись спілкування людей, які часто сердяться, песимістами. Завжди потрібно бути готовим посміятись над собою. Виховання впевненості в собі, яка пов'язана з чарівністю (харизма). Привабливість – особистий магнетизм, дар. Потрібно дозволяти собі бути невимушеним. Один із базових проявів харизми – впевненість в собі. Кроком до впевненості в собі є виявлення своїх сильних сторін, прояв мотивів, виявлення інгібіторів. Для того щоб виявити сильні сторони потрібно записати: особисті якості (сильні сторони); відмінні якості (досягнення), те що я вмію (роблю); те що можу (можливості). Щоб прояснити свої мотиви, варто записати, те що змушує діяти: гроші, визнання і т.д. Виявлення інгібіторів: ті які суперечать доброму глузду (ірраціональні), песимістичні думки. Ті кого відвідують такі думки, можуть уникати виступів, розвитку. Потрібно скласти список того, що заважає просуватись вперед (почуття, негативні думки), відмітити, те що особливо підриває впевненість в собі.

Використання того чи іншого способу привернення уваги, залежить від ситуації. В будь-якому випадку ці способи допоможуть позбавитися заколисуючого ефекту монотонного мовлення:

1. Несподіваність. Використання в мовленні неочікуваної, невідомої для слухачів інформації, а також яскравих формулювань з оживляючим ефектом.

2. Провокація. Непогодження слухача з матеріалом, який викладається. Період непогодження використовується для підготовки слухачів до конструктивних висновків, для уточнення думки і більш точного визначення власної позиції.

3. Гіпербола. Перебільшення, деяке «згущене» зображення, «підсилення» фарб (не більше ніж потрібно). Потім реальні зв'язки і положення речей повинні бути відновлені.

4. Прогнозування. Прогнози очікуваних подій, які основані на фактах, з ціллю підкреслити необхідні ціннісні орієнтації, які визначають цікавість, вимоги і побажання.

5. Зіставлення всіх «за» і «проти». Використання двосторонньої аргументації.

6. Співпереживання. Опис або приведення прикладів ситуацій, пов'язаних зі слухачами.

7. Внесення елемента неформальності. Розповідь аудиторії про власні помилки і їх наслідки (з урахуванням предмета лекції) і про те, яким чином вдалося уникнути одностороннього підходу.

8. Гумор.

9. Драматизація. Наочне і захоплююче зображення збагачуюче тему подій, при цьому розповідь можна свідомо драматизувати.

10. Пряме включення. Розповідь без натяків про саме головне.

11. Експресія (емоційність). Уникнення сухої мови викладу інформації.

12. Апеляція до авторитету. Посилання на авторитет слухача, авторитет досвіду роботи, авторитет науки для підтвердження власних думок.

Риторичні прийоми (ефекти) публічного виступу:

1. Ефект візуального іміджу. Опосередкованим враженням про зовнішній вигляд лектора. Перше враження, яке склалось у

слухачів, безпосередньо пов'язане з формулюванням симпатії і антипатії по відношенні до оратора.

2. Ефект перших фраз. Закріплює або корегує перше враження про лектора. Головний критерій – концентрація цікавої інформації в перших фразах. Для цього під час підготовки до виступу важливо виявити основні соціально-психологічні ланки аудиторії, настроїв, очікування, особливості емоційного складу. Можна підготувати варіанти словесних заготовок.

3. Ефект аргументації. Заснований на логіці виступу, яка надає йому обґрунтованість і переконливість. Використовують теоретичну і емпіричну аргументацію. До теоретичної аргументації відносяться наукові положення, концепції. До емпіричної – конкретні факти, цифрові показники. Важливо включати у виступ обидва ці види аргументації.

4. Ефект квантового викиду інформації. Направлений на заздалегідь продуманий розподіл нових думок аргументів по всьому мовленнєвому полю, а також періодичній інтерпретації раніше сказаному. Таким чином, слухачі через деякий проміжок часу (15-20; 20-22 хвилини) отримують нову інформацію.

5. Ефект інтонацій та пауз. Лектор отримує можливість полегшити дихання, зібратись з думками, відновити забуту інформацію. Слухачам цей ефект допомагає краще усвідомити матеріал. Паузами виділяються найбільш важливі моменти виступу.

6. Ефект художньої виразності. Заснований на літературному багатстві мови; використання метафор, гіпербол; мистецьке використання прислів'їв, приказок, анекдотів.

7. Ефект релаксації. Ціль такої релаксації – зняття емоційної напруги. Класичний риторичний прийом – гумор.

Загальні принципи психологічного впливу на аудиторію:

1. При сприйманні повідомлення вирішальне значення має попередня установка аудиторії. В зв'язку з цим доцільно вивчити установки аудиторії і переорієнтувати їх на свої або урахувати їх під час виступу.

2. Коли більшість слухачів на стороні оратора, інші піддаються впливу. Наприклад, якщо існує ініціативна група, інша група також починає включатися в роботу.

3. Необхідно урахувати рівень інтелекта аудиторії при аргументації. Якщо рівень інтелекта в аудиторію достатньо високий, доцільно використовувати двосторонню аргументацію, її суть в тому що коли, людині приводять аргументи на «за» та «проти», то, переробляючи інформацію, вона сама робить вибір; інформація стає її власною і за неї вона готова боротись. При невисокому рівні інтелекта аудиторії доцільно використовувати односторонню, де основний аргумент видається спочатку.

4. Існує закономірність: якщо думка оратора далека від думки слухача, то останньому вона здається дальшою, ніж вона є насправді, (контрастний ефект).

5. Чим вищий авторитет джерела інформації, тим вищий рівень його впливу на аудиторію, тим кращі докази та логічні аргументи на користь теми виступу (ефект авторитета).

6. Чим більше активно аудиторія залучена в обговорення, тим краще слухачі засвоюють інформацію, тим краще вона закріплюється в пам'яті.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ ПУБЛІЧНИХ ВИСТУПІВ МАЙБУТНІХ ВЧИТЕЛІВ СТУДЕНТІВ ЗВО

2.1. Організація дослідження, обґрунтування методів та методик дослідження.

В експериментальному дослідженні застосовувались наступні методи психологічного дослідження: експеримент, тестування, кількісний та якісний аналіз досліджуваних явищ, соціально-психологічний тренінг.

Основним завданням констатуючого етапу дослідження було виявлення **психологічних чинників** вміння студентів правильно підготуватись та провести публічні виступи.

Дослідження проводилося із **студентами I, III та IV курсів Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини** з метою аналізу виявлення рівня навичок студентів публічно виступати під час навчання у вузі.

Дуже часто, в педагогічному університеті студентам надається можливість виступити на різних конференціях, семінарах, фестивалях. У багатьох випадках студенти з невідомих причин уникають цю можливість. Багато виступів наших студентів є затягнуті, нудні та нецікаві. Доповідач читає виступ з паперу, збивається, переживає, а це відштовхує уваги аудиторії. І отримавши перший гіркий досвід неефективного публічного виступу студенти відмовляються говорити знову. Принаймні, не показують свою ініціативу.

Всі ці проблеми вказують на те, що студенти не знають про особливості підготовки та проведення публічних виступів. І саме через брак певних знань, як подолати страх і невпевненість, студенти відмовляються брати участь в публічних виступах.

Обсяг вибірки – **188 студентів факультету соціальної та психологічної освіти**. Важливим показником в роботі є рівень самоповаги особистості. Потреба у повазі, визнанні є однією із важливих потреб особистості,

можливо, це заважає студентам публічно виступати. В деяких концепціях особистості вона відноситься до базових, фундаментальних потреб (наприклад, у А.Маслоу).

Тривожність особистості ми розглядаємо як один із можливих емпіричних проявів особливостей негативної боязні студентів виступати на публіці. Про це свідчать і дослідження проведені В.І.Юрченком, з цієї проблеми. За К.Роджерсом, тривожність і порушення психологічної адаптації може бути результатом невідповідності між “реальним Я” і тим ідеальним образом, який склався у людини про саму себе.

Як відомо, одним із важливих практичних завдань психодіагностики особистості є створення об’єктивної основи для побудови адекватного образу людини. З метою зменшення суб’єктивності отриманих результатів і досягнення їх більшої вірогідності в основу нашого експериментального дослідження покладено такі принципи: цілісності, комплексності, використання взаємодоповнюючих методик, єдності якісного і кількісного аналізу.

Для дослідження особистості в психодіагностиці, зокрема, виділяють психометричний і проєктивний підходи. Саме вони були покладені в основу нашого дослідження.

Психометричний підхід орієнтований на виявлення стосунків суб’єкта з об’єктивним світом, і реалізується в опитувальних методиках. Позитивним моментом є те, що цей підхід представляє засіб для вимірювання кількісних змінних особистості. Суб’єктивність результатів обстеження за допомогою питальників пояснюється тим, що індивід не завжди адекватно оцінює себе, оскільки у нього може виникнути недовіра до процесу дослідження. Це може призвести до виникнення ефекту “фасаду”, який пов’язаний з орієнтацією на соціально бажані відповіді [41, с.327].

Отже, діагностування за одними лише опитувальниками не дає об’єктивних результатів, воно повинно бути комплексним з використанням проєктивного і психометричного підходів.

У рамках проєктивних процедур виявляються суб'єктивні форми досвіду людини. За відомими характеристиками проєктивних методик, їх використання дає можливість діагностувати стан особистості в цілому, виявити глибинні характеристики, які мають неусвідомлений характер, стрижневі характеристики (особистісні смисли і смислові установки) особистості, що є надзвичайно цінним для нашого дослідження. Проєктивні методи базуються на характерному феномені проєкції. Згідно з проєктованою гіпотезою кожен емоційний прояв індивіда, його сприймання, почуття, висловлювання, рухові акти несуть на собі відбиток особистості. Вважається, що невизначеність експериментальної ситуації включає механізми актуалізації особистісних смислів і в кінцевому результаті можливе виявлення глибинних, унікальних, індивідуальних способів взаємодії людини з середовищем.

Отже, формуючи комплекс робочих методик, ми виходили із принципів цілісності та комплексності. Дослідження проводилось у два етапи: на I етапі – для початкового орієнтування щодо вмінь публічно виступати студентів, використовували опитування; на II етапі – для поглибленого вивчення особистісних проблем, які пов'язані з публічними виступами студентів – проєктивні методики.

Для вивчення особистісної тривожності нами було використано методику незакінчених речень А.Філіпса як методику вербально-проєктивного типу (адаптація А.М.Прихожан).

Всі речення, які входять до методики, поділяються на дві частини. Перші – спрямовані на виявлення об'єктів, областей дійсності, які викликають тривогу. Другі – на виявлення рівня тривожності. Результати дослідження піддавались кількісному аналізу. Корисну додаткову інформацію, зокрема про основні проблеми студентів, наявність та характер конфліктів, ми отримали в процесі якісного аналізу відповідей. Для цього ми проаналізували відповіді у кожному конкретному випадку та зазначили групи студентів, для яких характерні внутрішня напруженість і, як наслідок,

емоційна нестабільність, невміння керувати своїми внутрішніми переживаннями чи, навпаки, вміння керувати своїм емоційним станом і поведінкою, що проявляються у змісті закінчень речень.

Діагностика тривожності здійснювалась нами в комплексі з іншими методиками (анкетування, тест «Чи володієте ви аудиторією?»), що дозволило в ході всебічного аналізу конкретних випадків найбільш точно визначити наявність чи відсутність особистісних проблем у майбутніх педагогів, співставити їх із результатами всіх використаних методик та зробити відповідні висновки.

Для того щоб виявити, чого студенти бояться при виступах ми використали методику незакінчених речень А.Філіпса. У ряді випадків (наприклад, при наявності скарги на надмірні інфантильні реакції студента, скарг на його постійну внутрішню напруженість, скутість) додатково до шкали може бути використана методика незакінчених речень як методика вербально-проективного типу. Відомо, що методики такого типу достатньо інформативні для виявлення проблем людини. Звичайно, і сумісне застосування цих методів не гарантує абсолютно вірної діагностики тривожності. Запропонований набір речень пройшов необхідну перевірку та апробацію. Для роботи студентам пропонується бланк, де проставляються необхідні відомості про нього, міститься інструкція і список речень. Інструкція: “Закінчіть надруковані нижче речення. Робіть це якомога швидше. Якщо якесь речення здається Вам важким і Ви не зможете відразу придумати йому закінчення, поставте перед ним галочку і поверніться до нього в кінці роботи”.

1. Майбутнє здається мені ...
2. Коли я порівнюю себе з іншими ...
3. Інколи мені здається, що я ...
4. Боюсь, що ...
5. Дуже хочу, щоб ...
6. Більш за все мені заважає ...

7. Якщо було б можна ...
8. Зазвичай я ...
9. Мене охоплює сильна тривога ...
10. Майбутні труднощі ...
11. Зі мною ...
12. Мені не вистачає ...
13. Я хвилююся, коли ...
14. Я був би задоволений, якщо ...
15. Я нерідко явлю себе на тому ...
16. Я майже ніколи ...
17. Коли мені щастить, я ...
18. Мені дуже важко ...
19. Хотілось би мені перестати боятися ...
20. Я не можу ...
21. Можливі невдачі ...
22. Мої бажання і мрії ...
23. Часто я не помічаю ...
24. Коли мені доводиться чекати ...
25. Я дуже непокоюсь ...

