



Софийски университет „Св. Климент Охридски“
Философски факултет
Специалност „ПОЛИТОЛОГИЯ“
Учебна дисциплина
„ПОЛИТИЧЕСКИ ДОКУМЕНТИ“
Преподавател: СТРАХИЛ ДЕЛИЙСКИ

ТЕМА ПОЛИТИЧЕСКАТА РЕЧ – ХАРАКТЕРИСТИКИ И СТРУКТУРА

Анотация: Политическата реч като документ от организационния мениджмънт и политическия маркетинг.

ПОЛИТИЧЕСКИ РЕЧИ

Словото е най-важният инструмент на политика в борбата му за последователи, за влияние, за спечелване на умовете и сърцата на гражданите. Стременията за постигане на политическо лидерство често се демонстрират чрез речи, а речите допринасят за осъществяване на тези стремения. Важни политически решения са вземани под въздействието на убедителни политически речи. Умението да говорим добре пред публика, в т.ч. в политиката, не е нещо, което ни е дадено просто от природата. Известна е максимата, че поетът се ражда, а ораторът се създава.

Изкуството на политическото слово може да се овладее, но за това е нужен сериозен и системен труд. Всеки, който мисли, че поради умението си да се изразява свободно, може да излезе на трибуната без подготовка, ще сгреша. Липсата на предварителна подготовка най-често води до бързина и до безсъдържателни излияния. Всички политици, които се отнасят сериозно към професията и призванието си, винаги са готвили особено грижливо своите речи, макар и по правило да са ги произнасяли напълно свободно. Трябва да се има предвид, че не съществува някаква “вълшебна”, общовалидна техника за подготовка на политически речи. Мнозина натрупват собствен опит и развиват личен стил. Но все пак могат да се формулират определени, извлечени от практиката, съвети и препоръки.

За да е убедителна една политическа реч още преди началото на подготовката трябва да има яснота по ред въпроси. Без да сме свършили това, не можем да очакваме, че ще подготвим и произнесем добра политическа реч.

Целта на речта: Защо говоря?

Първият от тези въпроси е какво искаме да постигнем чрез своята реч. Който предприема пътуване, трябва да знае целта. Който подготвя реч, трябва да знае какво иска да постигне с казаното. Всяка една реч в политиката търси определен резултат, иначе от нея няма полза. Една възможна цел на политическата реч е по-скоро да информираме слушателите – за политическа позиция, за оценка на събитие и пр. Главната цел е да се съобщят на слушателите определени сведения или знания. Специфично за тези речи е, че те са насочени предимно към разума на слушателите, а не към техните чувства. За съдържателна основа на такъв род слова може да послужи старата римска схема: “Какво, защо, по какъв начин?” Но дори и когато само “информираме”, ние по правило се опитваме да повлияем на публиката.

Това е и другата възможна цел - да убедим слушателите в нашата позиция - нещо, което почти винаги е цел на политическите речи. Речта, чиято цел е да убеди слушателите, се стреми също

така да ги мотивира към определена насока на дейност, към промяна на мненията и нагласите им. Този род слова се наричат мотивиращи и обикновено са насочени и към разума, и към чувствата.

Третата възможна цел е да подтикнем слушателите към определени действия – също характеристика на целта именно на политическите речи. Най-трудното е да се подтикнат слушателите към някакво действие. В историята има много примери за разпалване чрез политическото слово на желание за действие – включване във война, избухване на революция, масово гласуване и пр. И в нашето компютъризирано и технизирано време устното слово за пазва своето въздействие – особено в политиката. Както преди, така и сега хората могат да бъдат както мотивирани, емоционализирани, просвещавани, така и фанатизирани чрез словото.

Четвъртата възможност се крие в целта да забавляваме публиката, за да спечелим нейното благоразположение. Тя, разбира се, не е типична цел на една политическа реч, но наличието на подобни елементи може да направи и словото в политиката по-достъпно и запомнящо се.

Всъщност една наистина добра реч трябва да съчетава всички цели – и да информира, и да мотивира и подтиква към действие, и да създава определено настроение на слушателите. Във всеки конкретен случай обаче трябва да си определите какво искате да постигнете с вашата реч, какъв резултат очаквате.

