

# ПСИХОЛОГІЧНІ НАУКИ

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-12-76-53>

УДК 159.9:35

Бобко Л.О., Кузьмінець О.В.,  
Михайліцька Х.А., Патійчук Ж.Д.

Львівський національний університет імені Івана Франка

## ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ

**Анотація.** В статті проаналізовано основні психологічні аспекти публічного виступу. Розвинені навички публічного виступу є обов'язковою умовою подальшого успішного кар'єрного зростання. Було проаналізовано головні психологічні аспекти, які використовуються в публічному виступі. Було надано основні рекомендації щодо успішного публічного виступу. Проаналізовано механізми впливу на аудиторію: зараження, переконання, а також соціальні установки аудиторії та вплив на реципієнтів залежно від соціальних установок аудиторії. Вивчення психології публічного виступу – це важлива частина для вдалої взаємодії з аудиторією. Доведено, що для побудови вдалого публічного виступу варто слідувати практичним прийомам, які є важливими засобами в промовах різних видів. Вдале застосування цих правил забезпечить високий рівень монологу оратора та аудиторії і залишить хороші враження від промови.

**Ключові слова:** публічний виступ, аудиторія, оратор, реципієнт, спілкування, контакт.

Bobko Larysa, Kuzminets Olya,  
Patiychuk Janna, Mykhailitska Khrystyna  
Ivan Franko National University of Lviv

## PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF PUBLIC SPEAKING

**Summary.** It has been analyzed the main psychological aspects of public speaking in the article. Developed public speaking skills are required to achieve success in the career growth. The main psychological aspects that are used in public speaking were analyzed. Basic recommendations for successful public speaking were provided. The mechanisms of influence on the audience are analyzed: infection, beliefs, as well as social settings of the audience and influence on the recipients depending on the social settings of the audience. Studying the psychology of public speaking is an important part of successful interaction with the audience. Knowledge of the most important aspects will help achieve the goal of the person who speaks – to convince the public of your views and beliefs. The purpose of persuasion, unlike the flaws of other types of influence on people, is to convey information in a reasoned, evidence-based manner that it becomes a system of principles and attitudes of the individual. It is proved that in order to build a successful public speaking, you should follow practical techniques that are important tools in speaking of different kinds. Successful application of these rules will ensure a high level of speaker and audience monologue and leave a good impression of speech. Knowledge of the most important aspects will help achieve the goal of the person who speaks – to convince the public of your views and beliefs. For most people, speaking to an audience seems like a difficult task. Hundreds of years of people are worried about the problem: how to express their thoughts with the utmost clarity, ease and clarity. We are not born with the ability to speak to the public, but we learn this, so the task of the speaker is to master and master the psychological aspects of public speaking, which will help to achieve the desired result. Public communication while meeting certain requirements, which is realized by speaking and listening to the audience, involves active thinking and mnemonic activity of people, concentration and focus of their attention, interest in the process of receiving and processing information.

**Keywords:** public speaking, audience, speaker, recipient, communication, contact.

**Постановка проблеми.** Публічний виступ – це особливий жанр різновиду мовленнєвої діяльності, своєрідний за своєю природою. У ньому найповніше реалізується система мисленнєво-мовленнєвих дій – уміле використання форм людського мислення (логічно-образного) та мовних засобів вираження. Успішні публічні виступи є одним з каталізаторів успішного переконання аудиторії. Вдала взаємодія з аудиторією – те, що може значно підвищити авторитет людини, яка здійснює ці виступи. Проте, погана підготовка до виступу, відсутність психологічної налаштованості ставлять під загрозу успішний виступ, який підкреслює імідж як особистості, так і певної організації, від імені якої особа здійснює виступ.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Психологічні аспекти публічного виступу ана-

лізувати такі вчені та науковці: І. М. Плотницька, О. П. Левченко, Н. О. Алюшина, Н. В. Струпинська А. Колесников, Л. Столяренко, А. Урбанович, Д. Маєрс. В їхніх наукових статтях та дослідженнях було розкрито теоретичні аспекти психології публічних виступів.