Всі речення, які входять до складу методики поділяються на дві нерівні частини. П'ять речень (№ 4, 9, 13, 19 та 25) спрямовані на виявлення об'єктів, області дійсності, які викликають тривогу. Тут особливий інтерес викликає коло цих об'єктів, їх повторюваність. Важливими показниками виступають пропуск не менше трьох з цих речень і ставлення перед ними "галочки", яка свідчить, згідно інструкції, що речення виявилось для студента важким. Ці показники характеризують дане коло питань афективно значуще для студентів, вказують на особливу напруженість у цій сфері. Вони можуть свідчити про суттєве емоційне неблагополуччя студента, про непродуктивні спроби подолати цю тривогу шляхом її заперечення. Для аналізу цих випадків необхідна спеціально організована бесіда зі

студентом. Решта речень оцінюється за трибальною системою в залежності від міри вираженості у ньому тривожності (чи окремих її симптомів). Цей спосіб оцінки дуже часто використовується при роботі з методиками такого типу (див., наприклад, В.М. Блейхер, Л.Ф. Бурлачук). У таблиці 3 наводяться приклади оцінки деяких відповідей. Підраховується загальна сума балів, отриманих за 20 речень (№ 1-3, 5-8, 10-12, 14-18, 20-24). Про наявність тривожності можна говорити у тих випадках, коли ця сума перевищує: у дівчат – 25 балів, у хлопців – 22 бали. Як і при аналізі шкали тривожності, при інтерпретації результатів необхідно враховувати, яке об'єктивне становище студента в найбільш значущих областях діяльності та спілкування. На увагу заслуговують також ті студенти, які набрали за всіма 20 реченнями незначну кількість балів (дівчата – не більше 5, юнаки - 2), особливо, коли це відбувається на фоні очевидного об'єктивного неблагополуччя студента і супроводжується запереченням переживання страху, тривоги у відповідь на відповідні початки речень (наприклад, речення №4 “Боюсь, що ...” закінчується: “Я нічого не боюсь”, речення № 9 “Мене охоплює сильна тривога ...” - “Не знаю, що це таке” тощо). Все це з високою вірогідністю свідчить про недоліки в особистісному розвитку студента: про наявність у нього нечутливості до реального неблагополуччя, закритості для досвіду, які носять захисний характер і перешкоджають його повноцінному формуванню.

Корисну додаткову інформацію, а саме про основні проблеми студента, наявність і характер конфліктів, можна отримати в процесі якісного аналізу відповідей. Показовими тут також є пропуски відповідей і початку тих речень, які викликали у труднощі (тобто тих, перед якими він поставив “галочку”). Всі ці дані можуть бути використані для розробки схеми бесіди зі студентом.

Всі, кому доводиться виступати перед аудиторією, повинні мати свій спосіб спілкування зі слухачами. Але їх можна розділити на дві великі групи.

Представники першої підкоряють аудиторію собі. Звичайно, вони враховують її безпосередню реакцію, але воліють тримати «важелі» у своїх руках. Не допускають свободи у поведінці й мові. Назвемо цей стиль «авторитарним». Для того щоб виявити спосіб виступати перед аудиторією, студентів вузу, ми використали тест: «Чи володієте ви аудиторією?».

Представники другої групи у відомій мірі самі підкоряються аудиторії. Вони мають у своєму розпорядженні більше різноманітний вибір варіантів поведінки на трибуні, спілкування, проголошення промови. Орієнтуються на реакцію аудиторії, мають більше гнучку, «особисту» манеру спілкування. Назвемо цей тип «демократичним».

І в того, і в іншого є свої переваги й недоліки. Зайва незалежність від аудиторії може зробити виступаючого нечутливим до інтересів слухачів. А прагнення у всьому підкорятись аудиторії може привести до втрати авторитету й ефекту від сказаного. Ви повинні самі вибирати потрібний тип спілкування в залежності від свого темпераменту, характеру, індивідуальних якостей. Але непогано знати, до якої категорії ви відноситеся, щоб уникнути крайнощів. Ви можете визначити це, відповівши «так» або «ні» на наступні питання:

1. Чи потрібна вам ретельна підготовка до будь-якого виступу в залежності від характеру аудиторії, навіть якщо ви не раз виступали на цю тему?
2. Чи відчуваєте ви себе після виступу «вичавленим», чи відчуваєте різке падіння працездатності?
3. Чи хвилюєтеся ви перед виходом на кафедру або трибуну настільки, що повинні «перебороти» себе?
4. Чи завжди ви однаково починаєте виступ?
5. Чи приходите ви задовго до виступу?
6. Чи потрібні вам три-п'ять хвилин, щоб встановити первинний контакт із аудиторією й змусити уважно вас слухати?

7. Чи прагнете ви говорити лише за наміченим планом?
8. Чи любите ви під час виступу рухатися?
9. Чи відповідаєте на записки з питаннями безпосередньо після їхнього надходження, не групуючи їх?
10. Чи встигаєте ви під час виступу пожартувати?

Якщо ви відповіли однозначно на всі питання, виходить, ви володієте індивідуальним стилем.

Позитивні відповіді на питання 1, 4, 5, 6, 7, 9 і негативні на інші свідчать про те, що ви відноситеся до авторитарного типу. І навпаки - до демократичного. Якщо ви відповіли «ні» на питання 2, 3 й 5, це означає, що у вас сильний тип нервової системи. «Ні» при відповідях на питання 1, 4, 6 й 10 говорить про рухливість ваших емоцій.

Отже, наш діагностичний комплекс включав у себе: 1) методику незакінчених речень А.Філіпса 2) анкетування; 3) тест «Чи володієте ви аудиторією?».

Напрямок практичної психології, змістом якого є підвищення комунікативної компетентності людини й оволодіння навичками та прийомами міжособистісного спілкування, отримав у літературі різні назви: соціально-психологічний тренінг (СПТ), лабораторний тренінг, групова психотерапія, активне соціально-психологічне навчання, тренінг сензитивності тощо. Він дає змогу розв'язувати цілу низку питань, поставлених суспільною практикою: підготовка керівників, практичних психологів та викладачів вищих навчальних закладів, спортивних тренерів, лікарів учителів шкіл, – усіх, чия діяльність реалізується у спілкуванні.

Розрізняють два класи форм СПТ: перші – орієнтовані на розвиток спеціальних умінь (наприклад, уміння вести дискусію, розв'язувати конфлікти), другі – на поглиблення досвіду аналізу ситуації спілкування, підвищення адекватності аналізу себе, партнера зі спілкування.

Методами соціально-психологічного тренінгу СПТ є лекції, семінари, бесіди з соціально-психологічних проблем, а також активні методи типу

дискусій, рольових ігор тощо. Активні групові методи можна умовно об'єднати в три основні блоки: дискусійні засоби; ігрові засоби; сенситивний тренінг (тренування міжособистісної чутливості й сприймання себе як психофізичної цілісності) [22, с.13-37].

Соціально-психологічний тренінг (СПТ) – найефективніший метод для покращення комунікативних вмінь, і для набуття навичок міжособистісного та публічного спілкування. Ефективність СПТ визначається тим, що його учасникам надається можливість безпосередньо в самому процесі спілкування оцінити свою індивідуальність, навички спілкування і відкоригувати їх.

Однією з переваг СПТ є форма проведення в ньому занять – висока ефективність використання часу для саморозкриття, самоаналізу й саморозвитку особистості. Різноманітні методичні прийоми тренінгу (рольові ігри, дискусії, психогімнастичні вправи тощо) виступають як сучасні технології процесу підготовки менеджерів.

У роботі подано складену нами на основі результатів досліджень експериментальну програму тренінгу, що увібрала адаптовані зарубіжні й вітчизняні технології групової роботи, частина яких пройшла неодноразову апробацію в різних групах.

Успіх проведення СПТ залежить від багатьох чинників (складу групи, підготовки керівника, умов проведення, статі, прихованих цілей тощо), тому сценарій програми тренінгу не повинен бути жорстким. Тренінг творчий процес керівника й групи. Запропонована програма СПТ розвитку комунікативних вмінь є своєрідним «меню», з якого керівник обирає все те, що є необхідним для нього в конкретних умовах роботи з відповідною групою.

Принцип активності ґрунтується на визначеній закономірності про засвоєння людиною 10% інформації, що сприймається на слух, 50% інформації, сприйнятої зором, і 40% інформації, яку отримують під час самостійної діяльності. Йдеться про реальне включення в інтенсивну групову

взаємодію кожного члена групи. Використання цього принципу дозволяє здійснювати розвиток компетентності в спілкуванні в СПТ не шляхом безпосереднього впливу психолога на учасників, а створенням умов для самовдосконалення засобів організації комунікативного розвитку умінь менеджера [23, с. 51–59].

Власний досвід підтверджує те, що у групі з непарним числом учасників, керівнику в парних заняттях доводиться брати безпосередню участь, замінюючи відсутнього учасника тренінгу.

Цілком природним є принцип обмеження обговорення подій лише в рамках тренінгу «тут і тепер» і персоніфікація висловлювань.

Для учасників тренінгових груп нерідко характерною є тенденція до відхилення від основної теми, схильність до загальних розмов, міркувань, далеких від змісту тренінгу. Цей принцип орієнтує учасників тренінгу на те, щоб предметом їх аналізу постійно були процеси, які відбуваються в групі у конкретний момент.

Принцип акцентування сприяє глибокій рефлексії учасників, вчить учасників зосереджувати увагу на собі, своїх думках, почуттях, розвиває навички самоаналізу.

Принцип персоніфікації висловлювань. Його суть полягає в тому, що учасники тренінгу повинні бути зосереджені на процесах самопізнання, на самоаналізі й рефлексії. Використання вказаного принципу допомагає розв'язати одне із завдань тренінгу – навчитися брати відповідальність на себе і приймати себе таким, яким він є.

Успіх СПТ також залежить від реалізації принципу «щирості й відкритості». Найголовніше тут – не обманювати, бути щирим, відвертим, конгруентним. Щирість і відкритість сприяє одержанню й наданню іншим чесного зворотного зв'язку, тобто тієї інформації, яка є важливою для кожного учасника і запускає механізми розвитку самосвідомості та механізми взаємодії у групі.

Принцип акцентуації мовлення почуттів. Відповідно до цього принципу емоційна сторона спілкування повинна бути добре і повно вираженою учасниками тренінгу; їм рекомендується акцентувати увагу на станах і проявах (своїх власних і партнерів) і при відтворенні зворотного зв'язку, якщо можливо, використовувати мову, яка відображає цей стан.

Важливим принципом СПТ є уникнення безпосередніх оцінок людини, замінюючи їх описом власних емоційних станів, оскільки вірогідність неприйняття негативного зворотного зв'язку зростає тоді, коли остання має суто оціночний характер.

Принцип довірливого спілкування – один із фундаментальних елементів тренінгу. Розвиток довірливого клімату – складний процес. Найпростіший перший крок до практичного створення клімату довіри: ведучий пропонує прийняти єдину форму звертання на «ти», яка психологічно зрівнює усіх членів групи і вносить у стосунки деякий елемент інтимності й довірливості між членами групи та керівником. Кожний реалізує той рівень відкритості, до якого він готовий, залежно від своїх особливостей і загального рівня довірливості в групі.

Конфіденційність всього, що відбувається в групі – важливий принцип СПТ, який є необхідною умовою створення атмосфери психологічної безпеки й саморозкриття. Все, що відбувається під час занять, не виноситься за межі групи. Учасники не бояться, що зміст їхнього спілкування може стати загальновідомим [60, с. 14–35].

Крім названих вище принципів, Марасанов Г.І. при веденні тренінгів керується такими правилами [36, с. 172–173]:

1. Вчасно розпочинати і закінчувати заняття.
2. Не відмовлятися від права сказати «ні», а також від права самому вирішити, як поводитися, як діяти у тій чи іншій ситуації.
3. Мати право на підтримку, допомогу з боку групи.
4. Слухати того, хто говорить, намагатися не перебивати.
5. Мати право висловити свою думку з будь-якого питання.

6. Повідомляти про свої труднощі, які заважають роботі групи (необхідність пропустити заняття, піти або прийти раніше чи пізніше призначеного часу). Причому, кожний учасник має право робити це раніше. В цьому випадку питання про подальшу його участь у роботі буде вирішувати група.

Формуючі заняття розпочались із знайомства, опрацювання правил в групі, та ознайомленням із метою та методичними прийомами тренінгу. Проводилась також робота спрямована на налагодження контакту, створення атмосфери довіри та згуртованості, налаштування на спільну роботу в групі. Техніки, що використовувались у тренінгу були взяті з різних джерел.

2.2. Аналіз результатів дослідження комунікативних та особистісних чинників готовності до виступів

За допомогою методики незакінчених речень А.Філіпса, досліджували особистісну тривожність студентів. (таблиця 2.1, 2.2).

Таблиця 2.1

Результати дослідження особистісної тривожності за методикою незакінчених речень А.Філіпса у студентів факультету філології та журналістики (ФФЖ)

Особистісна тривожність	Кількість обстежуваних	
	в абсолютних цифрах	у відсотках
Наявність особистісної тривожності	29	58
Відсутність особистісної тривожності	21	42
Всього	50	100

Таблиця. 2.2

Результати дослідження особистісної тривожності за методикою незакінчених речень А.Філіпса у студентів факультету фізики математики та інформатики (ФФМІ)

Особистісна тривожність	Кількість обстежуваних	
	в абсолютних цифрах	у відсотках
Наявність особистісної тривожності	30	65,22
Відсутність особистісної тривожності	16	34,78
Всього	46	100

Особистісна тривожність характеризує стійку схильність людини сприймати велике коло ситуацій як загрозливі, реагувати на такі ситуації станом тривоги, проявляється в напруженості, занепокоєності, нервозності. У нашому дослідженні відсутність особистісної тривожності спостерігалась лише у 42% опитаних студентів ФФЖ та 34,78% опитаних студентів ФФМІ. Наявність особистісної тривожності була зафіксована у 58% студентів ФФЖ та 65,22% студентів ФФМІ, що свідчить про наявність у них тенденції сприймати досить широкий спектр ситуацій як загрозливі.