Слушателите: Пред кого говоря?

Никоя политическа реч не може да постигне целта си, ако не е успяла да увлече, убеди и мотивира слушателите. За да стане това обаче тя трябва да е разработена именно с оглед на публиката. Ораторът още преди подготовката на речта трябва да е в състояние да си представи добре слушателите и да може да се постави на тяхното място.

Изискванията към оратора могат да бъдат твърде различни от гледна точка на състава на слушателите. Едно е например, когато говорите пред симпатизанти, друго е, когато публиката е резервирана към вас. Едно е, когато публиката се състои от хора, които имат определени знания по темата, друго е, когато те са само повърхностно информирани. Едно е, когато публиката се състои предимно от млади хора, друго е, когато доминират възрастните. Недостатъчната предварителна информация за публиката може да ви донесе големи неприятности. Затова е задължително навреме да се информирате за състава на слушателите, да разкриете техните очаквания и да се съобразите с тях в своето изложение. В хода на подготовката наречта трябва също да прецените какви общи неща имате със слушателите, какви проблеми и трудности ги занимават.

Добрият оратор винаги формулира тезите си от гледна точка на слушателите, на техните интереси и нужди, а не се стреми да постави на преден план собственото си превъзходство. Той например не би използвал формулировката “Казвам ви, че пенсиите не са повишавани три години”, а ще предпочете “включване на слушателите” – “Всеки път, когато получавате пенсията си, виждате, че с тези пари може да се купят все по-малко неща. И така е вече три години.» За тази цел обаче също трябва предварително да знаете интересите и нагласите на публиката.

Познаването на слушателите ще ви позволи и да използвате съответни данни, примери, разкази, които да ви сближават, да формират общност между оратора и публиката – една от най- сигурните рецепти за добра реч.

Примерните въпроси, на които задължително трябва да сте си отговорили преди началото на работата по речта, могат да бъдат обобщени така:

- От какви хора е съставена публиката (възраст, образование, професии)?
- Какви са очакванията им от речта?
- Какви знания имат по темата и какви емоции са развили по нея?
- Засяга ли темата личните им интереси?
- Имали ли са неприятни изживявания в тази връзка?
- Какво е отношението им към оратора?

По правило ораторът не може да повлияе на тези външни фактори, но трябва да ги знае и да се съобрази с тях при подготовката и произнасянето на речта. Само така тя наистина ще достигне до слушателите

Мястото: Къде говоря?

При предварителната подготовка трябва да се съобразите и със средата, при която се произнася речта. Добре е предварително да сте посетили мястото, а ако това не е възможно, поне да сте събрали достатъчно достоверна информация за него. Познаването на мястото (помещението), на неговата атмосфера облекчава подготовката на речта и често дава идеи за първоначалния контакт с публиката.

Темата и посланието: Какво искам да кажа и какво искам да се запомни?

Задължителните параметри, по които трябва да сме наясно по отношение на темата, по която ще говорим, са:

- точна формулировка на темата
- кои главни проблеми и аспекти трябва да се засегнат
- какви материали ще са нужни
- какво знаят слушателите по темата
- какви оценки преобладават сред публиката по темата

Макар и често темата на речта да изглежда ясна предварително, при всички случаи трябва да помислим, можем ли да я конкретизираме с оглед на целта ни, на слушателите и на конкретната ситуация. Колкото по-фокусирана е една тема, толкова по-добре.

Важно е да си изясните и значимостта на темата (за съответната публика) Колкото по-значима е тя, толкова по-лесно ще намерите пътя към слушателите

Обикновено темата е свързана с определени проблеми. Добре е да сте наясно решими ли са тези проблеми и какво ще предложите вие. Простото описание на проблема, колкото и

драматично да е то, няма да е достатъчно да спечелите публиката, а ще изглежда и безотговорно.

Най-добре за една успешна реч е да свържете темата с едно ясно послание. Посланието е ядрото на една реч. То е това, което остава, ако започнем да махаме всичко по-маловажно. Около него се изгражда цялата . Без него рискуваме да подготвим реч, която ще е без своята “червена нишка” и само ще обърка публиката. Не започвайте работа, без да сте определили посланието. Това не е формалност, а най-същественният елемент на вашата реч. Щом го определите, всичко ще тръгне по - лесно. Фактите, данните, примерите ще се подредят около него.

