

ЛЕКЦІЯ 13 ЕТИЧНІ ТА ПСИХОЛОГІЧНІ ВИМОГИ ДО ПУБЛІЧНИХ ВИСТУПІВ

План

1. Особливості публічного виступу.
2. Особистісний вплив промовця на характер спілкування.
3. Ораторське мистецтво промовця як умова переконання.
4. Підготовка до публічного виступу.
5. Особливості спілкування лектора з аудиторією.
6. Презентація як форма виступу в аудиторії.

1. Особливості публічного виступу.

Залежно від змісту, призначення, форми чи способу виголошення, а також обставин публічний виступ поділяється на такі жанри, як доповідь, промова, бесіда, лекція, репортаж

Доповідь ділова містить виклад певних питань із висновками і пропозиціями. Інформація, що міститься в доповіді, розрахована на підготовлену аудиторію, готову до сприйняття, обговорення та розв'язання проблем. Максимальний результат буде досягнуто, якщо учасники зібрання будуть завчасно ознайомлені з текстом доповіді. Тоді можна очікувати активного обговорення, аргументованої критики, присутніх доповнень і плідно вираженого рішення.

Доповідь звітна містить об'єктивно висвітлені факти та реалії за певний період життя й діяльності керівника, депутата, організації чи її підрозділу тощо. У процесі підготовки до звітної доповіді доповідач мусить чітко окреслити мету, характер і завдання, до кожного положення дібрати аргументовані факти, вивірені цифри, переконливі приклади, влучні і доречні цитати. Варто також укласти загальний план й усі положення та частини пов'язати в одну струнку систему викладу.

Після обговорення, доповнень і коректив доповідь схвалюють зібранням і приймають остаточне рішення, як програму майбутніх дій на подальший період.

Промова - це усний виступ із метою висвітлення певної інформації та впливу на розум, почуття й волю слухачів, логічною стрункістю тексту, емоційною насиченістю та вольовими імпульсами мовця.

Давньоримська ораторська схема: що, для чого, у який спосіб - може і нині бути визначальною для промовця. Отже, урахувавши вид промови, оратор повинен змінювати й характер виступу, і засоби, якими оперуватиме під час її виголошування.

Із промовою виступають на мітингах, масових зібраннях на честь певної події, ювілею тощо.

Мітингова промова зазвичай виголошується на злободенну тему й стосується суспільно значущої проблеми, яка хвилює широкий загал. Цей короткий, емоційний виступ розрахований на безпосереднє сприймання слухачів. Завдання оператора - виявити нові, нестандартні аспекти теми, спонукавши присутніх по-новому сприйняти уже відомі факти і реалії.

Успішність мітингової промови залежить від індивідуального стилю оратора, його вміння доречно використовувати весь арсенал вербальних і невербальних засобів спілкування та майстерності імпровізувати залежно від реакції аудиторії. Палка, заклична, актуальна, майстерно виголошена мітингова промова, як свідчить історія - дієвий чинник впливу на свідомість слухачів.

Агітаційній промові притаманні практично всі складові промови мітингової. Торкаючись актуальних суспільно-політичних проблем, активно впливаючи на свідомість, промовець спонукає слухача до певної діяльності, до нагальної необхідності зайняти певну громадянську позицію, змінити погляди чи сформулювати нові. В агітаційній промові, як правило, роз'яснюють чи з'ясовують певні питання, пропагують певні думки, переконання, ідеї, теорії тощо, активно агітуючи за їхню реалізацію чи втілення в життя.

Ділова промова характеризується лаконізмом, критичністю, спрямуванням, полемічністю та аргументованістю викладених в ній фактів. На

відміну від мітингової та агітаційної ділова промова орієнтована на логічно виражене, а не емоційно схвильоване сприйняття слухача. Частіше цей виступ не має самостійного значення, він зрозумілий і сприймається лише в контексті проблеми, що обговорюється на конкретному зібранні.

Ювілейна промова. Присвячується певній даті, пов'язаній з ушануванням окремої людини, групи осіб, урочистостям на честь подій з життя та діяльності організації, установи, закладу тощо. Якщо це підсумок діяльності - до ювілейної промови можна включати в хронологічному порядку найважливіші етапи діяльності та досягнення ювіляра, побажання подальшого плідного розвою та всіляких гараздів.

Доречна пафосність не повинна переходити в заштамповану, нудну одноманітність. Слушними в ювілейній промові будуть експромти й імпровізації, тактовні жарти та дотепне акцентування уваги слухачів на своєрідних рисах ювіляра, спогади про цікаві й маловідомі факти з його життя та діяльності. Форма та зміст ювілейної промови, попри невимушеність і дотепність її викладу, повинні морально та етично виважені промовцем, щоб не образити ні ювіляра, ні його близьких, ні слухачів.

Лекція є однією з форм пропаганди, передачі, роз'яснення суто наукових, науково-навчальних, науково-популярних та ін. знань шляхом усного викладу навчального матеріалу, наукової теми, що має систематичний характер.

Навчально-програмові лекції становлять систематичний виклад певної наукової дисципліни. Обов'язковою складовою частиною цих лекцій має бути огляд і коментар наукової літератури, акцентування уваги на ще не розв'язаних питаннях і проблемах.

Настановча вступна лекція має на меті ввести слухача в коло питань певної дисципліни, познайомити з її предметом, зацікавити слухачів подальшим вивченням запропонованого матеріалу.