Переходимо до якісного аналізу відповідей на питання. Слід зазначити, що найбільше виявляється тривожність у закінченнях таких тверджень: “Інколи мені здається, що я...”, “Дуже не хочу, щоб...”, “Найбільше мені заважає...”, “Я не рідко ловлю себе на тому...”, “Мені дуже важко...”, “Часто я не помічаю...”. Наявність внутрішнього конфлікту, емоційної нестабільності прослідковується в наступних твердженнях студентів:

– інколи мені здається, що я...: “не надто комунікабельна, а також, що мені все байдуже”, “надто вразлива і беру собі до серця кожен дрібничку”, “зовсім не можу впоратися з тими завданнями, які переді мною поставлені”, “живу у сні і мені дуже страшно прокидатись”, “так і не адаптуюсь до змін у моєму житті”, та ін.

– дуже не хочу, щоб...: “все моє життя пішло шкереберть, адже в цьому житті я вже дечого та досягнула”, “щось погане сталося в моєму

житті”, “я втрачала друзів”, “в мене склалося погане життя”, “з моєю мамою виникали якісь непорозуміння”, “трапилося те, чого я боюсь” та ін.

– найбільше мені заважає...: “моя легковажність, довірливість”, “моя нерішучість, несміливість”, “моє невміння організувати свій час”, “те, що буваю лінива”, “моя закомплексованість”, “те, що я завжди думаю про негативне” та ін.

– я нерідко ловлю себе на тому...: “що сам точно не знаю, чого я більше хочу”, “що все, що я роблю – це замало”, “навіщо я це зробив неподумавши”, “що за будь-яких дрібниць створюю собі зайві проблеми”, “що мене все починає нервувати”, “що не можу вчитися на своїх помилках” та ін..

– мені дуже важко...: “в цьому житті”, “коли мене не розуміють”, “бути самому”, “влитись в колектив”, “боротися за кожну частину свого майбутнього”, “зробити вибір”, “буває, коли подумаю, що в майбутньому мене чекає дуже багато сірих буднів”, “бути одинокою”, “в університеті”, “знаходитись далеко від рідних” та ін.

– часто я не помічаю...: “своїх недоліків”, “коли можу когось образити”, “що сама собі роблю гірше”, “окремих своїх поганих манер і позитивних якостей, які помічають інші”, “що зі мною діється”, “що в цьому світі є щось прекрасне” та ін.

Ці висловлювання говорять про внутрішню напруженість багатьох студентів, їх неврівноваженість, невміння керувати своїми внутрішніми переживаннями. Багато відповідей свідчать про невіру у свої сили, емоційну пригніченість студентів.

Аналізуючи закінчення речень типу: “Труднощі, що постають переді мною...”, “Коли мені не таланить, я...”, “Коли мені доводиться чекати...”, відмітимо, що 40% студентів ФФЖ та 42% студентів ФФМІ намагаються керувати своїми емоційним станом і поведінкою – вказують конкретні способи саморегуляції чи закінчують речення такими висловлюваннями як: “не заважають мені рухатись вперед”, “я намагаюсь вирішувати самотійно”,

“я долаю, чого б мені це не вартувало”, “намагаюсь не нервувати і це часто виходить”, “намагаюсь заспокоїтись”, “стараюсь взяти себе в руки” та ін.. У 16% студентів закінчення носили нейтральний характер: “не знаю”, “у мене ніколи не виникає труднощів” та ін.. До того ж, подальші бесіди зі студентами показали, що подібні відповіді в більшості випадків не свідчать про повну емоційну стабільність студента. Закінчення тверджень 44% студентів ФСПО вказують на їх афективно загострене реагування на різні ситуації фрустрації. Наприклад, “їнколи це виводить мене”, “я постійно нервуюсь”, “це для мене найтяжче”, “я хвилююсь, починаю ходити взад-вперед” та ін.

Аналіз відповідей на запитання студентів **ФФЖ**: “Боюсь, що...”, “Мене охоплює сильна тривога...”, “Я хвилююся, коли...”, “Хотілося б мені перестати боятися...”, “Я сильно хвилююся...”, спрямованих на виявлення об’єктів, областей дійсності, що викликають тривогу, дав можливість виділити чотири таких об’єкти. Це власна особистість (“Боюсь, що з мене не вийде нічого путнього”, “Мене охоплює сильна тривога, що я не зможу знайти собі місця в житті”, “Я хвилююся, коли маю зробити важливий крок” та ін.) – у 64% студентів, навчання (“Боюсь, що не справлюся з навчанням в університеті”, “Хотілося б мені перестати боятися екзаменів”, “Я сильно хвилююся перед іспитами” та ін.) – у 16% студентів. Частково це пов’язане з тим, що дослідження проводилось напередодні першої екзаменаційної сесії у студентів першокурсників. Ряд студентів виділяють загальні проблеми: майбутнє, рідні, друзі (“Мене охоплює сильна тривога за майбутнє України”, “Я хвилююся, коли хтось із рідних хворіє”, “Хотілося б мені перестати боятися висоти” та ін.) – у 16% обстежуваних. І лише 4% студентів дали нейтральні відповіді (“Нам нема чого боятися”, “Я ніколи не хвилююся”) (див. рис. 2.1).

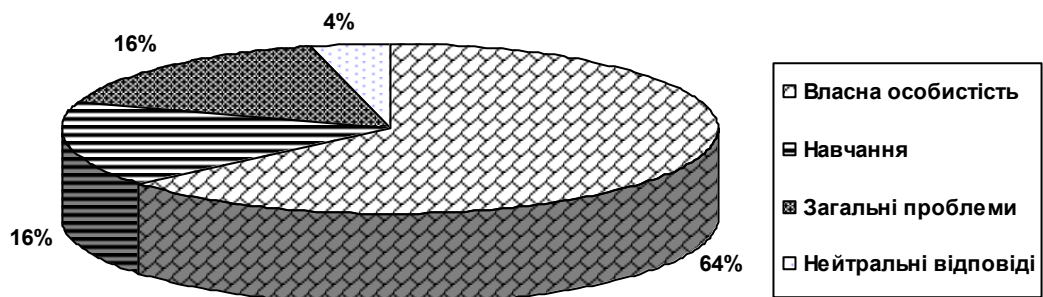


Рис.2.1. Розподіл об'єктів тривоги серед першокурсників факультету філології та журналістики

Таким чином, можна стверджувати, що більшість студентів схильні до емоційно негативних реакцій на різні життєві ситуації, які несуть загрозу для їх «Я» (самооцінки, рівня домагань, самоповаги і т.д.), що при несприятливих умовах може обумовлювати наявність невротичного конфлікту, емоційних зривів і психосоматичних захворювань.

При проведенні анкетування ставилась мета: аналізувати психологічні аспекти підготовки і проведення публічних виступів студентів I, III та IV курсів Уманського державного університету імені Павла Тичини, факультету філології та журналістики.

Під час анкетування отримано наступні результати:

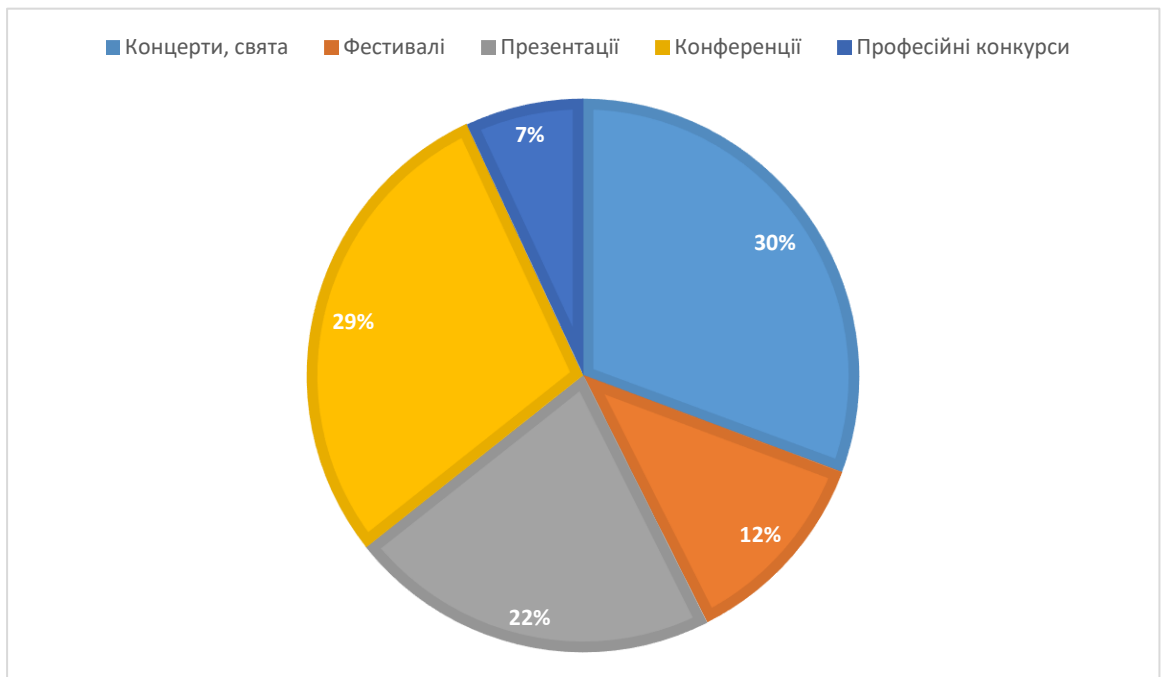


Рис. 2.2. Участь студентів в різних заходах університету.

Аналіз запитання: в яких заходах ви приймаєте участь? (Рис. 2.2.) показав, що студенти (незалежно від курсу) беруть участь у заходах таких як: свята (концерти) – 31% опитуваних, у конференціях – 29% опитуваних студентів, у професійних конкурсах – 7%, у презентаціях – 22% опитуваних і у фестивалях – 11% студентів.

Аналіз питання: чи згодні ви з наступними твердженнями про зовнішній вигляд оратора? (Рис. 2.3) показав, що 32% студентів не згодні повністю, що оратор повинен виглядати повсякденно, 30% студентів не згодні частково, 23% згодні частково, 15% згодні повністю. 37% опитуваних повністю згодні, що виступаючий повинен виглядати не яскраво, 15% згодні частково, 20% не згодні частково і 28% не згодні повністю. 18% студентів повністю не згодні повністю з тим, що лектор має виглядати яскраво та запам'ятовуюче, 19% не згодні частково, 27 % згодні частково і 36% згодні повністю.

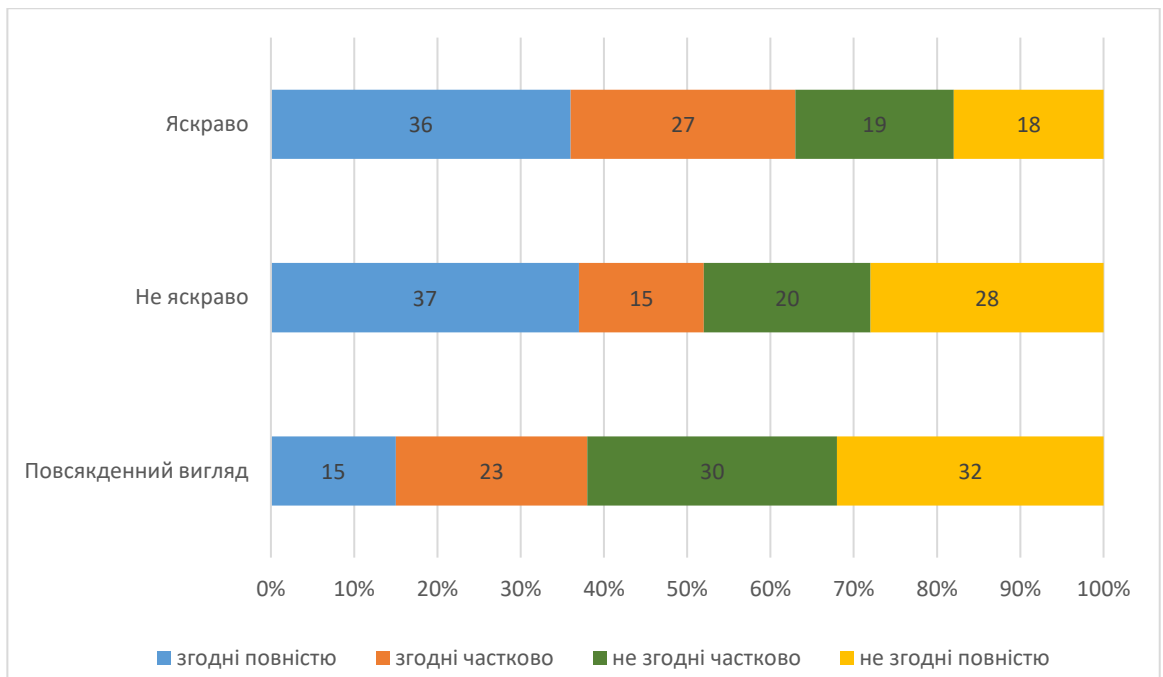


Рис. 2.3 Думка студентів про зовнішній вигляд оратора.

На запитання: чи хвилюєтесь ви перед виступом? (Рис. 2.4) Учасники опитування відповідали: 79% відповідно, що хвилюються, але намагаються зберегти спокій під час виступу, 17% відповіли, що їх хвилювання залежить від обставин і 4% не хвилюються, відчувають себе впевнено.