Незважаючи на значний доробок науковців, ряд питань потребують детальнішого доопрацювання.

### Мета статті:

- розгляд психологічних аспектів в загальному значенні;
- дослідження психологічних аспектів успішного виступу;
- висвітлення особливостей спілкування з аудиторією.

**Виклад основного матеріалу.** Публічне спілкування, що реалізується через мовлення лектора, промовця, передбачає активну мисли-

тельно-мнемічну діяльність людей, концентрацію і спрямованість їхньої уваги, інтерес до процесу прийняття та обробки інформації. Тому, психологічні та етичні аспекти публічного виступу потрібно розглядати через таку призму, як встановлення контакту з аудиторією. Для цього слід розуміти, які види уваги є у людини для кращого її привернення.

Першою з них, є мимовільна увага, тобто увага, що виникає у процесі взаємодії людини з навколишнім середовищем без її свідомого наміру і без будь-яких вольових зусиль із її боку. Наступна – довільна увага, яку особистість свідомо викликає, спрямовує і регулює. І завершальною є післядовільна увага – увага, що виникає на основі інтересу до процесу діяльності, яку якраз і потрібно викликати промовцю в аудиторії. Завдяки правильному і доцільному конструюванню початку виступу, оратору легше буде викликати необхідну увагу аудиторії.

Публічний виступ – це монологічне, усне висловлення з метою здійснення впливу на аудиторію. Залежно від змісту, призначення, форми чи способу виголошення, а також обставин, публічний виступ поділяється на такі жанри, як доповідь, промова, бесіда, лекція, репортаж.

Головною складовою ораторського мистецтва є публічна промова. Вона становить елемент мовної діяльності, яка з'являється в ході спілкування між оратором і публікою. Публічна мова необхідна для інформаційного впливу на аудиторію і переконання у своїх поглядах. Публічні виступи включають в себе промову тексту або діалог та містять такі ознаки: індивідуальна структура тексту, логічне завершення.

Перед початком промови витримують невелику психологічну паузу – 5-7 секунд.

Перша фраза має бути продумана, підготовлена заздалегідь і добре вивчена. Не можна запинатися з першої ж фрази виступу чи задумуватись над тим, з чого ви почнете, – такого оратора аудиторія одразу вважатиме невпевненим, некомпетентним. Перша фраза має бути чіткою й зрозумілою слухачам.

Надалі, зберігання зацікавленості слухачів є більш складним завданням, але з використанням певних способів подальше утримання уваги значно полегшиться.

Існують спеціальні методи красномовства, які допомагають скласти чіткий і зрозумілий текст, максимально наближений до мети. Методи красномовства розроблені багато століть тому, вони містять загальні правила публічного виступу.

Красномовність полягає у вживанні коротких, зрозумілих для аудиторії фраз. Головна функція оратора полягає в донесенні до аудиторії корисної, достовірної інформації. Методи або прийоми впливу на слухачів не повинні порушувати їх права. Але далеко не завжди психологічні особливості публічного виступу відповідають вимогам етики [2, с. 254].

Не рекомендується «розтягування» промови перед великою аудиторією, оскільки увага людей легко розсіюється. Перед тим, як виступати перед публікою, слід навчитися розрізняти її емоційний настрій.

Психологія публічного виступу побудована таким чином, що від структури готового тек-

сту, вживання, фраз, які закликають до дії, залежить кінцевий результат виступу. На важливій інформації слід наголошувати тільки спочатку і в кінці промови. Така специфіка побудови необхідна для успішного і ефективного донесення матеріалу, тому що увага публіки в ці періоди є максимальною.

Мова оратора повинна відповідати нормам етикету. Культура публічного мовлення, що дотримується при будь-яких умовах, вважається необхідним елементом публічного виступу.

Ці правила є обов'язковою умовою виступу оратора. Побудова публічної промови залежить від виду, складу аудиторії, її діяльності і самого оратора. Прийоми і правила виступів визначаються під час підготовки промови. Тільки постійне тренування дикції, щоденні вправи допоможуть досягти успіхів і визнання публіки.