Оглядові лекції, як правило, читають після вивчення всього курсу. Вони мають на меті систематизувати знання слухачів із певного предмета,

наштовхнути на подальше самостійне опрацювання якоїсь проблеми, активізувати думку.

Лекції зі спеціального курсу зазвичай призначені певній вузькій галузі науки, дослідження. Вони дають широкі можливості ввести слухачів у науку, збудити їх думку. Такі лекції значно легше побудувати як проблемні в порівнянні з навчально-програмовими.

Ця форма публічного виступу вимагає більшої офіційності й академічності викладу. Як правило, лекція має традиційно чітку структуру - вступ, основна частина, висновки.

Вступ – своєрідний заспів, зачин до теми обраної лекції, її актуальності в часі, місці й аудиторії проведення, мусить бути лаконічним, певною мірою інтригуючим. Згуртувавши й зацікавивши слухачів, лекторові слід докласти зусиль, щоб утримати їхню увагу.

В основній частині повинно буми викладено, послідовно і логічно розкрито стрижневе питання лекції з увиразненням усіх причинно-наслідкових зв'язків кожної смислово-самостійної частини.

Висновки мусять логічно випливати з усього змісту лекції: узагальнювати основне й займати близько 5% часу й обсягу всього виступу. Доречним буде у висновку й підсумковий та настановчий елемент щодо виконання певних дій. Лектор повинен бути готовий до запитань слухачів за темою виступу. Відповіді його мусять бути коректними, виваженими й лаконічними.

Виступ, як правило, не готується завчасно, а є спонтанною реакцією на щойно почуте від промовця, доповідача. У лаконічному виступі промовець може порушити одне-два питання, чи дати на них конкретну відповідь, не відходячи від тематики порядку денного.

Виступ на зборах, нараді, семінарі передбачає:

- виклад суті певного питання;
- акцентування на основному;
- висловлення свого ставлення й оцінки;
- підкреслення значущості, важливості й актуальності (чи навпаки);
- підкріплення своїх доказів прикладами (посиланнями на джерела).

Адресувати своє звернення промовець повинен не лише доповідачеві чи президії, а й до всіх присутніх, побудувавши його таким чином, щоб одержана ними інформація була зрозумілою й лягла в основу їх власних роздумів і висновків.

10 правил успішного публічного виступу

Правило №1 – ідея

Перед тим, як почати створювати текст промови, виділіть одну головну ідею, яку ви як едукатор, бажаєте донести до аудиторії. Ваша думка не обов'язково повинна бути унікальною чи інноваційною. Головне, щоб вона надихала вас і тоді ви зможете передати її іншим учасникам освітнього процесу.

Правило №2 – наскрізна тема і структура

Промова має стосуватися однієї теми або історії. Як стверджує Кріс Андерсон, куратор щорічної конференції TED, наскрізна тема – це канат, на який ви нанизуете всі елементи виступу. Кріс впевнений, наскрізна тема повинна інтригувати і містити не більше 15 слів. Аби її створити варто знайти відповіді на наступні запитання: хто цільова аудиторія, який її рівень обізнаності, чого вона очікує, чим цікавиться. Наскрізна тема допомагає побудувати структуру виступу. Найчастіше структура складається з п'яти аспектів:

вступ (знайомство зі слухачами та окреслення змісту промови);

проблематика (чому ваша тема важлива);

основна частина (факти, погляди, ваше ставлення);

практична цінність;

висновок.

Ці елементи максимально розкривають тему і при цьому не перевантажують інформацією.

Правило №3 – пояснення і переконання

Часто буває, що слухачі не являються експертами у темі, яку освітянин хоче розкрити. Поняття, які зрозумілі одному, можуть бути незнайомими іншому. У цьому випадку слід пояснювати терміни і складні процеси, використовувати метафори і надавати приклади. Розуміння учасниками освітнього процесу теми, збільшує шанси на успіх, а особливо це працює, коли метою вашого виступу є

трансформація відношення до якоїсь проблеми. Секрет переконання простий – зрозумілі аргументи, надані від сильнішого до слабшого.

Правило №4 – фактчек

Після написання промови завжди перевіряйте факти. Краще уточнити дати, імена чи місця, ніж потім виправдовуватися перед аудиторією за свою неуважність. До речі, така ситуація може викликати питання щодо вашої компетентності у заявленій темі.

Правило №5 – візуалізація

Фото, схеми, таблиці, відео, графіка – все це підкріплює слова едукатора, робить промову доступнішою і виводить її на новий рівень. Та важливо пам'ятати: відсутність слайдів краще, ніж погані слайди. Якщо немає часу на презентацію, то краще відмовитися від неї.

Правило №6 – репетиція

Відомий давньогрецький оратор Демосфен ніколи не виступав без підготовки. Він вважав, що для того аби вплинути на публіку, необхідно відпрацювати кожен фразу, підключаючи міміку і жести. Також цього правила дотримувався Стів Джобс. Кожній презентації Apple передували години репетицій. Саме репетиції дозволяють подивитися на себе збоку та перевірити чи вистачає вам відведеного часу. Записуйте виступ на телефон, щоб відмітити небажані жести, замінити важкі для вимови слова та правильно розставити паузи і акценти.

Правило №7 – одяг

Про одяг, як і про текст публічного виступу, варто подумати заздалегідь, дізнатися чи є дресс-код та як виглядає сцена аби не зливатися з інтер'єром. Найкраще одягнути щось зручне. Це додасть вам впевненості і ви виглядатимете спокійно і впевнено.