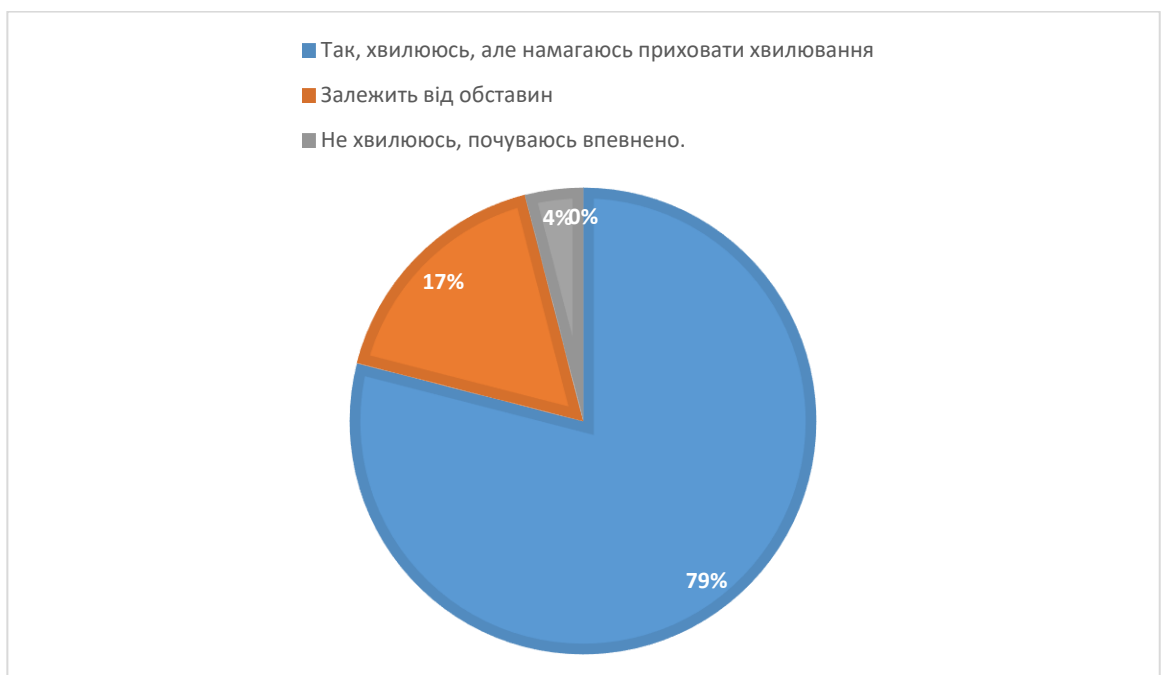


Рис. 2.4 Хвилювання студентів перед виступом.

Аналіз питання: чи використовуєте ви міміку під час виступу, що більшість - 57% студентів не використовують, 37% частково використовують міміку, вважають, що найголовніше те, що тема і зміст промови було цікаво і 37% активно використовують міміку, тому що вважають це основним інструментом невербального спілкування.

Аналіз питання: як ви ставитеся до застосування жестів під час виступів? (Рис. 2.5) показав, що більшість 80% студентів використовують жестикуляцію автоматично, 14% намагаються використовувати жести якомога менше, так як вважають, що це дратує слухачів, 3% активно використовують жестикуляцію і 3% взагалі не використовують.

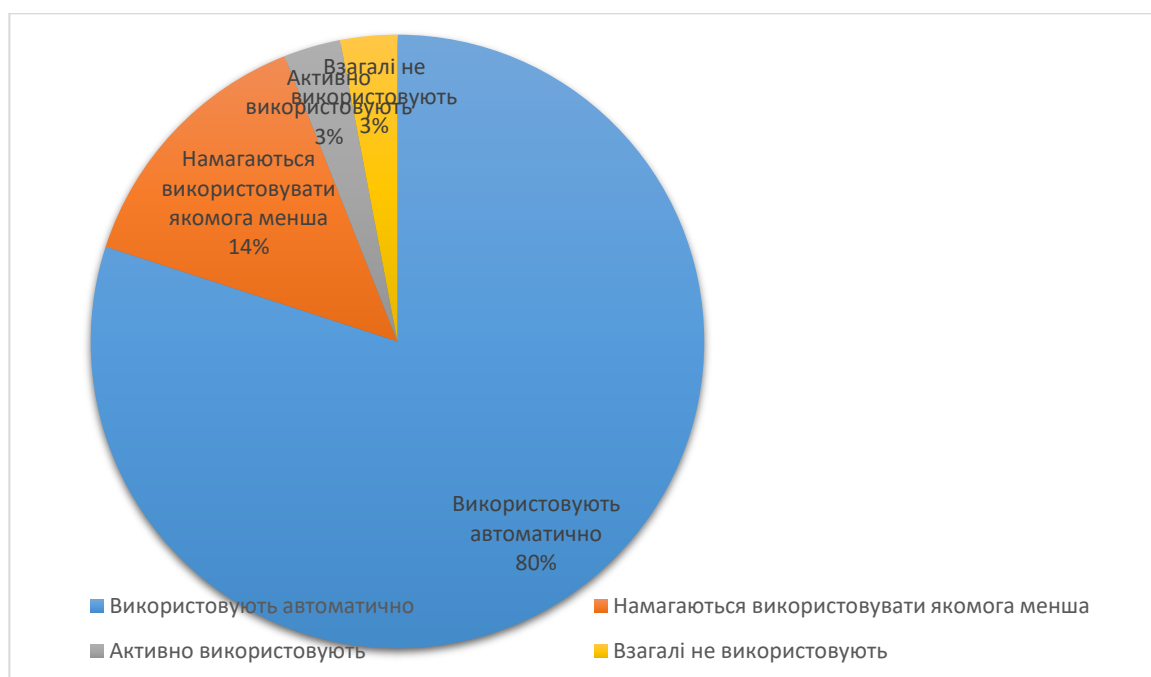


Рис. 2.5. Відношення до використання жестикуляції.

На питання: як ви готуєте ваш виступ? (Рис. 2.6) Більшість студентів відповіли, що запам'ятовують тільки ключові моменти виступу – 73% опитуваних, 14% студентів зазначили, що вони читають текст кілька разів, це допомагає їм краще запам'ятовувати, 10% опитуваних – зазубрюють виступ, 3% студентів зазначили, що не готують текст до виступу.

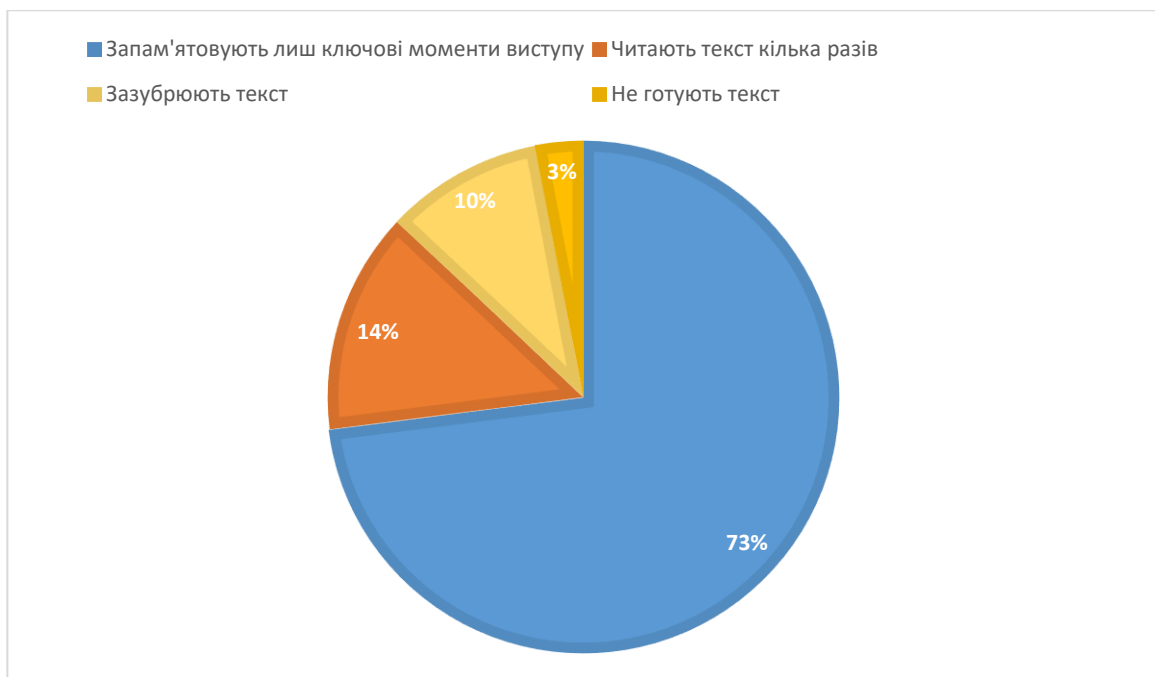


Рис. 2.6 Підготовка мовлення до виступу

Також, при проведенні роботи була розроблена шкала Осгуда, в які були представлені альтернативні позиції, для оцінки своїх відчуттів під час виступу та після, де 0 – середнє значення, -3 – мінімальне та 3 – максимальне. Шкала показала значення відчуттів під час виступу переживання – спокій 0,4%, страх – впевненість 0,7%, розсіяність – зібраність 0,6%. Середнє значення відчуттів після виступу по позиції переживання – спокій 1,03, страх – впевненість 0,8%, розсіяність – зібраність 0,6%, сум – радість 1,1%. На дані запитання дали відповіді не залежно від курсу навчання.

Аналіз питання: які невербальні сигнали аудиторії заважають вашому виступу? (Рис. 2.7) Показали, що більшість студентів, реагують на жест небажання слухати (опущені повіки) – 23% опитуваних, 22% студентів найбільше реагують на жест готовність піти (обидві руки на колінах або тримання за обидві сторони стільця), 17% студентів – на жест роздум і оцінки (рука на щоці), 16% – не згода, 13% студентів найбільше реагують на жест підозри і скритності (витирання лоба, висків, підборіддя), 9% опитуваних – на міміку нудно та не цікаво.

Результати оцінювання запитання про ефективність публічних виступів по 10 бальній шкалі (де 1 це значення мінімальне і максимальне

значення - 10) показав, що середнє значення оцінки 7, 8 балів у студентів, що навчаються на I курсу, 8, 1 балів у студентів, що навчаються на III, 8,3 балів у студентів, які навчаються на IV курсі.

Таким чином, більшість студентів часто беруть участь у заходах, таких як концерти та свята, презентації, конференції та рідше в опитуванні, приймають участь в фестивалях і професійних конференціях. Під час створення свого іміджу продумують все до найдрібніших деталей, велику увагу приділяють таким аспектам як міміка, жести, одяг. Сильно реагувати на такі невербальні сигнали аудиторії як жест небажанням прислухатися (знижені повіки), менше на жест готовність піти (обидві руки на коліна або утриматися на бік стільця), також на жест роздуми і оцінки (рука щоки), реагують на жест не згода та реакція на жест з підозрою і таємницю (втираючи лоб, виски та підборіддя) також реакція на жести міміки – нудно.

Дослідження за методом спостереження. Моніторинг було проведено для оцінки здатності студентів виступати публічно. Спостереження проводилося за допомогою спеціальних карт, де були вказані параметри і моніторингу критеріїв.

Аналіз виступів студентів **I курсу** на карті моніторингу та оцінки ефективності публічних виступів показав середнє значення ефективності виступів де середня оцінка зовнішнього вигляду 5 балів; присутність гумору - 3,3; контакт з аудиторією - 3,3; реакція на невербальні сигнали - 2,3; використання міміки та жестів - 2,4; емоційний стан - 3,7 та підготовка промови - 4,5.

Аналіз виступів студентів **III курсу** на карті моніторингу та оцінки ефективності публічних виступів показав середнє значення ефективності виступів де середня оцінка зовнішнього вигляду 5 балів; присутність гумору - 4,3; контакт з аудиторією - 4,3; реакція на невербальні сигнали - 3; використання міміки та жестів - 3; емоційний стан - 4 та підготовка промови - 4,7.

Аналіз виступів **студентів IV курсу** на карті моніторингу та оцінки ефективності публічних виступів показав середнє значення ефективності виступів, де середня оцінка зовнішнього вигляду 5 балів; присутність гумору - 4,3; контакт з аудиторією - 4,3; реакція на невербальні сигнали - 3; використання міміки та жестів - 4; емоційний стан - 4 та підготовка промови - 4,6.

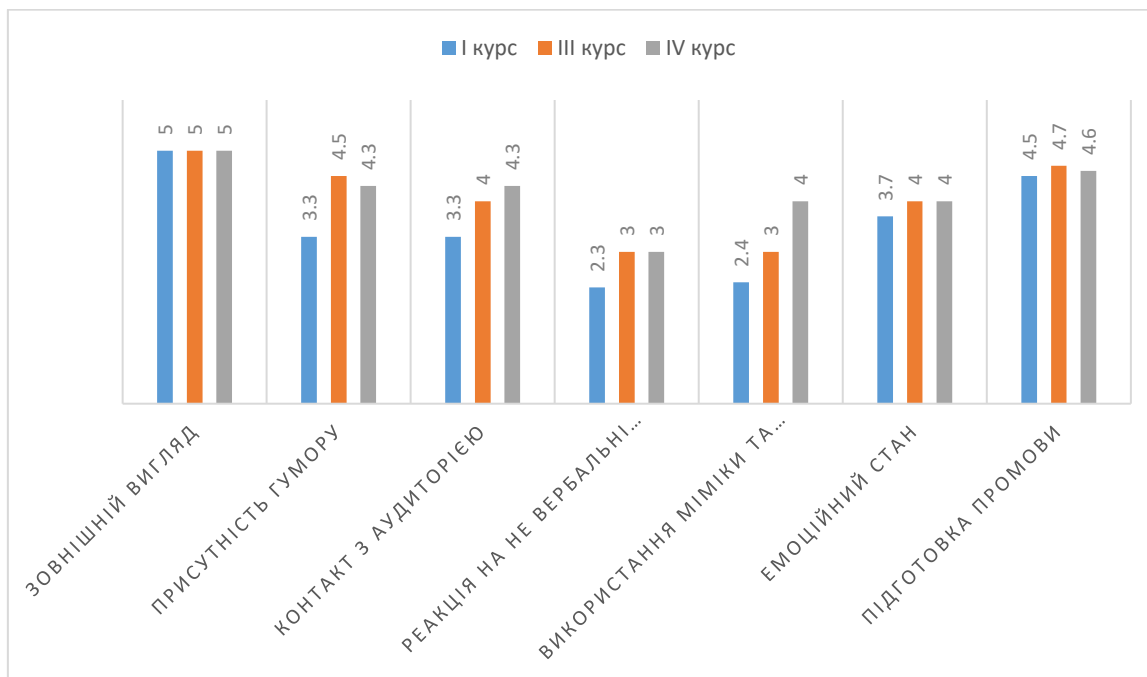


Рис.2.6 Аналіз виступів студентів

Роблячи висновок, ми можемо сказати, що студенти мають уявлення про те, що таке публічний виступ, вони часто мають можливість виступити і вони користуються нею, тим більше студенти самі оцінили ефективність своїх виступів в середньому на 8 балів, але спостереження показали, що дане вміння на низькому рівні розвитку, тому що студенти не мають уявлення про особливості підготовки і проведення публічних виступів, через це немає впевненості при виступах. На картинці ми бачимо, що середній результат здатність говорити публічно, не перевищує 5 балів.