Існують деякі психологічні особливості публічного виступу. Вони полягають в спілкуванні між оратором і аудиторією, впливають з діалогу між ними. Відношення двох сторін комунікації носить об'єктивно-суб'єктивний характер, виступає в якості спільної діяльності або співпраці.

Мова оратора має свою специфіку і передбачає: Зворотню реакцію аудиторії. Протягом вимовлення промови оратор може спостерігати за реакцією людей на його слова, спостерігати за зміною настрою публіки. Окремі слова, питання, міміка слухачів допомагають зрозуміти, який їх настрій і бажання. Завдяки наявності зворотного зв'язку, з'являється можливість підкоригувати свою промову. Вона дозволяє перетворити монолог в діалог, встановлює зв'язок з публікою.

Усне мовлення. Особливістю усної публічної промови полягають в налагодженні живого діалогу між учасниками. Важливим моментом виступу є організація мовлення для найбільш легкого розуміння і сприйняття. Усний публічний виступ дуже ефективний, адже, на відміну від письмового, дозволяє засвоїти до 90% інформації.

Зв'язок літератури та усного мовлення. Перед виступом оратор готує і обмірковує свою промову, використовуючи наукову, художню або публіцистичну літературу. Уже перед публікою він перетворює заготовлений текст в цікаву і яскраву промову, яку зможе зрозуміти будь-яка людина. Лише під час виступу оратор вибудовує пропозиції, враховуючи реакцію оточуючих, тим самим переходячи від книжкового тексту до розмовного стилю.

Засоби спілкування. В ораторській діяльності використовуються різні прийоми впливу і засоби спілкування між учасниками. Це вербальні та невербальні засоби: міміка, жести, інтонація. Важливу роль відіграє культура публічних промов і дотримання етики [8, с. 104].

Андрій Колесников, генеральний директор та провідний бізнес-тренер Power Lexis виділяє головні психологічні аспекти, які використовуються в публічному виступі [5]:

- сильний початок, що приваблює увагу аудиторії;
- динаміка виступу;
- робота з простором та рух;
- робота голосом;
- використання емоційно забарвлених слів;
- жестикуляція;

- робота з презентором та суфлером;
- робота з широкою цільовою аудиторією;
- незвичайна демонстрація продукту (якщо презентується певний товар).

Як і початок, кінець виступу має бути стислим, зрозумілим, заздалегідь продуманим. Кінцеву фразу потрібно заздалегідь продумати та сформулювати словами. Її, як і першу фразу, треба підготувати так, щоб виголосити без замінки, чітко й зрозуміло. Заклучна фраза повинна бути сказана емоційно, трохи повільніше та багатозначно, щоб аудиторія добре зрозуміла її й одночасно зрозуміла, що це завершення вашого виступу.

У публічних виступах різних жанрів деякі з наведених загальних вимог можуть виявлятися різною мірою: наприклад, зрозумілість головної думки більш важлива в переконуючих виступах, ніж в розважальних, стислість важливіша в інформаційних, ніж в деяких видах протокольно-етикетних виступів, емоційність у протокольно-етикетних виступах може бути вищою, ніж в інформаційних, де емоції потрібні значно менше тощо.

Ще одним дуже важливим аспектом є реакція слухачів на виступ. Реакція аудиторії дозволяє оратору визначити стратегію спілкування і способи подачі матеріалу. Перевірити аудиторію на гнучкість, готовність до несподіваних, а іноді і парадоксальних висновків допоможе методика продовж фразу: якщо ніхто не намагається завершити загальновідомий вислів, наведене оратором, це свідчення ригидної (негнучкою) аудиторії. І навпаки, жарти, нестандартні зауваження є показником гнучкості аудиторії, її готовності до контакту з виступаючим. Досвідчений оратор помічає ставлення аудиторії, виділяє чуйних слухачів і адресує свою промову насамперед їм. Водночас в певних ситуаціях оратор повинен вмійти і дистанціюватися від аудиторії, не даючи вивести себе зі стану рівноваги.

Після виступу оратор часто відповідає на питання слухачів, полемізує з ними. Така форма спілкування жадає від оратора швидкої реакції, доброзичливості, володіння гумором. Відповідь доповідача призначається не тільки опоненту але і всім присутнім.

