

components of play, epigraph and dedication reflect author's tactics of epatage and attraction of reader's attention. Stage directions, which are mainly represented by representatives and descriptives in the analyzed plays, are traditional expression of author's communication with reader. As opposed to paratext elements stage directions are characterized by traditional structure and monotonous functional load.

Key words: heading, list of characters, genre definition, stage directions, reader, absurd poetics.

Маріанна Луца
(Мукачєво)

УДК 808.51

МИСТЕЦТВО ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ

У статті розглянуто особливості публічного виступу, досліджено фактори, що впливають на ефективність публічної промови, виокремлено основні особливості цих факторів, сформульовано критерії ефективного публічного виступу, а саме: цілісність образу доповідача, розширення і поглиблення інформованості аудиторії, ефективність сприйняття повідомлення слухачами, майстерність побудови промови, різними способами переконання і всілякими видами аргументації, прийомами полемічного мовлення і створення певних риторичних емоцій. Своєрідність ораторського мистецтва як засобу переконання полягає в тому, що будь-який публічний виступ має на меті викликати духовність аудиторії, певним чином вплинути на неї. Метою переконання, на відміну від інших видів впливу на людей, є передавання інформації в такій формі, щоб вона перетворилась на систему настанов і принципів особистості або істотно вплинула на цю систему. А це можливо лише за активної діяльності аудиторії, її критичного сприйняття думок оратора. Встановлюючи зворотний зв'язок, промовець залучає аудиторію до процесу спільної мислительної діяльності. Тому важливо, щоб присутні не просто погодилися з ним, а, критично осмисливши те, про що він говорить, свідомо сприйняли його інформацію. Тоді це буде вже їхній власний погляд, він відповідатиме їхнім цінностям, етичним нормам і правилам, вони керуватимуться ним у практичній діяльності.

Ключові слова: риторика, публічний виступ, доповідь, промова, промовець, повідомлення.

Постановка проблеми. Особливим жанровим різновидом мовленнєвої діяльності, своєрідним за своєю природою, місцем серед інших видів мовлення, а також якісними ознаками є публічний виступ. У ньому найповніше реалізується система мисленнєво-мовленнєвих дій – уміле використання форм людського мислення та мовних засобів вираження. Діяльність людини, професія якої пов'язана з виголошенням промов, доповідей, читанням лекцій, вимагає набуття певної вправності у виборі відповідного жанру, формулюванні теми, відбору фактичного матеріалу та послідовності його викладу, а також високої культури мовлення та спілкування в цілому [12, с. 180-181].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Кожній людині у своєму житті неодноразово доводиться виступати на публічних зібраннях. Будь-який виступ перед аудиторією обов'язково спирається на певну мету – проінформувати, отримати інформацію, переконати або створити певний настрій у слухачів. Мистецтво публічного виступу — складне мистецтво, але ви потрібно оволодіти його основами, тому що у житті кожної людини часто складаються ситуації, коли треба виступити, представити і довести свою точку зору. Тому дуже важливо навчитися прийомам, що роблять промову змістовною, правильною і красивою.

Неможливо стати оратором, не виступаючи, не тренуючись постійно. Нині виникла гостра потреба в людях особистісного типу, які вміють самостійно мислити, переконувати живим словом, спонукати до дій. Доброму промовцеві здебільшого вдавалося переконувати аудиторію, виграти справу в суді, закликати до політичних реформ і т. д. У зв'язку з цим постала потреба у вивченні законів ораторства.

Метою даної статті є дослідження публічного виступу та чинників, що на нього впливають.

Відповідно до мети дослідження поставлено такі завдання: визначити основні поняття публічного виступу; провести класифікацію публічних виступів; розглянути елементи, що безпосередньо впливають на якість публічного виступу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Теорія ораторського мистецтва досліджується і розвивається риторикою. Визначний фахівець у галузі ораторського мистецтва Л.М. Олександров, узагальнюючи існуючі визначення риторики, вважає, що: риторика – теорія ораторського мистецтва, теорія красномовства, наука про уміння говорити красно, добре, так, як потрібно в певному випадку [3, с. 125].