Стиль спілкування суттєво впливає на поведінку людини під час її взаємодії з іншими людьми. Конкретний вибір стилю спілкування визначається такими факторами: особисті якості людини, її світогляд та

соціальний статус у певному суспільстві, характеристиками цього суспільства та ін. Якщо виходити з того, що стиль спілкування визначається більшою готовністю людини до комунікації в тій чи іншій ситуації, то можна говорити про два основні стилі: авторитарний та демократичний.

Авторитарне спілкування – це влада одного в процесі спілкування. Одноосібне ухвалення рішення, накази, вказівки. Люди, що сповідують авторитарний стиль взаємодії, мають догматичне мислення, за якого тільки одна думка (переважно керівника) правильна, а всі інші помилкові. Ініціатива інших людей не заохочується.

Демократичне спілкування, для нього властиве колегіальне прийняття рішень, заохочення активності учасників комунікативного процесу, поінформованість усіх про вирішувану проблему, способи виконання завдань, досягнення цілей. Врахування інтересів, потреб, бажань учасників комунікативного процесу.

Для того, щоб визначити стиль спілкування студентів, ми використали тест «Чи володієте ви аудиторією?» Додаток В цей опитувальник допоміг нам зрозуміти якими стилями користуються студенти під час своїх виступів. Так, як видно з діаграми то більшість студентів, незалежно від курсу, користуються демократичним стилем спілкування. Студенти I курсу – 73% демократичним стилем, а 27% користуються авторитарним; студенти III курсу – 65% користуються демократичним, а 35% авторитарним; студенти IV курсу – 57% демократичним, і 43% авторитарним.

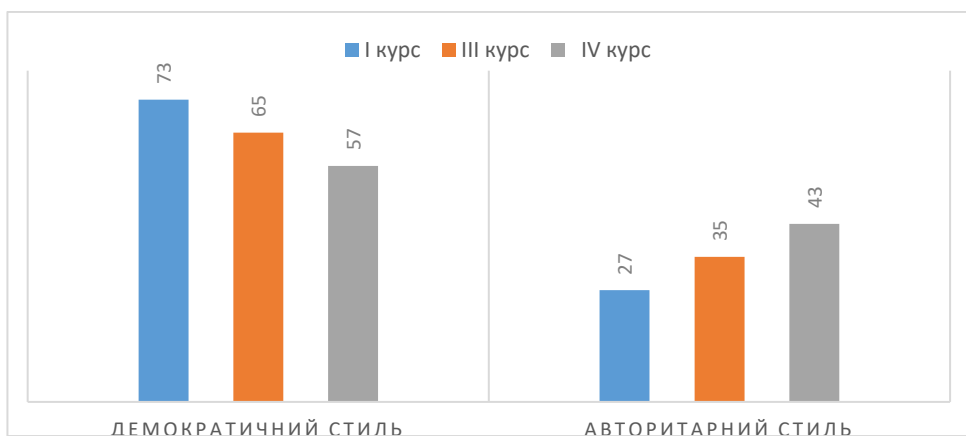


Рис 2.7 Тест «Чи володієте ви аудиторією?»

Отже, більшість студентів користуються демократичним стилем спілкування під час своїх виступів.

2.3. Система організації роботи щодо формування вмінь майбутніх вчителів публічно виступати.

Ефективність соціально-психологічного тренінгу вимірювалась нами в доекспериментальному та післяекспериментальному тестуванні за допомогою стандартизованих психодіагностичних методик:

1. Методика незакінченого речення А.Філіпса.
2. Анкетування.
3. Тест «Чи володієте ви аудиторією?».

Тренінг – особливий метод отримання знань, який відрізняється від своїх аналогів тим, що всі його учасники вчаться на власному досвіді теперішнього моменту. На тренінгу спеціально створено сприятливе середовище, де кожен може з легкістю і задоволенням побачити і усвідомити свої плюси і мінуси, досягнення і поразки.

Відчувати себе впевнено перед будь-якою аудиторією, грамотно побудувати і ефектно провести публічний виступ, вміло керувати дискусією і створити свій власний імідж оратора – ось чому навчають тренінгові заняття з формування «Майстерності публічного виступу».

Під публічним виступом розуміють мистецтво виступу з метою переконання. Якщо ставити спільну мету, то нею буде – навчити людину говорити публічно, щоб переконливо впливати промовою на інших людей, вміло доводити власну правоту, якою б не була тема мови – економічна або політична, історична або сучасна, теоретична або практична і т.д.

Як навчити вимовляти переконують мови, тобто навчити майстерності публічного виступу? В цю задачу входить навчання ораторському мистецтву, майстерності лектора і мистецтва мови. Навчання вмінню раціонально

побудувати звичайне усне висловлювання, яке ми чуємо повсякденно, але так, щоб в ньому були заздалегідь зрозумілі для оратора мета, основні засоби її досягнення і втілення в кінцевий результат.

Основні завдання оратора можна визначити таким чином: правильне планування усного мовлення, починаючи від мети і закінчуючи певним впливом на думки і почуття людей, перед якими він виступає. Чи відповідатиме досягнутий результат поставленої оратором мети, залежить великою мірою від правильності побудови мови [42, с.76].

Майстерність публічного виступу – дуже цінне надбання, з часом навчитися цьому може кожен, і тим швидше, чим успішніше з самого початку складеться практика початківця оратора. Мова людини під час індивідуальної чи групової бесіди, на діловій нараді або переговорах, на уроці в школі, в ході презентації або загального ділового зборів, будь-якого колективу просвіщає, переконує, пояснює. Жодне висловлювання педагога не буває байдужим.

Тренінгові заняття були спрямовані на розвиток ряду умінь в учнів, що переслідувало мету формування досвіду ефективного публічного виступу. Уміння мало на увазі в даному випадку – свідоме оволодіння, якимись прийомами діяльності, а навичка – вміння, доведене до автоматизму. Вміння і навички повинні формуватися практично одночасно. Для формування у студентів ряду умінь і навичок публічного виступу в ході проведення тренінгу були використані методи живого слова викладача – розповідь, бесіда, пояснення, практичні методи, застосовувалися спеціальні тренінгові вправи, а також самостійна робота учнів.

На першому етапі практичної діяльності проводилося вступне заняття з метою знайомства з основами психологічної підготовки до публічного виступу. Студенти знайомилися з поняттям хвилювання, а так же вчилися проводити вправи дозволяють уникнути хвилювання до виступу.

На занятті була присутня інтерактивність, студенти співпрацювали зі мною: спілкувалися, відповідали на питання, задавали свої. Все це говорить

про те, що матеріал і виклад моєї промови було доступно для них, що дуже важливо для людини, яка хоче досягти ефективності свого виступу. Були вдало підібрані вправи для практичної частини заняття і студенти із задоволенням, а головне без праці виконували їх.

Звичайно, були присутні і негативні моменти заняття. По-перше, я як ведуча заняття повинна була домовитися про правила нашого заняття, в яких би йшлося про те, що не можна викрикувати на занятті, а чекати поки відповідь один, підняти руку і дочекатися своєї черги.

На другому занятті студенти дізналися, як правильно потрібно готувати свою промову для виступу, які існують етапи підготовки промови до виступу, і які явища в мові сприяють ефективності виступу, а які навпаки. Так само на занятті були підібрані вдалі вправи, з якими студенти справлялися легко і швидко. До рекомендацій слід віднести те, що потрібно чітко продумувати структуру свого виступу, щоб всі частини виступу були логічними, і не було різких переходів від однієї теми до іншої. Якщо на заняття приходить новий студент слід познайомити його з присутніми і маленько розповісти про попередньому занятті, для того щоб йому легше було розуміти про що йде мова.

Третє заняття було присвячене розмовам про зовнішній вигляд оратора. Причому зовнішній вигляд включає в себе і одяг, і манеру поведінки, і ходу, і вираз обличчя, і використання невербальних засобів спілкування. Про все це студенти дізналися по ходу проведення курсу. Можна виділити наступні позитивні моменти заняття: почалося заняття з вітання, що б позитивно налаштуватися на роботу студентам пропонувалося прочитати вірш, в якому вони вітали один одного всіма частинами свого тіла; структура заняття відрізнялася від попередніх двох, після кожної частини матеріалу передбачалося практичне завдання для закріплення матеріалу; вправи були побудовані так, що у кожного студента була можливість включитися в роботу; заняття супроводжувалося яскравою, барвистою презентацією з картинками, яка привертала увагу студентів.

Використовувалися дидактичні матеріали. Зміст третього заняття є дуже актуальним для студентів ВНЗ; проведення рефлексії виявилось дуже доречним.

Як рекомендації слід враховувати наступні зауваження: не слід аналізувати своє заняття, в ході проведення заняття, краще зайнятися цим при підведенні підсумків; при підготовці презентації слід враховувати розмір шрифту, для того щоб усім було видно що в ній викладено; обсяг текстової інформації повинен відповідати відведеному часу, якщо раптом обсяг інформації перевищує, то слід поділити інформацію на основну і додаткову. Останню відмітити позначкою * і говорить про неї в разі, якщо дозволяє час; при викладі матеріалу не слід поспішати;

Площа приміщень для проведення заняття повинно бути спеціально організовано (для того щоб кожен міг бачити один одного, тому що вправа направлено на використання міміки і жестів)

Останнє заняття курсу було практичним, на якому студентам пропонувалося виступити із заздалегідь підготовленими доповідями для закріплення отриманих знань в ході курсу. Формування свого стилю виступу, розвиток впевненої поведінки. По закінченню заняття студентам пропонувалося провести рефлексивний аналіз власної діяльності, в якому їм вдалося висловити всі позитивні моменти своїх виступів і негативні.

При проведенні тренінгових занять слід враховувати представлені нижче рекомендації.

До початку тренінгу необхідно:

- визначити мету і тему тренінгу;
- визначити склад учасників тренінгу;
- визначити простір для проведення тренінгових занять;
- визначити етапи проведення тренінгу із зазначенням часових рамок;
- підготувати практичні вправи для закріплення матеріалу;
- підготувати дидактичний матеріал;
- ранжувати інформацію на основну їм додаткову

В ході тренінгу слід:

- позитивно налаштувати присутніх на заняття (привітання, знайомство);
- розробити правила для роботи в групі;
- обговорювати з учасниками: що вийшло, а що не вийшло;
- відповідати на питання, що виникають в учасників під час тренінгу;

При завершенні тренінгу не забудьте:

- обговорити досягнуті і не досягнуті цілі;
- поділитися враженнями про тренінг;
- проаналізуйте проведення тренінгу, вкажіть позитивні моменти і проблеми, що виникли при його проведенні.

Не слід під час тренінгу:

- аналізувати власний виступ з присутніми
- витрачати час більше запланованого

Метою повторного аналізу ситуації було визначити рівень сформованих навичок публічного виступу у студентів Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Таблиця 2.3

Показники змін особистісної тривожності за результатами методики незакінчених речень А.Філіпса (у %)

Особистісна тривожність	Контрольна група		Експериментальна група	
	до експерименту	після експерименту	до експерименту	після експерименту
Наявність особистісної тривожності	52	36	64	20
Відсутність особистісної тривожності	48	64	36	80
Всього	100	100	100	100

Дані, отримані нами при дослідженні особистісної тривожності за методикою незакінчених речень А.Філіпса до і після експерименту, наведені у таблиці 2.3.

Аналіз отриманих даних показав, що в результаті формуючого експерименту у студентів експериментальної групи значно знизилась особистісна тривожність (на 44%), тоді як у контрольній групі цей показник знизився всього на 16%. Відповідно зросла кількість студентів, у яких за методикою А.Філіпса відсутня особистісна тривожність. Аналогічно як і у першому випадку істотні зміни відбулися в експериментальній групі порівняно із контрольною групою. Так кількість студентів, у яких відсутня особистісна тривожність за методикою А.Філіпса, збільшилась на 44% після проведення формуючого експерименту. У контрольній групі їх кількість збільшилась лише на 16%. Таким чином, після проведення формуючого експерименту кількість студентів, у яких за методикою А.Філіпса відсутня особистісна тривожність, становить 80%, що на 16% більше за кількість таких студентів у контрольній групі.

При проведенні анкетування ставилась мета: аналізувати психологічні аспекти підготовки і проведення публічних виступів студентів I, III та IV курсів Уманського державного університеті імені Павла Тичини, факультету соціальної та психологічної освіти.

Під час повторного анкетування отримано наступні результати:

Аналіз запитання: в яких заходах ви приймаєте участь? Показав, що студенти (незалежно від курсу) беруть участь у діяльностях таких як: свята (концерти) – 29% опитуваних, у конференціях – 27% опитуваних студентів, у професійних конкурсах – 12%, у презентаціях – 22% опитуваних і у фестивалях – 10% студентів. Повторний аналіз запитання показав, що результати майже не змінились, студенти приймали і приймають участь в різних заходах, після тренінгу у професійних конкурсах, тобто у психологічних конкурсах, кількість студентів зросло до 12% , а це на 5% більше ніж попередній аналіз результатів даного питання.