Методика ораторського мистецтва рекомендує не квапитися з відповіддю, а спочатку переконатися, що питання правильно зрозуміле; відповідати лаконічно, ясно і не давати необґрунтованих чи сумнівних відповідей; мати під рукою довідковий матеріал для тих, хто хоче одержати більш докладне обґрунтування ваших припущень.

Психологічні аспекти публічного мовлення становлять основу професіоналізму політика, юриста, викладача, управлінця. Знання основних принципів та правил ораторського мистецтва впливають на комунікативно-виконавську майстерність фахівця у будь-якій галузі. Особливо це актуально для державних службовців, які обіймають керівні посади. Також важливо мати навички ділової комунікації, яка складається зі знання основ риторики, ведення дискусії, проведення різноманітних публічних заходів. Саме ці навички є обов'язковою умовою подальшого успішного кар'єрного зростання.

Великого значення в цьому контексті набуває культура мови та спілкування, яка виступає критерієм комунікабельності та комунікативної компетентності [1, с. 7].

В цьому допоможуть психологічні вимоги до аргументів, а саме:

- емоційна значимість

Емоційність – обов'язкова вимога до публічного виступу, абсолютно необхідний його елемент. Слухачі повинні відчувати, що ви говорите емоційно, схвилювано, що вам самому небайдуже те, про що ви говорите. Виступ в жодному разі не повинен бути монотонним.

Однак емоційність повинна бути саме стриманою. Не можна не погодитись з відомим американським спеціалістом з риторики П. Сопером, який писав, що слухач відчуває почуття незручності при виді емоційного розгулу оратора. Згадаємо відомий гоголівський вислів про одного вчителя-оратора, який при розповіді про О. Македонського так розійшовся, що зламав стілець: «Олександр Македонський, звичайно, велика людина, але навіть ж стільці ламати?» У зв'язку із цим краще наводити факти, які викликають у слухачів емоції, ніж самому говорити занадто емоційно.

- зрозумілість

Стиль виступу повинен бути переважно розмовним, побудований у формі невимушеної бесіди. У цьому як раз і полягає розмовність стилю виступу. Поль Сопер писав: «Публічна промова повинна мати якості гарної співбесіди з деякими поправками стосовно голосу, манер і теми для повної відповідності ситуації виступу». Ця ж ідея висловлена й Д. Карнегі: «Гарний виступ – це перш за все тон розмовний і щирий, дещо акцентований. Говоріть на засіданні об'єднаного благодійного фонду так само, якби ви розмовляли з Джоном Генрі Смітом. Адже члени фонду – не що інше, як сума Джонів Генрі Смітів». Розмовність ораторського виступу суттєво підвищує довіру до оратора, а значить – і до змісту його промови.

- авторитетність

Як показали численні експерименти, проведені психологами, в людей закріпилося усвідомлення покірності авторитетам. Дійсно, беручи до уваги поради авторитетних осіб, ми отримуємо реальні практичні переваги: дозволяємо собі бути автоматично слухняними і механічно, не задумуючись, виконувати вимоги авторитета (начальника, 75 керівника, батьків, товариша, визнаного знавця, вченого тощо). У багатьох ситуаціях це раціонально, особливо, якщо авторитетна особа – спеціаліст у певній галузі. Небезпечність такої поведінки полягає в тому, що в більшості випадків люди не здатні критично оцінювати розпорядження керівників, не піддають сумніву помилкові накази, починають сліпо їх виконувати. Досить часто люди реагують не на авторитет, як такий, а на його символи, якими вважаються титули, одяг, особисті речі, марка автомобіля тощо [9, с. 70].

- стислість

Дуже важливо дотримуватись відведеного регламенту, вкладатися у відведений час. Стислі виступи розглядаються більшістю слухачів в аудиторії як більш розумні, більш правильні, які містять правдиву інформацію. Потрібно вчитися говорити стисло. Гарну пораду з цього приводу

дав своєму сину американський президент Франклін Делано Рузвельт. Пояснюючи сину, як потрібно виступати публічно, Ф. Рузвельт дав йому три поради: «Будь щирим, будь стислим, сідай».