Правило № 8 – “Ні!” страху

Страх може зіпсувати навіть найкращий виступ. Перша порада, яка допоможе з ним впоратися, стосується внутрішнього настрою. Психологічний настрій має бути позитивний. Є один прийом під назвою “Ммм...”. Потрібно детально уявити, як чудово все відбувається, як проходить виступ, як усім цікаво і всі

аплодують. Вкінці подумки промовити: “Ммм, виступ”, неначе це улюблена страва.

Ще один спосіб швидко заспокоїтися – це робити дихальні вправи. Кисень надає спокій. Глибоко вдихайте діафрагмою і повільно випускайте повітря з легень.

Третій варіант зняти напругу – це привести в тонус м’язи та побороти емоційну скутість. Рухайте щелепою, робіть зарядку, жестикулюйте, присідайте, тощо.

Правило №9 – контакт

Хороший оратор має одразу ж налагодити контакт з аудиторією. Перед початком виступу огляньте зал, встановіть зоровий контакт з двома-трьома слухачами і посміхніться. Взаємний погляд синхронізує сприйняття і визначає рівень довіри. Якщо посміхнуться у відповідь, значить декілька людей вже на гачку. Важливо під час промови підтримувати зоровий контакт з глядачами з різних частин залу, так процент довіри буде значно вищим, що є чи не найважливішим фактором у роботі едукатора. Другий інструмент, який створює соціальні зв’язки – це сміх. Тому жартівлива історія за темою – це гарний спосіб зламати бар’єр між учасниками освітнього процесу, встановити взаєморозуміння та діалог.

Правило №10 – щирість

Вінстон Черчилль був впевнений, щоб зворушити слухачів, необхідно бути щирим та відвертим. Щоб когось переконати, необхідно повірити в це самому. Аудиторія завжди відчуває настрій оратора, тому будьте природніми. Не соромтеся демонструвати справжні емоції, але не перегравайте. Робіть все від душі та з душею і ваш публічний виступ обов’язково буде успішний!

2. Особистісний вплив промовця на характер спілкування.

У двосторонній взаємодії в аудиторії ініціативнішим є лектор, промовець. Він — основне джерело впливу на аудиторію.

Як суб'єкт спілкування лектор чи промовець повинен мати певні характеристики, нахил до даної діяльності, готовність до неї та включеність у неї. Це сприяє його ефективній взаємодії з аудиторією, встановленню контакту, що є додатковим позитивним фактором, бо приносить лектору інтелектуальне та емоційне співпереживання.

Останнє найчастіше викликається особистістю того, хто виступає, і сприяє підключенню уваги слухачів до проблем, що хвилюють його в цю мить, взаєморозумінню і погодженості дій обох сторін, які беруть участь у спілкуванні. Але лекторові (промовцю) при цьому варто пам'ятати, що згідно із законом про психічне зараження емоційний накал аудиторії може стати таким сильним, що недосвідчений оратор не зможе далі з нею працювати. Тому більшість спеціалістів, добре знаючи свої можливості, вважають за краще працювати в камерних умовах, і лише деякі — у великих аудиторіях.

Важливим видом контакту лектора, промовця з аудиторією є інтелектуальний. Він зводиться до того, що обидві сторони долучаються до активного розгляду проблем, розв'язуючи певні мислительні задачі. Особливо це проявляється тоді, коли людина, яка публічно виступає, начебто намагається розв'язати проблему на очах у слухачів. Тоді аудиторія погоджується чи виражає свою незгоду, схвалює чи сумнівається, але є співучасником його мислительного процесу.

Обов'язковою умовою для встановлення контакту є прийняття слухачів як рівноправних партнерів по спілкуванню. Ядром консолідації є основна ідея, що лежить в основі публічного виступу і виражає позицію оратора. Саме завдяки чіткій позиції, індивідуальності лектор, промовець викликають в аудиторії інтерес до себе і встановлюють з нею контакт. Треба не просто привернути увагу аудиторії, а й зацікавити саме тією ідеєю, яка для нього є основною.

Зовнішнім проявом того, є контакт чи ні, буде поведінка слухачів на зустрічі. Так, увага присутніх, їхні погляди та жести схвалення, тиша, що регулюється лектором, мовчання під час паузи та інше свідчать про те, що слухачі включились у спільну з ним мислительну діяльність. Тоді й він

почувається невимушено, говорить простіше, отримує задоволення від спілкування з аудиторією.

Звичайно, спілкуючись з аудиторією, лектор (промовець) несвідомо (а іноді свідомо) підкреслює деякі риси своєї особистості, щоб у людей, які його слухають, виник певний образ. Таке “самоподання” в лекційному спілкуванні відіграє велику роль, хоч треба пам’ятати, що лектор на трибуні — усе ж не актор.

Отже, ефективність спілкування з аудиторією багато в чому залежить від лектора (промовця), його особистості та поведінки. Цьому сприяють його соціально-психологічні (передусім, комунікативні) та індивідуально-психологічні якості (темперамент, характер, здібності та ін.). Але неабияке значення має те, як поводить себе людина, виступаючи за трибуною, відповідаючи на запитання, а також її зовнішній вигляд, манери, наскільки вона дотримується загальноприйнятих правил етикету. Якщо лектор їх часто порушує, не вміє з повагою ставитися до людей, у своїх судженнях не проявляє чесності та справедливості, якщо відчувається, що такі етичні категорії, як добро та любов, йому не притаманні, якщо його зовнішній вигляд та манери дратують, аудиторія не сприйматиме його і не слухатиме.