Аналіз питання: чи згодні ви з наступними твердженнями про зовнішній вигляд оратора? Показав, що 32% студентів не згодні повністю, що оратор повинен виглядати повсякденно, 30% студентів не згодні частково, 23% згодні частково, 15% згодні повністю. 37% опитуваних повністю згодні, що виступаючий повинен виглядати не яскраво, 15% згодні частково, 20% не згодні частково і 28% не згодні повністю. 18% студентів повністю не згодні повністю з тим, що лектор має виглядати яскраво та запам'ятовуюче, 19% не згодні частково, 27% згодні частково і 36% згодні повністю. Тут показники не змінилися, щодо зовнішнього вигляду студенти мають власну думку.

На запитання: чи хвилюєтесь ви перед виступом? Учасники опитування відповідали: 79% відповідно, що хвилюються, але намагаються зберегти спокій під час виступу, 5% відповіли, що їх хвилювання залежить від обставин і 16% не хвилюються, відчувають себе впевнено. Отже, завдяки тренінгу студенти стали більш впевненими в тому, що вони можуть висупити гарно, кількість студентів, які не хвилюються перед виступом зросла на 12%.

Аналіз питання: чи використовуєте ви міміку під час виступу, що більшість. 37% студентів не використовують, 37% частково використовують міміку, вважають, що найголовніше те, що тема і зміст промови було цікаво і 57% активно використовують міміку, тому що вважають це основним інструментом невербального спілкування. Отже, після тренінгу, студенти стали більш розкутими, і вирішили, що під час виступу потрібно бути відкритим та використовувати міміку.

Аналіз питання: як ви ставитеся до застосування жестів під час виступів? Показав, що більшість 80% студентів використання жестикуляцію автоматично, 4% намагаючись використовувати жести якомога менше, так як вважають, що це дратує слухачів, 13% активно використовують жестикуляцію і 3% взагалі не використовують. Отже, після тренінгу кількість студентів, які активно використовують жестикуляцію зросла на 9%.

На питання: як ви готуєте ваш виступ? Більшість студентів відповіли, що запам'ятовують тільки ключові моменти виступу – 80% опитуваних, 14%

студентів зазначили, що вони читають текст кілька разів, це допомагає їм краще запам'ятовувати, 3% опитуваних – забувають виступ, 3% студентів зазначили, що не готують текст до виступу. Отже, після тренінгу студенти, які запам'ятовують лише ключові моменти виступу, збільшилось на 7%.

Аналіз питання: які невербальні сигнали аудиторії заважають вашому виступу? Показали, що більшість студентів, реагують на жест небажання слухати (опущені повіки) – 23% опитуваних, 22% студентів найбільше реагують на жест готовність піти (обидві руки на колінах або тримання за обидві сторони стільця), 17% студентів – на жест роздум і оцінки (рука на щоці), 16% – не згода, 13% студентів найбільше реагують на жест підозри і скритності (втирання лоба, висків, підборіддя), 9% опитуваних – на міміка нудно та не цікаво. Тут результати не змінились.

Результати оцінювання запитання про ефективність публічних виступах по 10 бальній шкалі (де 1 - це значення мінімальне і максимальне значення -10) показав, що середнє значення оцінки 7, 8 балів у студентів, що навчаються на I курсу, 8, 1 балів у студентів, що навчаються на III, 8,3 балів у студентів, які навчаються на IV курсі.

Таким чином, більшість студентів часто беруть участь у заходах, таких як концерти та свята, презентації, конференції та рідше опитувані приймають участь в фестивалях і професійних конференціях, після тренінгу зросла кількість студентів, які приймають участь в професійних конкурсах. Під час створення свого іміджу продумують все до найдрібніших деталей, велику увагу приділяють таким аспектам як міміка, жести, одяг. Після тренінгу вони краще готуються до свого вступу, більше використовують жести та міміку, а це означає, що вони стали більш відкритими. Але вони все ще сильно реагують на такі невербальні сигнали аудиторії як жест небажанням прислухатися (знижена повіки), менше на жест готовність піти (обидві руки на коліна або утриматися на бік стільця), також на жест роздуми і оцінки (рука щоки), реагують на жест не згода та реакція на жест з

підозрою і таємницю (втираючи лоб, виски та підборіддя) також реакція на жести міміки – нудно.

Повторне дослідження за методом спостереження. Моніторинг було проведено для оцінки здатності студентів виступати публічно після проведеного тренінгу. Спостереження проводилося за допомогою спеціальних карт, де були вказані параметри і моніторингу критеріїв.

Аналіз виступів студентів IV курсу на карті моніторингу та оцінки ефективності публічних виступів показав середнє значення ефективності виступів де середня оцінка зовнішнього вигляду 8 балів; присутність гумору 7; контакт з аудиторією 8; реакція на невербальні сигнали 3; використання міміки та жестів 8; емоційний стан 8 та підготовка промови 9.

Аналіз виступів студентів III курсу на карті моніторингу та оцінки ефективності публічних виступів показав середнє значення ефективності виступів де середня оцінка зовнішнього вигляду 7 балів; присутність гумору 7; контакт з аудиторією 7; реакція на невербальні сигнали 8; використання міміки та жестів 7; емоційний стан 7 та підготовка промови 8.

Аналіз виступів студентів I курсу на карті моніторингу та оцінки ефективності публічних виступів показав середнє значення ефективності виступів де середня оцінка зовнішнього вигляду 7 балів; присутність гумору 7; контакт з аудиторією 7; реакція на невербальні сигнали 6; використання міміки та жестів 6; емоційний стан 7 та підготовка промови 8.

Роблячи висновок, ми можемо сказати, що студенти мають уявлення про те, що таке публічний виступ, вони часто мають можливість виступити і вони користуються нею, тим більше студенти самі оцінили ефективність своїх виступів в середньому на 9 балів, повторне спостереження показало, що дане вміння розвивається, тому що студенти мають уявлення про особливості підготовки і проведення публічних виступів. Для того щоб, розвивати в собі вміння виступати студентам потрібно практикуватися, тобто частіше виступати.

Для того, щоб визначити стиль спілкування студентів, в повторному опитуванні ми використали тест «Чи володієте ви аудиторією?» Додаток В цей опитувальник допоміг нам зрозуміти якими стилями користуються студенти під час своїх виступів. Так, як видно з діаграми то більшість студентів, не залежно від курсу, користуються демократичним стилем спілкування. Студенти I курсу – 77% демократичним стилем, а 23% користуються авторитарним; студенти III курсу – 71% користуються демократичним, а 29% авторитарним; студенти IV курсу – 63% демократичним, і 37% авторитарним. Отже, при повторному опитуванні ми зрозуміли, що зросла кількість студентів, які користуються демократичним стилем спілкування.

Використання у тренінгу формуючих вправ є виправданим, тому що зросла кількість студентів, які користують жестами та мімікою під час свого виступу, а це означає, що вони стали більш відкритими під час свого виступу. Також, тривожність у студентів зменшилась. Студенти, також зрозуміли, що краще використовувати демократичний стиль спілкування, і бути повністю відкритим своїй аудиторії, для того щоб аудиторія слухала та приймала участь у виступі.

2.4. Практичні рекомендації оратору для успішного публічного виступу.

Одне з найважливіших питань, що виникає при підготовці публічного виступу – чи обов'язково складати письмовий текст промови. Слід сказати, що це залежить від досвіду оратора (початківцеві писати текст промови обов'язково, експромти може собі дозволити лише досвідчений оратор) і обставин, при яких відбувається виступ. Для мітингу чи політичного клубу характерним є спонтанність; науковий виступ, лекція – заздалегідь підготовлені і обґрунтовані.

Звичайно, писати текст виступу – справа нелегка. Але це має багато переваг. Записану промову можна перевіряти, виправляти, можна показати

колегам, спеціалісту, добиваючись таким чином вдосконалення змісту і форми викладення, а цього не досягнеш, якщо промова тільки в голові. Написаний виступ легше запам'ятовується і довше утримується в пам'яті, ніж неоформлений в кінцевому вигляді матеріал.

Існує 4 типи підготовки до виголошення промови: ті, що написані і читаються за конспектом; ті, що готують заздалегідь, але не вчать напам'ять; ті, що готують заздалегідь і вчать напам'ять; імпровізовані (експромти).

У певних випадках «по писаному» говорити просто необхідно, і не завжди тому, що промовець сам не може сказати кілька живих та яскравих слів. Просто ситуація вимагає дуже точного слововживання [11, 105].

Першим прикладом читаної за рукописом промови є офіційна політична промова, бо те, про що говорять політичні діячі, є занадто важливим, і найдрібніша неточність може призвести до прикрих непорозумінь, навіть дипломатичних конфліктів.

Наступним видом промови, яка читається, може бути наукова доповідь на конференції чи хоча б студентський реферат. Науковий текст, викладений на папері, дає змогу логічно скомпонувати матеріал, чітко викласти висновки.

Іноді доводиться виступати по телебаченню чи радіо. Виступ по каналах масової комунікації також найчастіше готують заздалегідь і читають за конспектом.

В усіх наведених випадках можна порадити оратору, щоб він мав перед собою рукопис, бажано в надрукованому вигляді, щоб легко і впевнено читати текст. Тоді увага зосереджуватиметься на логічній інтонації, наголосі, на підвищенні чи зниженні тону тощо. Варто також пам'ятати, що одна сторінка машинопису (30 рядків) читається приблизно 2 хвилини, отже, можна легко вкластися у відведений регламент часу.

Виступи тривалістю 1-2 години напам'ять не вивчити. За таких обставин оратор ґрунтовно готується до виступу, опановує значний науково-інформаційний матеріал, але, як правило, не «засушує» його, читаючи з

конспекту. Запам'ятавши певний обсяг матеріалу, він викладає його перед аудиторією «з пам'яті», часом імпровізуючи, що справляє враження плинущо живої думки та значної ерудиції оратора[14, с.132].

За будь-яких обставин заглядати у заготовлений текст треба неначе мимохідь, не створювати враження, що без нього промовець виступити не зможе.

Отже, коли передбачається тривалий за часом виступ, оратору необхідно добре засвоїти, систематизувати матеріал, уявити канву майбутнього виступу. Коли є що сказати, то промовець «несе» сам матеріал, йому хочеться поділитися зі слухачами тим, що його зацікавило, що він добре знає.

Бувають випадки, коли з тих чи інших міркувань читати промову недоцільно. Але одночасно потрібно точно зберегти її зміст, нічим не знехтувавши. Наприклад, під час вшанування ювіляра, який чекає сердечного, живого слова й не сумнівається, що промовець добре знає особу, якій присвячує свій виступ. Оскільки подібні промови не бувають, як правило, надто довгими, варто спочатку написати текст, а потім вивчити його напам'ять. Справа того варта: досконале володіння текстом дасть змогу зосередитись на власне ораторських прийомах.

Це ж стосується і виступів на дипломатичних прийомах, де високо цінується лаконізм, щирість, вишуканість слова при добрих манерах. Коли немає впевненості в тому, що вдасться імпровізувати, краще знову-таки написати текст заздалегідь й вивчити його напам'ять (це не стосується офіційного документа, який читається з листа).

Описані вище ситуації характеризуються тим, що мають офіційний характер, але вимагають певної щирості й сердечної відкритості. По суті справи, ці ситуації внутрішньо мало чим відрізняються і від проповіді, яку теж треба добре знати заздалегідь, виголошуючи в інтонаціях щирості й душевної відкритості [15, с.21].

Імпровізовані промови виникають спонтанно, самі по собі, за різних обставин, наприклад, під час дискусії, різноманітних зборів, засідань комісій.

Але варто пам'ятати старий жарт: найкращий експромт - той, що заздалегідь підготовлений. Знаючи наперед програму зборів, проблеми, якими займається та чи інша комісія, уявляючи собі, нарешті, людей, у яких ви в гостях, ви можете буквально «на ходу» продумати, що саме скажете й що люди бажали б від вас почути.

Кожен тип промов має свої переваги і свої недоліки. Читання писаного справляє враження несміливості або скутості; імпровізація може схилити людей до думки, що промовець занадто легко маніпулює словами, отже - викликати певну недовіру до них; проголошення завченого тексту інколи теж справляє ефект, протилежний сподіваному. Промовець завжди має бути готовий перейти з одного типу промови на інший. Якщо не зважати на те, що атмосфера в аудиторії змінилася і відповідно слід змінити тип виступу порівняно з тим, на який настроював себе промовець, – годі сподіватися на успіх. Найчастіше успіху досягають промовці, які оптимально поєднують елементи різних типів промов, залежно від того, яку мету вони ставлять і перед якою аудиторією виступають.

Останнім робочим кроком при підготовці є пробне виголошення промови. Тим, хто прагне стати оратором, необхідно потренуватися в проголошенні промови вдома – вголос чи «про себе». Це допоможе вам визначити час звучання промови, орієнтуючись приблизно на 100-120 слів на хвилину (саме такий темп найбільш сприятливий для аудиторії). Як правило, певний простір відводиться імпровізації.

Дуже зручними помічниками при репетиції виступають відеомагнітофон, магнітофон чи дзеркало. За їх допомогою ви можете оцінити себе ніби «збоку», розробити систему жестів, попрацювати над виразом обличчя тощо.

Промова, як правило, потребує попередньої підготовки, й чим ґрунтовніша підготовка, тим солідніше, вагомніше виглядатиме виклад, а отже – і переконливіше.