Варто звернути уваги також на психологічні аспекти успішного виступу.

Перш за все, оратор повинен мати добре поставлений голос. Від цього значною мірою залежить успіх передачі змісту, спрямованого до слухачів. Неможливо передати глибину змісту, впливати на аудиторію емоційно й естетично слабким, монотонним голосом.

Мова має бути збалансованою за темпом. Квапливість зазвичай спричинена боязкістю оратора. Млявість в мовленні теж неефективна, оскільки породжує байдужість до теми виступу. Дуже повільне читання призводить до ослаблення сприйняття: паузи, що виникають між словами, накладають на кожне слово додаткове смислове навантаження, а це ускладнює сприйняття інформації.

Слід звернути увагу на словниковий склад мови. Думки мають бути сформульовані так, щоб відповідати запасу знань слухачів і деякою мірою характеру їх очікувань – соціальних установок.

Потрібно звернути увагу на те, що велика кількість слів-паразитів («це», «якийсь», «цей самий», «ось», «так би мовити», «значить», «ну», «як би» тощо) особливо часто з'являється тоді, коли лектор хвилюється. Емоційне напруження оратора спотворює його мову, що негативно діє на слухачів.

Варто говорити коротко. Ще стародавні ритори застерігали від довгих фраз, оскільки вони погано діють на слух аудиторії й на дихання оратора. Цицерон стверджував, що найбільше з достоїнств оратора – не тільки сказати те, що потрібно, але й не сказати того, що не потрібно. Немає потреби переконувати, що вислів: «Прийшов, побачив, переміг» кращий, ніж «Спочатку прийшов, потім побачив і після цього переміг».

Висловлюйтеся точніше. Чим конкретніша мова, тим яскравіше зорові уявлення. Бажано в мові частіше застосовувати прямі звертання. Такий прийом сприяє активізації мислення слухачів, оскільки вони безпосередньо залучаються до розв'язання висловлюваних проблем.

Тільки за наявності емоційного зв'язку оратора зі слухачами виступ буде успішним. Серед мовних засобів, що сприяють встановленню контакту, чільне місце посідають мовні етикетні формули. Виступ починається звертанням до слухачів вітальними словами, а закінчується найчастіше лаконічною фразою: «Дякую за увагу».

Слід прислухатися до аудиторії, оскільки причина вашого виступу – вони. Виступ має значення лише тоді, коли аудиторія його зрозуміла. Тому слід тримати контакт із аудиторією. Варто стежити, як вас сприймають: дивляться на вас, на стелю, на годинник чи у вікно. Реагують на ваші жарти чи ні. Варто спостерігати, як слухачі сидять: нахилившись до вас чи відкинувшись на спинки стільців [6, с. 293].

Найдавніший механізм впливу – це зараження, цей механізм являє собою передачу певного емоційно-психічного настрою від однієї людини до іншої, та заснований на апеляції до емоційно-несвідомої сфери людини (зараження панікою,

роздратуванням, сміхом і т. д.). Ефект залежить від ступеня інтенсивності емоційного стану людини, яка впливає на аудиторію (оратор) і кількості слухачів. Чим вищий емоційний настрій оратора, тим сильніший ефект. Число людей повинно бути достатньо великим, щоб виникало відчуття єдності з натовпом під впливом емоційного трансю оратора [4, с. 68].

Механізм переконання також заснований на апеляції до несвідомого, до емоцій людини, але вже вербальними, словесними засобами, причому оратор не повинен бути в емоційному трансі, а повинен бути в раціональному стані, впевнений і авторитетний. Переконання засноване, головним чином, на авторитетності джерела інформації, якщо авторитет непереконаливий, то переконання приречене на провал. Переконання носить вербальний характер. Дуже велика роль інтонації голосу (90% ефективності залежить від інтонації, яка виражає переконливість, авторитетність, значущість слів). Сугестивність – ступінь піддатливості навіюванню, здатність до некритичного сприйняття інформації, що надходить до реципієнта. Сугестивність у людей різна. Вона вища у людей зі слабкою нервовою системою, а також у людей з різкими коливаннями уваги.