3. Ораторське мистецтво промовця як умова переконання.

Поняття “ораторське мистецтво”, або “красномовство”, має два значення:

- 1) вид громадсько-політичної та професійної діяльності, мета якої — інформувати та переконувати масову аудиторію засобами живого слова;
- 2) високий ступінь майстерності публічного виступу, мистецьке володіння словом.

Із моменту свого зародження в античному світі ораторське мистецтво вважалося ефективним засобом переконання людей. Ще 335 р. до н. е. було створено першу теорію ораторського мистецтва, що зберегла своє значення й донині. Йдеться про “Риторику” Аристотеля, в якій він визначає її як мистецтво переконуючого впливу, як здатність знаходити різні засоби впливу на кожний

предмет. Саме Аристотелю належить теза про три елементи, що в єдності становлять суть процесу публічного мовлення, — оратора, предмет мовлення та слухача, якого він називає “кінцевою метою всього”.

Блискучим оратором свого часу був Феофан Прокопович. Першим виступом, що приніс йому велику ораторську славу, став панегірик на честь перемоги над шведами. Як свідчать історичні та літературні пам’ятки, це було нове ораторське слово в Україні, не схоже на схоластичні проповіді свого часу. Воно відзначалося простотою, щирістю, образністю та переконуючим впливом. А зразком військового красномовства, наприклад, стала промова князя Святослава перед дружиною 971 р. під час облоги фортеці Доростол на Дунаї. Його слова “мертві сорому не мають” стали легендарними, хвилюють і переконують людей і сьогодні.

Ораторське мистецтво поділяється на види, пов’язані з конкретною сферою застосування: політичне, дипломатичне, церковно-богословське, військове, судове, ділове та ін. Останнім часом у нашій країні навіть утверджується парламентське красномовство. Нас цікавить академічне красномовство, яке включає в себе власне академічне (наукова доповідь, реферат, науковий огляд), вузівське (лекція), шкільне (розповідь учителя, лекція). Академічне красномовство є базою виступу, тому що публічна, масова лекція передусім є формою поширення наукових знань. Суттєва відмінність такої лекції від наукової полягає в тому, що крім наукових знань вона потребує ще й умінь їх популяризувати. У будь-якому з цих видів при всіх професійних відмінностях є єдина основа — це мистецтво, яке слугує цілям впливу на людей, зокрема переконанню. “Цінністю є не сама по собі мова оратора і не звучність його голосу, а те, наскільки він поділяє погляди народу і наскільки любить і ненавидить тих же людей, що й вітчизна” .

Складність 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 установок і принципів особистості або істотно

вплинула на цю систему. Причому промовець нерідко має справу з людьми, у яких склалась певна система поглядів і установок, до того ж не завжди правильних. Уводячи нову інформацію, він ставить за мету змінити установки та погляди людей. 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.

Мистецтво переконання набувається з досвідом за умови досконалого володіння матеріалом. Жодне красномовство не допоможе промовцеві, якщо його моральні цінності не є найвищими, знання з обговорюваного питання недостатньо повні, а він сам не переконаний у тому, про що говорить. Проте переконаність не повинна вести до зверхності, категоричності, безапеляційності. Тоді вона сприйматиметься людьми. Наведемо історичний приклад такого впливу ораторського мистецтва на людей, які були настроєні переважно вороже. Про нього розповідає Георгій Кониський у книзі "Історія русів". Реєстрові казаки спочатку не тільки не підтримали Богдана Хмельницького в боротьбі з польським військом, а навпаки, хотіли виступити проти нього. І він звернувся до казаків із такими словами: "Помисліть, брати і друзі, помисліть і розсудіть, супроти кого ви озброїлись і за кого хочете у бій з нами вступати і кров свою і нашу марне проливати? Я і товариство, котре мене оточує, є єдинокровна і єдиновірна ваша братія; інтереси й користі наші одні суть з користями і потребами вашими. Ми підняли зброю не задля користолюбства якого або порожнього марнославства, а єдино на оборону вітчизни нашої, життя нашого і життя дітей наших, а так само й ваших! Всі народи, що живуть на світі, завжди боронили і боронитимуть вічно життя своє, свободу і власність... Пощо ж нам, браття, бути нечулими і волочити тяжкі кайдани рабства в дрімоті й ганебному невільництві ще й по власній землі своїй? Поляки, котрі озброїли вас супроти нас, суть спільні і непримиренні

вороги наші; вони вже все забрали у нас: честь, права, власність і саму свободу розмови і віросповідання нашого; залишається при нас саме життя, але й те ненадійне і нестерпне самим нам, та й що то за життя таке, коли воно переповнене журбою, страхами і повсякчасним відчаєм?... Згадайте принаймні недавні жертви предків ваших і братії вашої, зраджених підступністю та запроданством і закатованих поляками найнечужанішим варварством... І тії мученики, що безвинно потерпіли, волають до вас із гробів своїх, вимагаючи за кров їхню відомщенням і викликають вас на оборону самих себе і отчизни своєї”. Ледве завершив Хмельницький слово своє, постало заворушення у війську і зчинився гамір, яко дух бурхливий; всі стали волати: “Готові вмерти за вітчизну і віру православну! Повелівай нами Хмельницький, повелівай і провадь нас, куди честь і обов’язок наш кличуть”.