Як будь-яка розумова робота, підготовка промови - процес творчий, і кожен використовує власну методику. Хоча інколи можна почути твердження, що промовці самі дивуються, як у них складається той чи інший текст, особливо імпровізування. Але більшість початківців нерідко розгублюються, коли їм доводиться вийти зі своїм словом на широку аудиторію. Запропонований до вивчення матеріал вони переписують з якихось джерел. Та коли слухаєш такий виступ, одразу ж впадають у вічі незграбність, некомпетентність, маловченість і, нарешті, цілковита відсутність впевненості в собі. Такий промовець викликає лише співчуття.

Отже, для того, щоб виступ був вдалим, яскравим, переконливим, необхідна попередня підготовка до нього. Алгоритм останньої можна визначити так: вибір теми – формулювання мети – складання плану – збирання матеріалу – робота над конспектом – репетиція.

Підготовка до будь-якого виступу розпочинається з визначення теми промови. При цьому можливі різні ситуації: або пропонують виступити з певною темою, тобто тема є заданою, або тему виступу ви обираєте самі. В першому випадку оратору необхідно лише конкретизувати її. Складніша справа – визначити і сформулювати свою тему виступу[15, с.7].

Обравши тему, потрібно подумати про її формулювання.

Тема – це те, про що йде мова. Зазвичай її формулюють словом або фразою, які вказують характер питань, що підлягають обговоренню.

Назва промови повинна бути ясною, чіткою, по можливості короткою. Вона повинна відображати зміст виступу і обов'язково привертати увагу слухачів. Вдала назва теми виступу певним чином налаштовує аудиторію, готує її до сприйняття майбутньої промови.

Довгі назви, які включають незнайомі слова, відштовхують слухачів, іноді викликають негативне відношення до виступу.

Слід уникати і дуже загальних назв. Загальні назви потребують висвітлення багатьох питань, а це ораторові не завжди під силу. Тому серед слухачів будуть невдоволені, бо вони не отримають відповіді на питання, які їх цікавлять [12, с.34].

Формулювання мети. Необхідно ясно уявляти, для чого, з якою метою виголошується промова, якої реакції слухачів ви добиваєтесь. Чи бажаєте ви тільки що-небудь пояснити, описати чи просто розповісти? Або ви хочете змінити свою думку чи переконати аудиторію що-небудь зробити?

Так, судовий оратор може й жартувати, й кепкувати, й розповідати про подробиці справи, запалювати слухачів праведним гнівом або зворушувати почуття глибокого зацікавлення й симпатії до жертви несправедливості. Але він мусить твердо знати, чого прагне. Якщо це прокурор, то мета його промови – довести провину звинуваченого. Діаметрально протилежна мета в адвоката, який прагне виправдати підсудного. Якщо б прокурор та адвокат раптом захопилися невластивими проблемами, втратили загальну настанову, суд не міг би здійснитися.

Існує загальна і конкретна мета виступу. Загальна мета визначається видом реакції, яку оратор хоче викликати у слухачів і залежить від того, чи бажає він тільки розважити їх або задовольнити цікавість, надихнути, переконати чи схилити до дії. Конкретна мета виражена в самому змісті промови, який може розважати, вгамовувати жагу знань, надихати, переконувати і викликати готовність до дії [21, с.32].

Конкретне тематичне ствердження не повинно бути загальновідомою істиною. Ваша справа показати, що дещо, вірогідно або можливо, правильно що той або інший хід дій, можливо або вірогідно, повинен бути прийнятий.

Якщо зміст промови взято не тільки з особистих переживань, матеріал можна добирати з багатьох джерел. Прочитайте не одну, а декілька журнальних статей, зберіть інформацію не з однієї, а з декількох. Розкрийте точки зору різних авторів, зіставте їх. Поспілкуйтеся з оточенням, запишіть думки і факти, що приходять в голову і про які прочитали.

Отже, наступний етап підготовки публічного виступу - підбір матеріалів для ораторської промови.

Існує чотири основних джерела накопичення матеріалу:

- 1) особистий досвід;
- 2) роздуми і спостереження;
- 3) інтерв'ю і бесіди;
- 4) читання.

Не обов'язково використовувати завжди всі перелічені джерела, але при всіх умовах необхідно обмірковувати питання і обов'язково заглядати в книжки.

Щоб виступ вийшов змістовним, краще використовувати не одне джерело, а декілька [9, с.79].

За етапом збирання настає обмірковування матеріалу, встановлення зв'язків, коментування. В цілому це можна назвати «інкубаційним періодом». До нього відносяться перевірка фактів і уточнення думок, їх підпорядкування.

Передумовою плідної підготовки є виділення найкращого часу для роботи, який у кожного індивідуальний.

Для успіху виступу потрібно працювати над конспектами.

Єдина мета нарисів – не краса, не ефектність написаної промови, а її доступність при виступі. Робота над конспектом досягає цієї мети, якщо її робити, не лякаючись повторів і не забуваючи про призначення промови і про слухачів. Перший крок до найкращої систематизації - це складання без всякої класифікації переліку фактів і міркувань, які були накопичені при підготовці. Робити це найкраще на картках. Конспекти в зошитах або на великих аркушах дуже зв'язують. А компактний набір карток завжди можна розкласти перед собою на столі, «тасуючи» їх так, як вам потрібно. До того ж між двома вже знайденими цитатами можна завжди легко вставити нову картку – з новою цитатою або з власною думкою.

Після попередньої роботи необхідно скласти картки за логікою розвитку теми й переписати їх у вигляді вже звичайного тексту, щось додаючи, поширюючи, а від чогось, можливо, і відмовляючись. Підлеглі положення розмістити під головними. Потрібно уважно проглянути – чи точно обрано слова. Далі йде робота над стилем: чи відповідають обрані слова меті промови? Аудиторії, до якої вона буде звернена? Чи не будуть деякі слова «випадати» з тексту стилістично? Зверніть увагу на наявність елементів художності в тексті – без них текст виглядає занадто сухим. Простежте, чи не втратилися логічність та доказовість думок, чи не перевантажений ваш текст цитатами та прикладами [12, с. 54].

Після складання конспекту, необхідно його відредагувати. Конспект не може і не повинен містити все багатство самої промови. Але словесне його оформлення складає першу умову, яка визначить у підсумку вражаючу силу промови при її проголошенні.

Редагування конспекту необхідно проводити з точки зору:

а) ясності; б) конкретності; в) специфіки питання; г) стислості.

Перш ніж розпочати роботу над композицією своєї промови, необхідно визначити порядок, за яким буде викладатися матеріал, тобто скласти план.

План – це взаємне розташування частин, коротка програма будь-якого викладення.

Важливо одразу ж визначити, які конкретно питання ви передбачаєте висвітлити в своїй промові. Тому складається попередній план, який відображає особисте визначення оратором теми виступу і підходу до даної проблеми. У процесі вивчення літератури, аналізу підбраного матеріалу план може змінитися, та в будь-якому випадку він буде сприяти вашій роботі.

Після того, як вивчена література, обміркована тема, зібраний фактичний матеріал, складається робочий план.

Виділіть питання обраної теми, відберіть суттєві і основні, визначать, в якій послідовності їх викладати. До робочого плану вносяться формулювання окремих положень, наводяться приклади, факти, цифри, які ви хочете використати.

Робочий план допомагає краще обміркувати структуру виступу, визначити, які розділи виявились перевантаженими фактичним матеріалом, які, навпаки, не мають прикладів, які питання слід пропустити, які включити і т. ін.

Робочий план може мати декілька варіантів, тому що він постійно уточнюється [12, с.43].

На основі робочого плану складається основний план. Цей план не стільки для оратора, скільки для слухачів.

Формулювання пунктів основного плану повинне бути чітким і ясним. Цей план оголошується слухачам після повідомлення теми виступу або у вступі при розкритті мети промови. План промови не завжди оголошується оратором. Це залежить від виду виступу, від складу і настрою аудиторії, від намірів оратора. Найчастіше план оголошується в лекціях, доповідях, наукових повідомленнях. Слухачі під час таких виступів ведуть записи, і план допомагає їм слідкувати за ходом викладення матеріалу. Наприклад, в вітальних, призивних промовах оголошення плану є недоречним.

Плани бувають трьох видів: простий, складний та цитатний. Простий план складається з декількох пунктів, що відносяться до основної частини викладення теми. Він являє собою, по суті, ряд непоширених речень.

Складний план – це своєрідне поширення простого плану шляхом розгалуження основних питань. Крім того, сюди, звичайно, вводять вступ та висновки.

Цитатний план подібний, як правило, до простого, але замість непоширених речень тут вживаються цитати, які конденсують суть даного питання.

Для того, щоб навчитися говорити – треба говорити! Це є основним правилом для оратора.

Головне завдання того, хто говорить – переконати слухачів зробити конкретні дії. Головний засіб досягнення цієї цілі – постійна підтримка уваги та зацікавленості серед слухачів.

Аудиторія підсвідомо, не замислюючись над цим, від оратора очікує всього чотири речі, і щоб їх забезпечити він повинен: гарно виглядати; посміхатися; дивитися людям у вічі; говорити впевнено. Впевненість – заразлива [21, с. 87].

Для успішного виступу потрібно:

I. Психологічно налаштуватись:

Бажати і мати, що сказати. Необхідно перебороти страх: а) визначити причину страху; б) перебороти страх дією. Промова повинна бути переконливою: а) досвід; б) знання; в) глибокі думки та ідеї; д) соціальний рівень. Промова – це діалог з аудиторією.

II. Підтримання уваги та зацікавленості аудиторії.

Звучність – гучність та сила голосу; залежить від: бажання, впевненості та готовності говорити; правильного дихання. Темп: швидкість промови в цілому; паузи; звучання окремих слів. Висота: монотонність; зависокий тон; занижений тон; недостатня виразність визначальних слів. Артикуляція – зрозумілість, чіткість вимови.

III. Зовнішній вигляд, міміка, жестикуляція.

У цьому підрозділі можна писати дуже багато, але у кожної людини є свої неповторні риси. І тому уніфікованих правил практично не існує.

Головне правило – все повинно бути природнім.

IV. Побудова змісту, компоновання матеріалу.

Матеріал промови повинен бути підібраний таким чином, щоб постійно підтримувати увагу слухачів.

V. Мова: а) граматична правильність мови; б) точність; в) образність; г) економність.

Методи підтримання уваги аудиторії:

1. Приклади (1-2 на виступ).

2.Різка зміна гучності голосу (раптово гучно, раптово тихо).

3.Паузи (після прикладів, після риторичних запитань, після емоційної перерви, при зміні теми). Пауза – суперприйом!

4.Зоровий контакт – очі в очі. Найскладніший метод – але найефективніший.

5.Діалог з аудиторією.

6.Звернення до аудиторії з риторичними запитаннями (“Ви розумієте, що..? Ви також помітили..?”).

1. 7.Ствердження до аудиторії безпосередньо (“Ви прагнете кращого для країни! Ми разом можемо це зробити!”) [8, с. 142].

Дуже неприємно під час виступу, коли задаються “незручні” запитання, на які ми не знаємо як, або навіть не хочемо відповідати. До цього теж треба підготуватися дуже ретельно і вжити запобіжних заходів. Є такі рекомендації з приводу того, яким чином реагувати на подібні запитання:

1.Бажано мати свою людину в аудиторії.

2.Якщо знаєш, коротка відповідь.

3.Якщо не знаєш або не хочеш відповідати:

а) відкладна тактика (“Дякую! Це прекрасне запитання! Але ми повернемось до нього трохи пізніше!”)(все це доброзичливо, з мажором та радістю у голосі);

б) підміна понять (При негативному ствердженні або запереченні ви змінюєте аргумент “Так, це певна річ, дуже цікаве запитання”. І відповідаєте на запитання.)

Висновки

У кваліфікаційній роботі наведене теоретичне узагальнення та вирішення проблеми формування вміння студентів, публічно виступати у процесі професійної підготовки, що виявляється у розкритті особливостей цього процесу.

1. Центральною ланкою системи підготовки студентів є особистісна підготовка, яка інтегрує всі інші елементи цієї системи. Саме тому професійна придатність не зводиться лише до рівня академічної підготовки. Педагогові, який прагне досягти високої професійної майстерності, необхідні постійний самоаналіз, усвідомлення власних дій та вчинків, самоспостереження, здатність вести безперервний внутрішній діалог. Підготовка педагогів повинна базуватись на врахуванні індивідуальних особливостей студентів і спрямовуватись на формування і розвиток вміння публічно виступати.

2. Модель особистості фахівця у галузі психології включає важливі особистісні риси та якості, вміння володіти аудиторією, відсутність суттєвих внутрішньоособистісних проблем та особистісної тривожності, вміння проводити публічні виступи.

3. Таким чином, в нашій освіті здібності та навички ораторського мистецтва, формують в слова і фрази власних думок, надавати іншим у формі думок або суджень, не є результатом спеціального навчання. Тому навички виступати та майстерність публічного виступу приходять до людини, якщо взагалі коли-небудь приходять, в основному спонтанно, безсистемно, випадково, і перш за все не до всіх. Місцем формування навичок публічних виступів можуть стати клуби, тренінги, фестивалі, професійні свята і т.д.

4. Під час написання роботи було проведено дослідження, результати якого показали, що студенти мають уявлення про те, що таке публічний виступ, але вони виступають дуже рідко. Навіть самих основних навичок, необхідних для людини, виступаючи публічно, більшість не мають або мають, але вони були на низькому рівні. Студенти мають уявлення про

те, що таке публічне мовлення, але основних аспектів підготовки та проведення виступів вони не знають. Тренінг допоміг поліпшити ситуацію для більшості студентів, вони говорили, що формування навичок публічних виступів, в період навчання є важливим навиком, тому що потрібно захищати курсові, магістерські роботи, брати участь у різних конференціях і семінарах. І майстерності публічно виступати потребують всі, хто хоче домогтися успіху в ХХІ столітті. Таким чином, припущення, що, курс тренінгів, спрямованих на вивчення особливостей підготовки і проведення публічних виступів, може стимулювати навички публічних виступів студентів в педагогічному університеті, було виправдано. Всі навички залежать від конкретної людини, складаються з багатьох знань і навичок. Для того щоб оволодіти ними, потрібно багато працювати над собою, вивчати досвід відомих ораторів і намагатися говорити публічно якомога частіше.

Проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів проблеми формування вміння в майбутніх вчителів публічно виступати. Зокрема, подальшого вивчення чекають питання, що стосуються впливу інших форм і методів навчання та виховання на процес гармонізації Я-концепції особистості майбутніх фахівців. Саме в дослідженні цих та інших напрямків проблеми ми вбачаємо перспективи нашої подальшої роботи.

Список використаної літератури

1. Аболіна Т.Г., Єфименко В.В. та ін. Етика: навч. посібник : Київ, 2002. 218 с.
2. Алюшина Н.О., Новаченко Т.В. Психологічні механізми ефективного управлінського персоналу : навч.-метод. матеріали. Київ : НАДУ, 2013. 48 с.
3. Афанасьєв І. Діловий етикет. К., 2005. 368 с.
4. Бабич Н. Д. Культура фахового мовлення : навчальний посібник. Чернівці: Книги - XXI, 2006. 496 с.
5. Бацевич Ф. Лінгвістична генологія: проблеми і перспективи : монографія. Львів: ПАІС, 2005. 264 с.
6. Бороздіна Г.В. Психологія ділового спілкування : Підручник. М.: ИНФРА-М, 2003. 295с.
7. Ботвіна Н.В. Міжнародні культурні традиції : мова та етика ділової комунікації. Київ. 2002. 208 с.
8. Введенська А.А., Павлова Л.Г. Культура та мистецтво мови. К. 2005. 225 с.
9. Вороніна М.С. Культура спілкування ділових людей. К., 2000. 192 с.
10. Гаєвський Б.А., Палеха Ю.І. Управлінська та організаційна культура / Освіта і управління. 1998. №3. 57 с.
11. Галушко В.П. Діловий протокол та ведення переговорів. Вінниця. Нова книга, 2002. 226 с.
12. Гамова Г.І. Ораторське мистецтво : навчальний посібник. Харків : Вид-во ХарПІ НАДУ "Магістр". 2009. 70 с.
13. Гамова Г. І. Ораторське мистецтво : навч. посібн. 3-тє вид. Харків : Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2014. С. 168.
14. Гамова Г. І., Редін П. О. Публічний дискурс. Електронний навчальний посібник до дистанційного курсу. Харків, 2018. URL: <http://kbuapa.kharkov.ua/prometeus/resources/PD/index.html>.

15. Гандапас Р. І. Камасутра для оратора. Десять розділів про те, як перетворити публічний виступ на втіху. Дніпро : Моноліт, 2017. 272 с.
16. Гах І. Етика ділового спілкування. Ів.-Франківськ : Полум'я, 2002. 160 с.
17. Гельвецій К.А. Про людину її, розумові здібності та виховання. Пер. з франц. К.: Основи. 1999. 415 с.
18. Головаха Є.І., Паніна Н.В. Психологія людського взаєморозуміння. 2-е вид. зі змінами та доп. К.: Україна. Інститут соціології НАН України. 2002. 223 с. <http://i-soc.com.ua/assets/files/book/golovaha/gpcv.pdf>
19. Горшков В. Зустрічаємо гостя з Японії / Секретар-референт. № 6 (43). 2006. С. 50–53.
20. Дмитренко Г.А. Стратегічний менеджмент : цільове управління освітою на основі кваліфікованого підходу. К.: ІЗМН, 1999. 140 с.
21. Дорошенко С. І. Основи культури і техніки усного мовлення: навч. посіб. Харків: ОВС, 2002. 144 с.
22. Дробнохот М.І., Вольвач Ф.М. Екологія як навчальна дисципліна: Проблеми методології та змісту. К.: Освіта і управління. Т.1. 2007. С.13–37.
23. Жаліло Я.А., Лупацій В.С., Семеновський А.Ю. Корпоративні інтереси і вибір стратегічних пріоритетів економічної політики. К.: НІСД, 1999. 60 с.
24. Завірюха Л.А., Лавриненко О.В. Етика ділового спілкування. К.: УММБ. 2008. 110 с.
25. Загнітко А. П., Данилюк І. Г. Українське ділове мовлення: професійне і непрофесійне спілкування. Донецьк : ТОВ ВКФ “БАО”. 2004. 480 с.
26. Зархін М. Львів – глобальне місто. URL : https://zbruc.eu/node/86498?fbclid=IwAR2i5N4qDv5PxuVyCitg29akx9_LdsbQT1nP_STsuAeYBMaWXVomU4-APio.

27. Корніяка О. Мистецтво гречності. Чи вміємо ми себе поводити? К., Либідь. 2005. 96 с.
28. Крижанська Ю.С., Третяков В.П. Граматика спілкування. – К., 1999. 212 с.
29. Кубрак О.В. Етика ділового повсякденного спілкування. Суми: ВТД «Університетська книга» 2002. 208 с.
30. Кудін В.О. Якою бути нашій Україні. К., 2004. 212 с.
31. Кубрак О.В. Етика ділового спілкування та повсякденного спілкування : навч. посібник. Суми. 2002. 208 с.
32. Конівіцька Т.Я. Підготовка до публічного виступу : практичний посібник для студентів-психологів. Львів, ЛДУ ДЖД. 2019. 133 с
33. Карнегі, Д. Як виробляти впевненість у собі і впливати на людей, виступаючи публічно / Д. Карнегі. М.: «Проспект», 1989. 419с.
34. Маланюк Є. Книга спостережень. К., Атіка. 1999. 236 с.
35. Малахов В.А. Етика. Курс лекцій : навч. посіб. К. Либідь. 2002. 304 с.
36. Марк Х. МакКормак. Те, чому не навчають в Гарвардській школі бізнесу. Торонто. Нью-Йорк. Лондон. Сідней. Окланд. 1997. 219 с.
37. Мацько Л. І., Мацько О. О. Риторика: навч. посіб. Київ: Вища школа, 2003. 311 с.
38. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основи менеджменту/ Пер. с англ. К., 2003. 702 с.
39. Моїсєєв В.А. Імідж. Теорія и практика. К., 1999. 376 с.
40. Новак І., Чепелюк І., Євінтова М. Етикет державного прапора / Людина і політика. № 2. 2001. С. 41-45.
41. Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія : підручник : у двох книгах. К. : Либідь. Кн.1 : Соціальна психологія особистості і спілкування. 2004. 576 с. www.twirpx.com/file/1812798/

42. Ораторське мистецтво: Навчальний посібник для студентів вищ. навч. закл. юрид. спец. Видання друге /Н.П. Осипова, В.Д. Воднік, Г.П. Клімова та ін. За ред. професора Н.П. Осипової. Х.: Одиссей, 2006. 144 с.
43. Павлова Л.Г. Суперечка, дискусія, полеміка. К., 1991. 125 с.
44. Ю. І. Палеха. Етика ділових стосунків : навч. Посібник. К. 2002. 346 с.
45. Палеха Ю.І. Управлінське документування : навч. посібник в 2-х ч. К.: ЄУФІМБ, 2003. 505 с.
46. Палеха Ю.І. Менеджмент для початківців : навч. посібник в 2-х ч. К., 2005. 305 с.
47. Палеха Ю.І. Іміджологія : навч. посібник. К.: ЄУ, 2005. 324 с.
48. Палеха Ю.І., Тимошенко І.І. Ділові контакти з зарубіжними партнерами. К.: ЄУ. 2004. 284 с.
49. Палеха Ю.І., Кудін В.О. Культура управління та підприємництва : навч.-методичний посібник. К., 1998. 96 с.
50. Петрушин Ю.Ю., Борисов В.К. Етика бізнеса. К. 2000. 280 с.
51. Пиз А. Язык телодвижений: как читать мысли других людей по их жестам. Н. Новгород. 2003. 280 с.
52. Поуст Емілія. Американський етикет / Пер. А. Іванова. К., 1997. 580 с.
53. Пономаров О. Культура слова: Мовностилістичні поради : навч. посіб. Київ: Либідь, 1999. 240
54. Пригунов П.Я. Психологічні та етичні норми і принципи ділового спілкування з іноземними партнерами / Молодь і підприємництво. 2001. № 6. 28 с.
55. Плотницька І.М., Левченко О.П. Ораторське мистецтво : навч. посібник. Київ : НАДУ, 2011. 128 с.
56. Процко Т.Е. Етнопсихологический и староведческие аспекты в работе с иранскими студентами / Фахова підготовка іноземних громадян в Україні: Список літератури 349 сучасний стан та перспективи розвитку – 3б.

матеріалів II Міжнарод. наук.-практ. конф. Київ, 11-12 березня 2004 р. К., 2004. С. 197-199.

57. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації. Черкаси. 2011. 348 с.

58. Сербенська О. А. Культура усного мовлення. Практикум : навч. посіб. Київ, 2004. 216 с.

59. Сопер П. Основы искусства речи. Книга о науке убеждать. М. 2005. 324 с.

60. Степура А. WOW-виступ по-українськи. Ноу-хау сучасного оратора. Дніпро : Моноліт, 2018. 304 с.

61. Феррацці К. Ніколи не їжте наодинці та інші секрети успіху завдяки широкому колу знайомств. Харків. 2018. 350 с.

62. Філоненко М.М. Психологія спілкування : навчальний посібник К.: Центр учбової літератури, 2008. 224с.

63. Хміль Ф. І. Ділове спілкування : навч. посіб. Київ : Академвидав, 2004. 279 с.

64. Хоменко І. В. Еристика: мистецтво полеміки: навч. посіб. Київ: Юрінком Інтер, 2001. 192 с.

65. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. Київ: Академія, 2010. 309 с.

Додатки

Додаток А.

Методика незакінчених речень Філіпа

1. Майбутнє здається мені ...
2. Коли я порівнюю себе з іншими ...
3. Інколи мені здається, що я ...
4. Боюсь, що ...
5. Дуже хочу, щоб ...
6. Більш за все мені заважає ...
7. Якщо було б можна ...
8. Зазвичай я ...
9. Мене охоплює сильна тривога ...
10. Майбутні труднощі ...
11. Зі мною ...
12. Мені не вистачає ...
13. Я хвилююсь, коли ...
14. Я був би задоволений, якщо ...
15. Я нерідко явлю себе на тому ...
16. Я майже ніколи ...
17. Коли мені щастить, я ...
18. Мені дуже важко ...
19. Хотілось би мені перестати боятися ...
20. Я не можу ...
21. Можливі невдачі ...
22. Мої бажання і мрії ...
23. Часто я не помічаю ...
24. Коли мені доводиться чекати ...
25. Я дуже непокоюсь ...

1. В яких заходах ви приймаєте участь?
2. Чи важливий зовнішній вигляд оратора?
3. Чи хвилюєтесь ви перед виступом?
4. Чи використовуєте ви міміку під час виступу
5. Як ви ставитеся до застосування жестів під час виступів?
6. Як ви готуєте ваш виступ?
7. Які невербальні сигнали аудиторії заважають вашому виступу?

Тестова методика «Чи володієте ви аудиторією?»

Усі, кому доводиться виступати перед аудиторією, повинні мати свій спосіб спілкування зі слухачами. Їх можна розділити на дві великі групи. Представники першої підкоряють аудиторію собі. Звичайно, вони враховують її безпосередню реакцію, але вважають за краще тримати "віжки" правління у своїх руках. Не допускають вільної поведінки та виступів. Назвемо цей стиль «авторитарним».

Представники другої групи певним чином самі підкоряються аудиторії. Вони володіють більш різноманітним вибором варіантів поведінки на трибуні, спілкування, виголошення промови. Орієнтуючись на реакцію аудиторії, мають більш гнучку, «особисту» манеру спілкування. Назвемо цей тип "демократичним".

Обидва стилі мають свої переваги та недоліки. Повна незалежність від аудиторії може зробити виступаючого нечутливим до інтересів слухачів. А прагнення орієнтуватися в усьому на аудиторію може призвести до втрати авторитету і ефекту від виступу. Ви повинні самі вибрати необхідний тип спілкування залежно від свого темпераменту, характеру, індивідуальних якостей. Але знання того, до якої групи ви належите, дає можливість уникнути крайнощів. Ви можете визначити це, відповівши «так» чи «ні» на наведені питання.

- 1. Чи потрібна вам ретельна підготовка до кожного виступу залежно від характеру аудиторії, навіть якщо ви не раз виступали на цю тему?
- 2. Чи відчуваєте ви себе після кожного виступу «вичавленим», з різким падінням працездатності?
- 3. Чи хвилюєтеся ви перед виходом на кафедру чи трибуну настільки, що повинні «пересилити» себе?
- 4. Чи завжди однаково ви починаєте виступ?

- 5. Чи приходите задовго до виступу?
- 6. Чи потрібно вам три-п'ять хвилин, щоб установити перший контакт з аудиторією і змусити уважно вас слухати?
- 7. Чи прагнете ви говорити за чітко встановленим планом?
- 8. Чи любите ви рухатися під час виступу?
- 9. Чи відповідаєте ви на записки із запитаннями в міру їхнього надходження, не групуючи?
- 10. Чи встигаєте ви під час виступу пожартувати?

Якщо ви відповіли однозначно на всі запитання, то ви маєте індивідуальний стиль.

Позитивні відповіді на запитання 1,4, 5, 6, 7, 9 і негативні - на інші свідчать про те, що ви належите до авторитарного типу.

Якщо відповіді розподілилися навпаки - до демократичного. Якщо ви відповіли «ні» на запитання 2, 3, 5, значить у вас сильний тип нервової системи. Відповідь «ні» на запитання 1, 4, 6, 10 говорить про рухливість ваших емоцій.