Переконання апелює до логіки, розуму людини, передбачає досить високий рівень розвитку логічного мислення. Історично переконання як засіб впливу стало застосовуватися в соціальній практиці значно пізніше, ніж почав діяти механізм зараження. Це природньо, оскільки необхідність критичного освоєння, свідомого прийняття або неприйняття надходить з зовнішніх джерел і передбачає досить високий рівень інтелектуального розвитку людини [2, с. 381].

На підвищення ефективності переконання впливають такі умови:

- вміння встановити контакт, викликати довіру;
- витримка, терпіння і такт;
- вміння доводити, роз'яснювати, спростовувати;
- подача нових ідей так, щоб вони асоціювалися з уже засвоєними;
- особиста переконаність, щирість;
- забезпечення однакового розуміння термінів, понять і висловів, які використовуються сторонами;
- облік індивідуальних і вікових особливостей убеждаемого і психології малої групи [1, с. 16].

Для того, щоб спілкуватися з аудиторією, при цьому справляючи позитивне враження як оратора, слід дотримуватися деяких особливостей:

1. У момент виступу бажано дивитися на аудиторію і журі (якщо воно наявне), звертатися безпосередньо до слухачів.

2. Іноді корисно зупинити погляд на окремому слухачі, частини аудиторії, якщо помітно їх особливе участь в матеріалах вашого виступу.

3. Мова оратора повинна бути впевненою, простою і приємною для сприйняття аудиторією, живою (з відповідними інтонацією, м'якістю звучання та ін.).

4. Темп мови повинен бути комфортним для вас і для аудиторії (оптимальний темп – 60-70 слів за хвилину).

5. Оратору варто якомога більш вільно володіти матеріалом, що дає можливість впевнено спілкуватися з аудиторією (з опорою на тези, конспект).

6. У процесі виступу звертатися до презентації та до її змісту.

7. Поза повинна бути відкритою для спілкування: руки і ноги не схрещеними, плечі опущеними, мускулатура розслабленою.

8. Жести не повинні бути відсутніми, але і не повинні бути надмірними (вони повинні бути обома руками, від себе, від душі).

9. Яскраву і живу міміку бажано використовувати адекватно ситуації, але, в той же час, варто стежити, щоб ваше обличчя не було беземоційним.

10. Підтримувати увагу наявності в тексті прикладів з життя, метафор, цікавих фактів, риторичних запитань та ін.

11. Використовувати в процесі виступу невеликі паузи для залучення і перемикавання уваги слухачів [8, с. 183].

Варто також зробити акцент на зовнішньому вигляді. Одяг повинен бути охайним, чистим, комфортним і, бажано, не новим. Можливо, у вашому гардеробі є такий одяг, який використовується саме в ситуаціях публічного виступу. Зачіска і взуття повинні бути органічні, комфортні і зручні (необхідне для зачіски і взуття можна взяти з собою).

Буде плюсом заздалегідь дізнатися, за яких обставин буде проходити виступ – у залі, кабінеті, чи є там кафедра, стіл, мікрофон, необхідне для презентації обладнання.

В момент закінчення виступу, бажано коротко резюмувати, узагальнити сказане, загострити увагу на проблемі і її вирішенні короткими тезами. Можна закінчити свій виступ доречними для ситуації притчею, слоганом або закликком, відео або фото-фрагментом на слайді та ін. (виразних засобів не повинно бути багато). Якщо у аудиторії або журі постало питання, необхідно уважно і до кінця вислухати його, подякувати за запитання, і, якщо доречно, зробити комплімент за гарне питання, яке наштовхнуло на більш роздуми.

Не варто поспішати з відповіддю і, якщо необхідно, переконалися, що питання зрозумілий правильно (можна перепитати). Відповідати на питання слід лаконічно, ясно і по суті, не давати необґрунтованих чи сумнівних відповідей, можна використовувати доречний ситуації гумор.