Вершиною майстерності промовця є його імпровізація, творчість на очах у присутніх. А це може бути тільки тоді, коли виступу передувала глибока, кропітка, нерідко багаторічна праця промовця. Тоді такий виступ оцінять і запам’ятають слухачі, бо спілкування в аудиторії відбуватиметься на високому рівні його культури і принесе насолоду обом сторонам: і тій, що промовляє, і тій, що слухає.

Але іноді, навіть тоді, коли промовець володіє ораторською майстерністю, частина з присутніх в аудиторії людей однаково залишиться при своїй думці. Оскільки вони рівноправні з людиною, яка виступає, то хотіли б також висловитися, навіть посперечатися. І таку можливість їм треба надати. Це спілкування, звичайно, має бути тактовним з обох сторін.

4. Підготовка до публічного виступу.

Основні етапи підготовки промови

Серед суб'єктивних причин невдалого виступу чи не найперша – невдала підготовка до виступу. Успішна промова ж, як правило, потребує попередньої підготовки, 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.

Отож, 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.*

Вибір теми. 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.

Інколи тему промови підміняють її об'єктом. Наприклад, пропозиція висловитися про сучасну українську культуру не є власне темою. Це саме об'єкт уваги. Бо ж культура – поняття широке: його становлять і науковість викладання, і потреба слухачів у матеріалі, і висвітлення окремих галузей (література, живопис, музика тощо). Перелічені конкретні питання – це тематика, що відбиває в своїй сукупності багатогранний і складний об'єкт уваги. Тема завжди конкретна, стосується одного питання. Інша справа, що слід виділяти в межах однієї теми ще й так звані підтеми. Наприклад, лекцію про екологічну чистоту середовища можна розвивати на таких підтемах. як чистота повітря, чистота води, чистота продуктів, соціальна та особиста гігієна людини тощо. Всі ці моменти слід добре продумати. Коли промовець не уявляє, що конкретно він хоче сказати, не варто розраховувати на позитивний результат.

Обираючи тему, перш за все потрібно виходити із свого особистого досвіду, а також знань по цій темі. Окрім того, важливо, щоб тема являла інтерес для вас і ваших слухачів.

Отже, при **визначенні теми виступу потрібно враховувати наступні моменти:**

1. Обирайте тему, яка відповідає вашим знанням і інтересам.

По-перше, подумайте про ті галузі знання, в яких ви маєте особливий досвід або теоретичну підготовку. По-друге, поспілкуйтесь на яку-небудь цікаву тему зі своїми товаришами чи друзями. По-третє, зверніться до книги. Продивіться довідники, свіжі журнали і газети.

2. Підбирайте доречну тему.

Настрій аудиторії залежить від місця і часу. В аудиторії він один, в приватному житті – інший. В побутовій ситуації слухачі сприйматимуть як досить природну річ те, що в аудиторії їм може здатися нецікавим, смішним, шокуючим.

3. Обирайте тему, яка відповідає аудиторії.

Тема повинна бути досить цікава, досить важлива, досить зрозуміла для слухачів. Для того, щоб вирішити, чи буде вона відповідати цим вимогам, необхідно мати уявлення про рівень знань слухачів, їх виховання, вік, особливі інтереси.

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.

Існують такі поняття, як тема "розкрита" та тема "не розкрита". Тема "розкрита", коли матеріал їй відповідає, коли основна думка промовця зрозуміла, коли вона доведена. Бажано, щоб тема мала точки зіткнення з іншими темами, апелювала до вже відомого слухачам.

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?

Для того, щоб отримати чітке уявлення про те, чого ви добиваєтесь, викладіть письмово ваш намір у формі цілого речення. Потрібно також мати на увазі, що мету виступу слід формулювати не тільки для себе, але й для своїх слухачів. Чітке визначення цільової настанови полегшує сприйняття ораторської промови, певним чином налаштовує аудиторію.

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.

Певним чином можливе і злучення цих цілей. Наприклад, розважальна промова іноді не обійдеться без інформації і навіть без елементів впливу. Промова, яка спонукає до дії, не буде мати успіху, якщо вона не цікава, не надихаюча, не переконлива. Але оратор повинен ясно уявляти собі, яка ж із загальних настанов є переважною, і у відповідності до цього будувати свою промову.

В той час як загальна мета визначає, якої реакції ви хочете добитися, конкретна чітко показує, що слухач повинен знати, почувати і робити. Вона виражена в самому змісті промови.

Збирання матеріалу. 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 з них. 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. В методичній літературі визначені основні джерела, з яких можна черпати нові ідеї, цікаві дані, факти, приклади, ілюстрації для своєї промови. До них відносяться:

- офіційні документи;
- наукова, науково-популярна література;
- довідникова література: енциклопедії, енциклопедичні довідники, довідники з різних галузей знань, лінгвістичні довідники, бібліографічні покажчики. Ці джерела доцільно використовувати для дискусій, тематично обмежених і базованих на загальноновизнаних авторитетних даних;
- художня література;
- статті з газет і журналів. Для поточної інформації можна користуватися статтями зі звичайних журналів. За більш свіжою інформацією і за матеріалом з питань, що мають місцеве значення, потрібно завжди звертатися до газет, хоча зібрані в них дані менш надійні і солідні, ніж дані, які містяться в книгах або журналах;
- результати соціологічних досліджень;

– статистичні дані.

Обсяг даних, які є в цих посібниках, не може не вражати.

Щоб виступ вийшов змістовним, краще використовувати не одне джерело, а декілька.