Важна част от реториката още от древността е правилното структуриране на речта И днес, за да е убедителна и въздействаща, една политическа реч трябва преди всичко да е добре структурирана. Липсата на ясна и логична структура веднага се забелязва от слушателите. Дори и най-опитният оратор не може да мине без предварително подготвена структура на своята реч. Добре е във вашия план да фигурира хронологичното разпределение на речта – времетраенето на отделните нейни части – за да можете при произнасянето да следите времето и да се контролирате.

Практиката показва, че е най-добре и политическата реч да е изградена в тези три традиционни части:

въстъпителна (уводна) част (А) 15% от общото време

основна част (съдържание) (Б) 75%

заключение (В) 10%

Този най-общ ориентир трябва да се прилага от гледна точка на целта на речта и на слушателите. Защото и в това отношение няма никакви общовалидни правила, които да се прилагат във всички случаи. Целта, слушателите, темата, моментната ситуация могат да изискват и специфично подреждане на една реч. «Правилна» е тази структура, с помощта на която сте постигнали целта си, убедили сте слушателите. Често при политическата реч, чиято цел е да убеждава и да води, да стигне и до емоциите на слушателя, се използват структурни форми, създадени в областта на търговската реклама. Известна в това отношение е например формулата AIDA, развита в американската психология на рекламата и използвана най-напред в търговския маркетинг:

Формулата AIDA

Attention (Внимание)

Interesting (Възбуждане на интереса)

Desire (Желание)

Action (Действие)

В първата ѝ част (А) се привлича вниманието на слушатели-те, така че те да чуят какво предстои да им се каже. Във втората част (I) темата се представя като интересна и важна за публиката. В третата част (D) се подчертават предимствата за слушателите, свързва се предложението с техните желания и интереси. В заключителната част (A) на публиката се предлагат конкретни изпълними решения, които да доведат до исканото от нас действие

Тази формула има и своя съвсем кратък и експресивен вариант, наречен “Hey – You – Why – What”:

Hey (обръщат се към слушателя)

You (за тебе става дума)

Why (защо трябва да се случи или направи нещо)

What (какво точно да се направи)

Целта и в двата случая е да се използва такава (ясна и за слушателя) структура, която най-пряко ще ни доведе до изпълнение на поставената цел – да убедим публиката да ни последва, да стори това, което ѝ предлагаме

С оглед на политическата реч бихме могли например да използваме и следната структура:

Мотивация, представяне

Описание на ситуацията

Цел

Примери за действие; алтернативи

Решение

При реч с цел убеждаване с успех може да се използва диалектичката структура:

А: Теза

Б: Антитеза

(собствените възгледи) (отхвърляните възгледи на опонента)

В: Синтез

Необходимото заключение (което може да се състои и в компромис)

Да повторим още веднъж - нито един от тези примери не е рецепта при всички възможни случаи. Не бива буквално да ги следвате, без преди това да сте изяснили целта си и типа слушатели и да сте стигнали до извода, че точно това е подходящата структура на речта ви.

Наред с необходимостта от изграждане на политическа реч ато цялост, от особена важност е да умеем добре да структурираме отделните части на всяка реч

Уводът

Опитът показва, че отношението на слушателите към оратора и към темата се формира още в началото на речта. Доказват го и многобройни изследвания, които стигат до заключението, че

публиката си създава оценка за оратора през първите три минути и след това готовността за слушане и възприемане зависи от тази оценка. Така че не проигравайте тази възможност. Тя няма да се появи пак.

Наред с това и очакванията на слушателите са най-високи в началото и ако те се разочароват, трудно ще коригират мнението си до края.

И за оратора уводът е особено важен. От него зависи:

- дали той ще преодолее първоначалното смущение, ще
- дали ще успее да установи контакт със слушателите
- дали ще заинтересува слушателите и ще спечели внисе, успокои и ще добие увереност в себе си, манието и симпатията им
- дали ще ги приобщи към темата на своята реч

Мнозина акцентират върху правилото, че уводът е предназначен по-скоро за слушателите, а заключението се фокусира по-скоро върху темата. Затова една от главните ни задачи е да установим контакт със слушателите още с увода. При увода слушателите трябва да се поемат оттам, където се намират, и да се доведат до позицията на оратора! Трябва да се започва с неща, които са близки на слушателите, които са свързани с техните проблеми, с техния град, с работата им, с това, което в момента най-силно ги интересува. Още древните римски оратори са препоръчвали в началото ораторът да привлече слушателите, като говори за онова, което те обичат да слушат.