Варто пам'ятати, що відповідь на питання може задати будь-хто з присутніх в аудиторії. За відсутності відповіді на питання, не треба панікувати, необхідно ввічливо в цьому зізнатися (наприклад, «на жаль, на даний момент, я не зможу дати відповідь на поставлене запитання, оскільки не замислювався про це раніше», «можливо, в подальшому це може бути продовженням нашого дослідження» та ін.). Проаналізувати свій виступ, визначити, що вийшло добре, над чим необхідно попрацювати, що врахувати при підготовці подальших виступів перед аудиторією [6, с. 356].

Крім того, на всіх етапах публічного виступу (від підготовки до завершення), треба враховувати дані соціальної психології. Соціальна поведінка людей визначається не тільки життєвим досвідом і конкретною ситуацією, але також сформованими установками. Соціальна установка – це стан психонервової підготовленості, що формується на основі досвіду, і здійснює динамічний вплив на реакції індивіда щодо всіх об'єктів і ситуацій,

з якими він пов'язаний. Кожна установка має три елементи: когнітивний (знання), афективний (сильні емоції), поведінковий (форма поведінки). Установка – це схильність індивіда до оцінки. Соціальні психологи вивчають вплив переконання, спостерігаючи дію різних факторів в спрощених, легко контрольованих експериментальних умовах. Існує два способи переконання: прямий і непрямий.

Прямий спосіб переконання – переконання, що має місце, коли зацікавлена аудиторія зосереджує всю увагу на сприйнятливих аргументах. Науковці Річард Петті і Джон Качоппо вважають, що цьому способом переконання найкраще піддаються люди з аналітичним складом розуму. Вони покладаються не просто на привабливість звернень, що переконують, але також і на свою когнітивну реакцію. Переконаливі при цьому не тільки самі аргументи, але і роздуми, що ними протистимульовані. І коли ці роздуми досить глибокі, будь-яка знову сприйнята установка має більше шансів витримати атаки заперечень і вплинути на подальшу поведінку [3, с. 67].

Непрямий спосіб переконання – це переконання, що має місце в тому випадку, коли на людей впливають випадкові чинники, і коли не потрібно апелювати до розуму, свідомості. Цей спосіб впливу використовує натяки, які схиляють до схвалення без роздумів. Наприклад, замість чіткої інформації про товар реклама сигарет просто пов'яже цей товар з уявленнями про красу і задоволення або просто з красивим фото. Навіть у осіб з аналітичним складом розуму попередня думка іноді формується на основі непрямого переконання, що говорить про те, що обидва способи в більшій чи меншій мірі впливають на всю аудиторію.

Використання того чи іншого способу переконання залежить від ситуації, мети публічного виступу. Прямий спосіб, без сумнівів, є більш агресивним, ніж непрямий. Від використовується для того, щоб кожен окремий реципієнт та аудиторія в цілому почали діяти в потрібному для оратора напрямку. Непрямий, навпаки, є більш м'яким, і його доречно використовувати для того, щоб діям реципієнтів передували більш детальні роздуми, аналіз того, до чого переконує оратор.

**Висновки з даного дослідження та перспективи.** Для вдалого публічного виступу слід дотримуватися багатьох психологічних аспектів та особливостей спілкування з аудиторією. Головними аспектами є: сильний початок, що приваблює увагу аудиторії, постійна динаміка виступу, робота з простором та рух оратора, робота голосом, використання емоційно забарвлених слів, жестування, робота з презентором та суфлером, робота з широкою цільовою аудиторією, незвичайна демонстрація певного продукту. До психологічних аспектів успішного виступу можна віднести лаконічність, чіткість та точність мовлення, відсутність «слів-паразитів», утримування емоційного, вербального та невербального контакту з аудиторією, а також відповідність лексики оратора сподіванням реципієнтів. З головних особливостей спілкування з аудиторією було розглянуто прямий та непрямий способи переконання. Використання того чи іншого способу переконання залежить від ситуації, мети публічного виступу.