Риторика (красномовство) має свою історію, без знання якої важко розраховувати на успіх, тим більше педагогам, працівникам культури і мистецтва, політичним діячам. Уже в Стародавньому Єгипті, Індії, Китаї було відоме мистецтво риторики. Справжньою його батьківщиною вважається Стародавня Греція, де публічне слово мало надзвичайно велике значення [9, с. 136].

Сучасна риторика має широке застосування в найрізноманітніших ситуаціях мовного спілкування як усього соціуму, так і окремих мовців. Основними ознаками мовної культури промовця є: правильність, точність і логічність, багатство (різноманітність), чистота, доречність і ясність, виразність.

Будь-який виступ перед аудиторією обов'язково спирається на певну мету – проінформувати, отримати інформацію, переконати або створити певний настрій у слухачів [7, с. 129]. Залежно від змісту, призначення, способу проголошення й обставин спілкування виділяють такі жанри публічного виступу: доповідь, промова, виступ, повідомлення [12, с. 181]. Назва виступу повинна відповідати двом вимогам: відображати його суть, тобто в лаконічній формі висловлювати основну ідею виступу, носити рекламний характер: бути цікавою, привертати увагу.

Щодо змісту та форми виступу, окрім визначення мети, для досягнення успіху необхідно продумати його структуру; вступ (ознайомлення з проблемою, інформування слухачів про свої наміри), основний зміст (розкриття своїх поглядів на ту чи іншу проблему) і закінчення (підсумок головних концепцій та цілей) [6, с. 106-111].

Почуття аудиторії – це якість, яку неодмінно має розвивати в собі кожен виступаючий. Для цього потрібно збирати відомості про аудиторію майбутнього виступу, враховувати такі ознаки аудиторії, як її однорідність або неоднорідність, спеціальність, освітній рівень, приблизне коло інтересів, її ознайомлення з проблематикою виступу, демографічні особливості [11, с. 6].

Взаємодія з аудиторією — це спільність психологічного стану оратора і його слухачів, що викликані спільними роздумами та співпереживаннями в процесі їх сумісної інтелектуальної роботи. Вона визначається обопільною зацікавленістю й довірою одне до одного. Досвід кращих ораторів доводить, що умовами встановлення взаємодії є, як ми підкреслювали, знання оратором предмета розмови; врахування ним потреб та настроїв аудиторії; проста, жвава мова оратора; постійний зоровий контакт зі слухачами, визначення їх реакції і внесення додаткових змін як у зміст, так і в методику викладення матеріалу; намагання бачити в кожному слухачеві співбесідника, товариша, не підніматися над аудиторією; залучення слухачів з перших хвилин до сумісного активного обговорення питань. Метою оратора, смислом його діяльності є перетворення знання в переконання. Для того, щоб забезпечити успіх виступу (реалізувати мету виступу і забезпечити свій інтерес), оратору необхідно, щоб інформація була сприйнята, засвоєна аудиторією, більше того — стало б системою, частиною тих її духовних цінностей, які зумовлюють мотиви поведінки. А щоб досягти цього, оратору необхідні не тільки знання предмета розмови, а й уміння зробити так, щоб аудиторія впродовж всієї промови слухала оратора, взаємодіючи з ним [8, с. 35-36].

Публічне мовлення — це мовлення, звернене до великої аудиторії. Як слушно зазначив С. І. Бернштейн, «за характером звучання, за фізичним стилем мовлення ми робимо висновки про темперамент мовця, про його характер, свігосприйняття, настрої, зрештою, про його щирість. Бадьорість і млявість, енергія та інертність, зацікавлення й байдужість — усі ці психічні моменти, які супроводжують усне мовлення, неначе акомпанують його змісту, знаходять правильне відображення в потоці мовлення» [2, с. 109].

Щоб говорити тактовно, цікаво, своєю мовою впливати на слухачів, уміти переконати людину чи просто її розважити, уміти говорити зі знайомими чи незнайомими, з людьми, різними за віком, говорити один на один чи з учнівською аудиторією, схилити на свій бік, викликати в них інтерес, треба знати мову.

А що значить знати мову? Які критерії оцінки цього поняття?

Кожна людина повинна мати багатий словниковий запас, використовувати у своєму мовленні десятки тисяч слів. Словниковий запас, як правило, ніколи не буває незмінним. Він змінюється залежно від ситуації чи обставин. Але основні поняття залишаються назавжди.