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.

Внутрішніми передумовами плідної підготовчої роботи є:

– самоопитування ("В чому причина, яка дія факту?", "Яка суть, головна думка того, що я повинен повідомити?" і т.ін.). Постановка питань самому собі є засобом активізації думки. Якщо є запитання, то існує і відповідь;

– передумання станів – роздуми вголос і прослуховування "внутрішнього голосу". Обравши час, ми звертаємось "в себе", потім знову висловлюємо наші думки уже вголос. Ця зміна станів зазвичай веде до з'ясування думки;

– терпляча, систематична робота над текстом, поєднання частин, раціональна організація матеріалу і ефективна розробка визначень. Регулярна робота веде до більшого успіху.

Робота над конспектом. Єдина мета записів – 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.

При роботі над конспектом необхідно дотримуватись наступних правил:

1. Користуйтеся повними реченнями. Існує два найбільш вживаних засоби складання конспекту: короткий запис одних тільки найменувань пунктів і запис закінчених речень. Перший полягає в більш чи менш систематизованому злученні слів і окремих висловів, що викликають в уявленні оратора закінчену думку. Такий прийом з успіхом можуть застосовувати досвідчені оратори, які завдяки практиці і знанню предмета в змозі повністю утримувати в пам'яті весь ряд промови.

2. Використовуйте загально визнаний спосіб визначень.

Визначення повинні вказувати на головну, або підлеглу роль розділу. Кожне визначення повинно бути розміщено в конспекті у вигляді ясного абзацу.

3. Розміщуйте розділи у відповідності з їх взаємозалежністю.

4. Уникайте суджень складних і з різним змістом.

5. Користуйтеся твердженнями, уникайте запитань.

Головна слабкість запитальних формулювань в конспекті полягає в тому, що вони не вказують на своє відношення до головної і підлеглої тези. З одного боку, саме по собі запитання – не теза, яка підлягає доведенню, тому що в ній нічого не стверджується. З іншого боку – воно не може бути опорою для головної тези, тому що не містить певної констатації.

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. 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.

Складання плану. Перш ніж розпочати роботу над композицією своєї промови, необхідно визначити порядок, за яким буде викладався 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 відображує особисте визначення оратором теми виступу і підходу до даної проблеми, 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 н постійно уточнюється.

Характерною особливістю робочого плану є те, що він являє цінність для самого оратора, тому що його пунктами бувають не тільки закінчені речення, але і незакінчені, а також словосполучення і навіть окремі слова.

На основі робочого плану складається *основний план*.

Цей план не стільки для оратора, скільки для слухачів.

Формулювання пунктів основного плану повинні бути чіткими і ясними. 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, входять вступ та висновки.

Цитатний план подібний до простого, але замість непоширених речень тут вживаються цитати, які виражають суть даного речення

5. Особливості спілкування лектора з аудиторією.

Спілкування один на один виступає як діалог і характеризується певною інтенсивністю. Тут немає часу на роздуми, тому в процесі індивідуального спілкування можливі конфлікти, де обидві сторони використовуючи засоби спілкування повинні намагатися знайти взаєморозуміння. Перевагою індивідуального спілкування є можливість зосередитись на ідеях партнера.

Публічний виступ – це монолог. В процесі такого спілкування аргументація менеджера набирає диктату. Складність такого спілкування полягає в тому, що відсутній зворотній зв'язок. Спільні риси:

- Відкритість до спілкування – для цього менеджер повинен вміти слухати себе і дотримувати якості відкритості до спілкування.

- Етика критики і самокритики: вона має три напрями “зверху”, “знизу”, ”самокритики”.
- Критика “зверху” немає перешкод, але врахуйте вік, стать, темперамент. Критика “знизу” має перешкоди і у керівництва формується негативне відношення до критикуючого. Сприйняття критики “ знизу” ступінь зрілості керівника. Критику слід розглядати, як могутній засіб впливу на людей, а саме: не принижуйте гідність людини, не доводьте до конфлікту, не переслідуйте за критику, не критикуйте в п’ятницю: за вихідні слухи про суперечку поширяться, кількість співчуваючих теж, і в понеділок людина приходиться без бажання працювати краще, бажано критикувати перед обідом або в кінці робочого дня (людина має час об’єктивно оцінити свою поведінку, зрозуміти аудиторію і допомогти).
- Визначення і дотримання часу зустрічі. В понеділок проходить адаптація до наступного тижня, тому цей день кращий для перенесення зустрічі, а не для проведення. В п’ятницю не починати нових справ.
- Вміло використовувати владу і тип темпераменту.
- У виступі підкреслити позитивні моменти колективу, або працівника після похвали лише слухати критику.
- Враховуйте емоційний стан співбесідника і аудиторії.

Правила:

- 1.** Щиро цікавитися іншими людьми (докладаючи зусиль, часу і енергію для завоювання друзів)
- 2.** Посміхайтесь. Існує формула (настрій - ПП)
- 3.** Пам'ятайте, що ім'я людини самий солодкий і важливий для неї звук.
- 4.** Будьте хорошим слухачем (стимулюйте, заохочуйте інших піклуватись про себе) явний скандаліст і критик пом'якшується в присутності терпеливого слухача і мовчить в період його гніву.
- 5.** Як зацікавити людей?
- 6.** Як завоювати симпатію людей?:
 - Завжди запевняйте своєму співбесіднику значимість його особистості.