**Список літератури:**

1. Алюшина Н.О., Новаченко Т.В. Психологічні механізми ефективного управлінського персоналу : навч.-метод. матеріали. Київ : НАДУ, 2013. 48 с.
2. Гамова Г.І. Ораторське мистецтво : навчальний посібник. Харків : Вид-во ХарРІ НАДУ "Магістр", 2009. 70 с.
3. Дейнеко Є.В. Теоретичні аспекти ефективності публічного виступу. *Механізм регулювання економіки*. 2011. № 3. С. 12–15.
4. Майерс Д. Социальная психология. СПб. : Питер, 1999. 688 с.
5. Петти Р., Качопшо Д. Зависимость реакций на количество и качество аргументов от актуальности проблемы: центральный и периферийный пути к убеждению (1984) / Пайнс. Э., Масляч К. Практикум по социальной психологии. СПб. : Питер, 2000. С. 62–78.
6. Плотницька І.М., Левченко О.П. Ораторське мистецтво : навч. посібник. Київ : НАДУ, 2011. 128 с. URL: [http://academy.gov.ua/NMKD/library\\_nadu/Biblioteka\\_Magistra/f3e7888f-ebb4-4698-a3cd-10840df8d3a2.pdf](http://academy.gov.ua/NMKD/library_nadu/Biblioteka_Magistra/f3e7888f-ebb4-4698-a3cd-10840df8d3a2.pdf) (дата звернення: 10.12.2019).
7. Средства и методы психологического воздействия информации на человека. URL: <https://whatisgood.ru/theory/media/sredstva-i-metody-psixologicheskogo-vozdeystviya-informacii-na-cheloveka/> (дата звернення: 10.12.2019).
8. Столяренко Л.Д. Основы психологии. № 3, переработанное и дополненное. Ростов-на-Дону : «Феникс», 2000. 627 с.
9. Урбанович А. А. Психология управления : Учебное пособие. Мн. : Харвест, 2003. 640 с.

**References:**

1. Alyushina, N.O., & Novachenko, T.V. (2013). Psihologichni mehanizmi effektivnogo upravlinskogo personalu. Navch.-metod. materiali [Psychological mechanisms of effective management of the staff]. Kyiv: NADU. (in Ukrainian)
2. Gamova, G.I. (2009). Oratorske mistetstvo. Navch. posibnyk [Public speaking]. Kharkiv: Vyd-vo KharRI NADU "Mahistr". (in Ukrainian)
3. Deineko, Y.V. (2011). Teoretichni aspekty effektivnosti publichnogo vistupu [Theoretical aspects of the efficiency of public speeches]. *Mehanizm rehuliuannya ekonomiky*, vol. 3, no 3, pp. 12–15. URL: [http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/e114\\_60/e114dajn.pdf](http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/e114_60/e114dajn.pdf) (accessed 10 December 2019).
4. Myers, D. (1999). Sotsialnaya psihologiya [Social psychology]. SPb.: Piter. (in Russian)
5. Petti, P., & Kachoppo, Dzh. (2000). Zavisimost reaktzii na kolichestvo i kachestvo argumentov ot aktualnosti problemy: tsentralnyy i pereferiyny puti k ubezhdeniyu (1984) [Dependence of the reaction on the quantity and quality of the agility from the relevance of the problem: central and peripheral ways to conviction (1984)] / Payns. E., Maslach K. Praktikum po sotsialnoy psihologii. Spb.: Piter, pp. 62–78. (in Russian)
6. Plotnitska, I.M., & Levchenko, O.P. (2011). Oratorske mistetstvo. Navch. posib. [Public speaking]. Kyiv: NADU. (in Ukrainian)
7. Sredstva i metody psihologicheskogo vozdeystviya informatsii na cheloveka. Nauchi horoshemu [Means and methods of the psychological impact of information on humans. Teach the good]. URL: <https://whatisgood.ru/theory/media/sredstva-i-metody-psixologicheskogo-vozdeystviya-informacii-na-cheloveka> (accessed 10 December 2019). (in Russian)
8. Stolyarenko, L.D. (2000). Osnovy psihologii, № 3 [Basics of psychology]. Rostov-na-Donu: Feniks. (in Russian)
9. Urbanovich, A.A. (2003). Psihologiya upravleniya: Uchebn. posobyie [Psychology management]. Minsk: Harvest. (in Russian)