Під час розмови за реакцією співрозмовників відразу можна оцінити ефект від сказаного. Публічна промова супроводжується мовчанням аудиторії. Ніхто не реагує репліками на висловлювання оратора, не відповідає на риторичні запитання, не висловлює підтримки, але й не засуджує оратора, якому важко з'ясувати, зрозуміли його чи ні. Тому недосвідчений промовець може розгубитися, у нього може з'явитися відчуття, що промова приречена, оскільки немає вигуків схвалення, неможливо зрозуміти, як публіка сприймає висловлене [5, с. 95-96].

Доцільним також є попередня критична самооцінка промовцем свого зовнішнього вигляду з метою завчасного усунення свідомих і несвідомих бар'єрів між ним та слухачами. Варто витратити час і підібрати найбільш відповідний до заходу костюм, щоб до розумових здібностей і напружених досягнень додати відповідний зовнішній вигляд [4].

Зовнішність є вагомим чинником успіху того, хто виступає. Зачіска, охайність рук та нігтів, макіяж, стан взуття та одягу – все це уважно фіксується і впливає на сприйняття ваших слів. Не кожен може похвалитися, що природа дала йому високий зріст, міцну статуру й грацію жестів. Але буває, що зовні непоказна людина, коли виступає, мов магніт, притягує увагу аудиторії. За кожним її жестом уважно стежать, підкоряючись ритмові її виступу. Вираз обличчя, хода, якою ви проходите до місця виступу, постава – випростана чи згорблена, ваша жестикуляція – створюють певне враження ще до того, як ви сказали перше слово. Симпатія чи антипатія до оратора формується саме в ці найперші хвилини.

Водночас треба пам'ятати, що слухачі чекають від вас чогось більшого, ніж просто "розмови на рівних", – важливих, повчальних речей. Якщо ви тримаєтеся перед ними непевно, немов перепрошуєте за те, що ви тут є і марнуєте чужий час, ваші справи кепські. Оратор повинен почувати себе володарем ситуації. Але владність полягає не в тому, щоб пригнічувати слухача своїм авторитетом. Довірливість і щирість повинні читатися на вашому обличчі з найперших моментів спілкування з людьми.

До місця промови треба йти спокійно, не бігти, не поправляти на ходу одяг чи зачісуватися й т. п. Є перевірений досвідом прийом: починати йти з півкроку, а не з широкого кроку. Пройшовши до місця, наберіть впевненої пози й починайте. Якщо вам треба прочитати текст з листка, не втуплюйтеся одразу в папірці. Огляньте людей, усміхніться. Запам'ятайте: той, хто кладе перед собою текст і читає, закликавши в одній позі, немов хоче сховатися від слухачів, справляє враження людини-магнітофона [1, с. 89].

Деякі вчені доходять висновку, що лише на 10 % людина використовує можливості свого інтелекту. Але навчитися задіяти свій мозок на повну силу зможе кожен. Як саме це зробити насамперед щодо тієї особливості людського мозку, яку ми розглядаємо, тобто пам'яті?

Алгоритм нетривалого запам'ятовування (розрахованого на кілька днів)

- спробуйте відтворити текст промови одразу ж після першого прочитання.
- повторіть текст промови після 20-хвилинного відпочинку.
- повторіть текст промови через 8 год.
- повторіть текст промови через добу, найкраще - перед сном [10, с. 9-20].

Мабуть, виступ перед аудиторією чимось нагадує битву, адже доводиться обстоювати, боронити, захищати власні погляди й переконання.

І хвилювання, і страх – найпевніші ознаки стресу. Стрес – важливий адаптивний механізм, суть якого – швидка активізація організму для мобілізації всіх сил заради подолання небезпеки та порятунку.

Хвилювання перед виступом, на думку досвідчених ораторів, є корисним [5, с. 95-96].

Отже, потрібно творчо підходити до підготовки та виголошення промови оратора, повніше і ширше використовувати свої природні дані, індивідуальні можливості, вміло застосовувати набуті риторичні навички та вміння.