- Давайте іншим те, що хотіли би отримати від інших. 3. Вчитися в кожної людини.

Десять правил вміння слухати:

- Перестаньте говорити.
- Допмагайте співрозмовнику відкритися до спілкування.
- Продемонструйте, що ви готові слухати.
- Усуньте роздратовуючі моменти, не стукайте по столу, не перекладайте папери, не малюйте.
- Співпереживайте співрозмовнику.
- Будьте терпеливі: не економте час, не перебивайте, не крокуйте до дверей.
- Стримуйте емоційний характер і роздратованість - надає словам емоційний зміст.
- Не допускайте спорів і суперечок (перемога в спорі це поразка).
- Задавайте питання, які стимулюють співрозмовника і свідчать про те, що ви його слухали.
- Перестаньте говорити. Щоб слухати необхідні обидва вуха: перше сприймає зміст, друге чуттєво відображує його.

Дев'ять правил дотримування яких дозволяє впливати на людей не викликаючи в них почуття образи:

- Починайте з похвали і визнання гідності співбесідника.
- Вказуйте на помилки не прямо, а опосередковано.
- Спочатку говоріть про власні помилки, а потім критикуйте співбесідника.
- Задавайте співбесіднику питання замість наказів.
- Давайте людям можливість спасти свій престиж.
- Не скупіться на похвалу, виражайте подяку за конкретний успіх.
- Створюйте людям хорошу репутацію, яку вони будуть намагатися виправдати.
- Заохочуйте, створюйте враження, що помилка, яку ви хочете бачити виправленою легко виправимо.

- Досягайте взаєморозуміння, спонукайте людей до бажання працювати краще.

Ораторське мистецтво виступаючого забезпечено мовою, яка виконує три функції:

- суб'єкту комунікації;
- риторика (зміст) повідомлень;
- об'єкту комунікації (отримувач).

Мова як відбитки пальців свідчить про два фактори:

- ступінь самоствердження;
- впевненості в собі.

Критерієм ефективності мови є певні вирази. Так фраза з 10-13 слів сприймається найкраще, з 18-25 задовільно, більше 25 слів не сприймається. Змістовне навантаження несуть не тільки слова, але і тональність, гучність, модуляція і темп вимови. Публічний виступ забезпечується такими елементами:

1. Пояснення:

- передбачає чітке пояснення проблеми на базі теорії семантики.

2. Розуміння:

- обґрунтування причинно наслідкових зв'язків проблеми.

3. Інструментальний аспект:

- передбачає використання теорії соціально психологічних наук, щодо зменшення суперечок і стресів.

Риторика вимагає побудови дослідів з трьох частин:

- початок (вступ);
- кульмінація;
- завершення.

Логіка виступу забезпечується так званими логічними мостами, тобто переходу від одної думки до іншої за допомогою таких методів:

- роздуми, від загально закономірних до часткових;
- зворотній, від часткових до загальних факторів;

- концентричний метод – вступ побудований навколо одного центру питань і ситуаційного підходу в менеджменті;
- ступеневий – це послідовне розкриття проблеми починаючи від більш простої до більш складної;
- хронологічний – за історичними датами або біографіями;
- проблемний виклад (інтелектуальний).

Виступ менеджера будується за допомогою таких правил:

- риторичні питання на які слухачі мовчки погоджуються;
- повторення не менше чотирьох раз;
- градація – це розташування слів в якому кожне наступне речення виразніше більш емоційне ніж попереднє;
- антитеза(протиставляння окремих слів з різним значенням, що забезпечує менеджеру об'єктивне судження, і схиляє слухача на певну точку зору;
- переконання слухачів (теза, доказ, демонстрація).

Публічний виступ передбачає такі етапи:

- підготовка;
- безпосередньо виступ;
- очікуваний результат виступу.

Підготовка включає: написання доповіді, зовнішнє оформлення приміщення, зовнішній вигляд виступаючого і жести.

Доповідь прочитати перед виступом не менше шести раз.

6. Презентація як форма виступу в аудиторії.

Уміння представляти проекти (презентації), звітувати, переконувати, якісно інформувати аудиторію є досить важливою складовою професіограми майбутнього фахівця. Презентація - спеціально організоване спілкування з аудиторією, мета якого переконати або спонукати її до певних дій. Презентацію здійснюють через три канали: вербальний - те, що я говорю; вокальний - те, як я говорю; невербальний - вираз очей, жести, рухи. Вплив на аудиторію суттєво посилюється завдяки володінню вокальним і невербальним засобами.

Презентація може бути успішною і неуспішною. *Успішна* - це презентація, під час якої досягнуто поставлену мету; неуспішна - аудиторію не вдалося переконати, підсумком стало розчарування як аудиторії, так і презентатора.

Основними причинами неуспішної презентації є:

1. нездатність подолати хвилювання перед великою аудиторією;
2. недоліки у плануванні й підготовці презентації;
3. погано організований, неструктурований зміст;
4. недостатній контакт з аудиторією;
5. неуважність до деталей;
6. відсутність відчуття часу;
7. неефективне використання наочних засобів;
8. перевантаження інформацією.

Важливим для успіху презентації є її планування.

План презентації

1. Мета і завдання презентації.
2. Тема і предмет презентації.
3. Аудиторія, на яку спрямована презентація.
4. Початок і тривалість виступу.
5. Місце проведення презентації.