Висновки дослідження. У результаті дослідження з'ясовано, що основною передумовою проведення публічного виступу є його підготовка. Таким чином, кожен, хто прагне зробити свій виступ ефективним, повинен систематично працювати над собою.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абрамович С.Д. Риторика: [навч. посібник] / С.Д. Абрамович, М.Ю. Чікарькова. – Львів: Світ, 2001. – 240 с.
2. Бернштейн С. И. Устная публичная речь и проблема ораторской радиопередачи / С.И. Бернштейн // Речевое воздействие. Проблемы прикладной лингвистики. — Москва: Наука, 1972. — С. 109.
3. Гребеньков Г.В. Юридична етика: [навч. посіб.] / Г.В. Гребеньков, Д.П. Фіолевський. – Київ : Алеута, 2004. – 209 с.
4. Казанцева О. О. Керування враженням під час публічного виступу за рахунок зовнішнього вигляду доповідача [Електронний ресурс] / О.О. Казанцева // Вісник ХНПУ імені Г. С Сковороди. Психологія. – Харків: ХНПУ, 2009. – Вип. 29. – Режим доступу: http://www/nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/VKhnpu_psychol/2009_29/08/html.
5. Коваленко С.М. Сучасна риторика: Навчально-практичний посібник / С.М. Коваленко – Тернопіль: Мандрівець, 2007. – 184 с.
6. Колісниченко Н. М. Медіанавчання суб'єктів політичної діяльності: світовий досвід та уроки для України / Н. М. Колісниченко // Наукові праці : науково-методичний журнал. – Миколаїв : Вид. ЧДУ ім. Петра Могили, 2010. – Т. 125. - Вип. 112. Державне управління. – С. 106-111.
7. Мозговий В. І. Українська мова у професійному спілкуванні: [модульний курс] / В.І. Мозговий. – [3-є вид.]. – Київ : Центр навчальної літератури, 2006. – 592 с.
8. Ораторське мистецтво: [навчальний посібник] / [Н.П. Осипова, В.Д. Воднік, Г.П. Клімова та ін.] — [2-е вид.] – Харків: Одиссей, 2006. — 144 с.
9. Погиба Л.Г. Українська мова фахового спрямування: [підручник] / Л.Г. Погиба, Т.О. Грибіниченко, Л.М. Голіченко. – Київ: Кондор, 2011. – 352 с.
10. Федоренко В.Л. Розвиток риторичних здібностей школярів у старших класах. / В.Л. Федоренко // Українська мова та література. – 2006. – №12. – С. 9-20.
11. Халин С. М. Методика публічного виступлення: [учебн. пособ.] / С. М. Халин. – [2-е изд.] – Тюмень : Тюменский гос. ун-т, 2006. – 70 с.
12. Шевчук С.В. Українська мова за професійним спрямуванням: [підручник] / С.В.Шевчук, І.В. Клименко. – Київ: Алерта, 2010. – 696 с.

Луца М. Искусство публичного выступления.

В статье рассматриваются особенности публичного выступления, исследованы факторы, которые влияют на эффективность публичной речи, выделены основные особенности этих факторов, сформулированы критерии эффективного публичного выступления, а именно: целостность образа докладчика, расширения и углубления информированности аудитории, эффективность восприятия сообщения слушателями, мастерство построения речи, разными способами убеждение и всевозможными видами аргументации, приемами полемичного вещания и создания риторических эмоций. Своеобразие ораторского искусства как средства убеждения заключается в том, что любое публичное выступление имеет цель вызывать духовность аудитории, определенным образом повлиять на нее. Целью убеждения, в отличие от других видов влияния на людей, есть передавать информацию в такой форме, чтобы она превратилась в систему установок и принципов личности или существенно повлияла на эту систему. А это возможно только при активной деятельности аудитории, ее критического восприятия мнений оратора. Устанавливая обратную связь, оратор привлекает аудиторию к процессу совместной мыслительной деятельности. Поэтому важно, чтобы аудитория не просто согласилась с ним, а, критично осмыслив то, о чем он говорит, сознательно восприняла информацию. Тогда это будет уже их собственный взгляд, он будет отвечать их ценностям, этическим нормам и правилам, они будут руководствоваться им в практической деятельности.

Ключевые слова: риторика, публичное выступление, доклад, речь, оратор, сообщение.

Lutsa M. Art of Public Speech.

The article deals with the peculiarities of public speaking, factors affecting the efficiency of public speech have been investigated, the main features of these factors have been distinguished, the criteria of effective public speech have been set, namely: integrity of the image of speaker, expansion and deepening

awareness of audience, efficiency of perception of report listeners, mastery of construction of speech in different ways of persuasion and various types of argumentation techniques, polemical speech and creation of certain rhetorical emotions. The peculiarity of oratorical art as a means of persuasion is that any public speech is intended to evoke spirituality of audience and in some way affect on it. The purpose of persuasion, unlike other types of impact on people, is transmitting of information in such form that it has become a system of guidelines and principles of personality or substantially influenced on the system at all. This is possible only with the active audience with its critical perception of the thoughts of the speaker. Setting feedback speaker is attracting an audience to the process of mental and collaborative activities. Therefore, it is important that attendee do not simply agree with him, but critically find meaning in his words and consciously perceived his information. Then it will be their own opinion according to their values, ethic standards and rules, they will follow its in practical activity.

Key words: *rhetoric, public speaking, report, speech, speaker, message.*

Статтю рекомендовано до друку
кандидатом педагогічних наук, доцентом
кафедри англійської філології та методики викладання іноземних мов
Мукачівського державного університету
В.М. Мішак

Масель Юлія
(Житомир)

УДК 811.111:81-13

СУБСТАНДАРТНІ ОДИНИЦІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ЯК ЗНАК ІЛЛОКУЦІЇ, МАРКЕР ІНТЕНЦІОНАЛЬНОСТІ ТА ЗАСІБ КОГЕРЕНТНОСТІ В ПУБЛІЦИСТИЧНОМУ ТЕКСТІ

Стаття присвячена дослідженню субстандартних одиниць англійської мови у нормативному стилі, а саме публіцистичному тексті. Розглянуто проблему зниження публіцистичного дискурсу. Проаналізовано прагматичні настанови автора повідомлення, що зумовлюють використання ненормативних одиниць в нормативній сфері. Висвітлено поняття мовленнєвого акту та зазначено підходи до його аналізу. Виокремлено складові мовленнєвого акту: іллокуцію та перлокуцію. Основний акцент зосереджено на іллокутивній силі мовленнєвого акту з використанням субстандартних одиниць. Прикладами проілюстровано види інтенцій мовленнєвого акту: інтенсифікацію емоційного стану реципієнта та образу адресата. Окрему увагу приділено наміру образу. На основі публіцистичного тексту продемонстровано, що субстандартні одиниці виступають маркерами інтенціональності в розгортанні іллокутивної сили мовленнєвого акту та являються засобами зв'язності дискурсу.

Ключові слова *публіцистичний текст, іллокуція, перлокуція, мовленнєвий акт, іллокутивна сила мовленнєвого акту, образа, докір, інтенсифікація.*

Постановка проблеми. В якості об'єкту дослідження визначено публіцистичний текст, як основна одиниця публіцистичного дискурсу, оскільки він відображає актуальні політичні, економічні, екологічні, національні та інші проблеми суспільства, а також є засобом висвітлення мовної картини певного соціуму. Тому лексичні та фразеологічні одиниці даного жанру, відповідно публіцистичного стилю, є різноманітні. Сьогочасність та орієнтація на новизну, як ключові ознаки публіцистичного стилю, зумовлюють швидкі, рішучі зміни у змісті, вираженні та приверненні уваги до публіцистичних текстів. Демократизація сфер суспільної діяльності, а зокрема зниження культури соціуму та свобода друку, що обумовлена використанням одиниць різних знижених стильових реєстрів, відобразилися на форматі публіцистичного дискурсу. Сьогодні публіцистичні тексти насичені одиницями загального та спеціального сленгу, інвективами, дискримінативами, пейоративами, інтенсифікаторами, що за словниковими позначками маркуються нерідко як грубі, вульгарні одиниці та табу. Тому на сьогодні вважаємо актуальним дослідження ненормативних одиниць, як знака іллокуції, маркера інтенціональності та засобу когерентності в нормативному прошарку – публіцистичному дискурсі.