Сучасному фахівцеві часто доводиться готувати і виголошувати публічні виступи як у межах своєї установи, так і поза нею. Ефективній підготовці сприяють засоби PowerPoint, що є складовою пакета Microsoft Office. Вони дають змогу за допомоги комп'ютера досить швидко підготувати набір слайдів, що супроводжує виступ. Цей набір називається презентацією.

Слайди можна подати як у чорно-білій гамі, так із використанням різних кольорових схем і видів оформлень, створених як професійними дизайнерами, так і автором презентації.

Слайди можуть містити: текст, таблиці, діаграми, рисунки, відеокліпи, звуковий супровід тощо.

Розрізняють такі види презентацій:

Презентація за сценарієм - це традиційна презентація зі слайдами, доповнена засобами показу кольорової графіки й анімації з виведенням відеоматеріалу на великий екран або монітор.

Використання анімаційного тексту в поєднанні з діаграмами, графіками та ілюстраціями дає змогу зосередити увагу слухачів на основних твердженнях і сприяє кращому запам'ятовуванню інформації. Озвучує матеріал зазвичай сам ведучий.

Інтерактивна презентація - це діалог користувача з комп'ютером. Користувач приймає рішення, який матеріал для нього важливий, і вибирає на екрані потрібний об'єкт за допомоги миші або натисненням на клавіші. У цьому випадку видається інформація, на яку є запит.

Інтерактивна презентація дає змогу здійснювати пошук інформації, заглиблюючись в неї настільки, наскільки це було передбачено розробником презентації. Така презентація захоплює користувача і утримує його увагу.

Автоматична презентація - це закінчений інформаційний продукт, перенесений на відеоплівку, дискету, компакт-диск і розісланий потенційним споживачам з метою виявлення їхньої зацікавленості.

Навчальна презентація призначена допомогти викладачеві забезпечити зручне і наочне викладання теоретичного і практичного матеріалу.

Навчальні презентації переділяються на такі види:

1. презентації-семінари;
2. презентації для самоосвіти;
3. презентації-порадники.

У навчальних можуть використовуватися всі інші види презентацій. Успіх будь-якої презентації, незалежно від її мети, типу, теми, складу аудиторії, визначається умінням доповідача презентувати свій задум.

Структурні компоненти презентації

- *Експозиція* - це встановлення миттєвого контакту з аудиторією, створення атмосфери доброзичливості, утримування уваги та спонукання інтересу

до теми презентації. Вона повинна бути короткою, захопливою, оригінальною.

- *Вступ*, якому відводиться 5-10% від перебігу всієї презентації, можна умовно переділити на 2 блоки: початок і вступ. Завдання - встановлення (якщо не вдалося під час експозиції) чи закріплення контакту з аудиторією, виклад лаконічних зауважень стосовно теми презентації.

Вступна частина презентації передбачає такі етапи:

- 1) привітання, вступні зауваження;
- 2) пояснення мети презентації;
- 3) огляд основних етапів презентації, використання допоміжних засобів;
- 4) пропозиція ставити запитання після або під час презентації.

Вступ повинен допомогти аудиторії знайти відповіді на такі запитання, як: Що я почую, побачу?, У якій послідовності я це почую?, Чому це мені буде цікаво?.

Основна частина - це серцевина виступу, плануючи яку доцільно виокремити ключові положення, переходи-зв'язки. Будь-яке велике повідомлення для того, щоб бути засвоєним, повинно містити один, іноді два і зрідка три пункти (ключових тез). Це дозволяє логічно структурувати матеріал, аби він був зручним для сприймання.

Основна частина становить 70-85 % презентації. Завдання її - схарактеризувати ситуацію, подати можливі засоби для її покращання й обов'язково запропонувати власний варіант її реалізації - кульмінація презентації. При цьому варто спонукати аудиторію до прийняття рішень і дій, вказавши на переваги своєї пропозиції.

Залежно від типу презентації за цільовим критерієм (*інформаційна, спонукальна, переконлива*), різняться і методи розгортання презентації: інформаційна презентація послуговується хронологічним, географічним чи просторовим, індуктивним, причинно-наслідковим, дефініційним викладом; спонукальна та переконлива - методами індукції, дедукції, аналогії, причинно-наслідкового зв'язку чи за певною схемою (теорія і практика, обов'язок і вигода, факт і його практичне значення). Здебільшого використовують змішаний тип

композиції, за якого презентатор комбінує різні методи викладу матеріалу, що дозволяє зробити структуру основної частини більш оригінальною.

Для роботи на цій стадії доповідачеві необхідно уміти аналізувати ситуацію та поведінку аудиторії, пояснювати матеріал і аргументувати викладену думку.

- *Резюме* підсумовує сказане, ущільнює зміст і свідчить про те, що презентація наближається до завершення.
- *Висновок* - вихід з контакту, завершення спілкування. Це не тільки висловлення подяки за увагу, а ще одна фінальна спроба переконати аудиторію, тобто досягти мети презентації. Висновок має бути виразним, коротким й обов'язково оптимістично-мажорним.

Відомо, що промовця слухають більш уважно на початку й наприкінці презентації, це називають "законом краю". Продумуючи експозицію та висновок, важливо виявити почуття міри, бо занадто яскравий, образний початок зобов'язує витримати цю тональність упродовж усієї презентації.

Способи завершення презентації: неочікуване завершення, резюме, жарт, оптимістичний або спонукальний заклик, заклик до дії, комплімент на прощання, висловлення вдячності.

Презентація не закінчується тоді, коли все викладено, а коли сказали про її завершення.