Ако не установите контакт със слушателите още в началото, вие не можете да им внушите своето мнение, нито да ги заинтересувате. Просто ще се разминете с тях, а с това и с поставените от вас самия цели. Ако не ви познават и не ви представят, кажете нещо за собствената си личност и за отношението ви към представяните проблеми.

Ако сте опитен оратор, може да започнете със смешна случка, свързана с речта (зала, атмосфера и т.н.) и шеговито да я изкоментирате. Не трябва да забравяте, че установявате контакт с публиката не само с това, което казвате. Правите го и със своето поведение. Още в самото начало ви преценяват по това, как отивате към трибуната, дали изглеждате сигурен и спокоен, или напротив – нервен и притеснен. Цялото ви поведение трябва да излъчва сигурност и увереност. Застанете спокойно на трибуната, разположете нещата си, изчакайте закъснелите да седнат.

Направете пауза преди началото – тя успокоява вас, но събужда интерес и у слушателите. Началото е мостът между вас и публиката. Трябва да успеете да събудите любопитството ѝ. Никога не започвайте с извинения, че не сте се подготвили добре, че не познавате достатъчно проблема, че сте неопитен оратор, че времето е кратко и няма да стигне. Слушателите няма да приемат добре човек, който сам демонстрира, че няма самочувствие, че не притежава достатъчно знания и информация, а само им губи времето.

Идеи за увода

- Включете се директно в ситуацията – мястото, датата, предшестващо събитие, свързано с публиката или с част от нея.
- Започнете със шега или виц, но внимавайте да не прекалите.

- Можете да използвате цитат, но също го подберете внимателно с оглед на публиката и темата.
- Можете да се включите пряко и мълниеносно в темата, като използвате ярки цифри или факти.
- Особено ценно е, ако можете да съобщите още в начаото новина - нещо, което сте научили първи и другите ще го чуят от вас.
- Може да използвате някакво лично преживяване, свързано с темата или с публиката
- Може директно да се обърнете към публиката с (провокационен) въпрос.
- Може да разкажете история.

Основната част

Това е същинската част на речта. В нея излагаме основните си идеи и ги довеждаме до съзнанието на слушателя. Същевременно тя е и най-продължителната част и има риск слушателите да се отегчат или да загубят нишката. Затова трябва да се подготви внимателно. При подготовката на основната част на речта си обърнете специално внимание на следните въпроси:

- Кои са аргументите ми?
- Кой от всички тях е най-убедителен?
- В каква последователност да ги представя?
- Каква форма да им дам (данни, примери)?

Най-добре е да развиете идеите си така, че публиката да следи и да чувства логиката на вашата реч, да я поведете от откриването на проблема, през сблъскването с опитите за решаването му до негово най-добро решение. Когато подреждате отделните идеи, аргументи, информация, добре е да тръгнете от по-простото към по-сложното.

От четирите основни форми на изложение, които ораторът може да използва (обяснение; описание; разказ; доказателство), най-интересна и въздействаща форма е разказът, при който се вплитат определени събития, действащи лица, примери. От особена важност е да разнообразите и поразкъсате тази част като предварително подгответе кулминации, върхови моменти във вашата реч, които трябва да останат в съзнанието на публиката и да придадат основния смисъл на речта. Те могат да бъдат:

- най-силният Ви аргумент
- разкриване на неизвестни досега факти
- ясна и твърда позиция по време на криза
- пауза или определен жест

Заклучението

Със заключението се сбогуваме със слушателите В него обобщаваме и извеждаме най-същественото. В една реч заключението е особено важно Това, което слушателите чуят накрая, се запомня най-добре. Обикновено въпросите и дискусиата се свързват с тези последни изречения.

Накрая трябва да се остави най-важното и то да е добре формулирано. Тъй като слушателите обикновено запомнят общите изводи, важно е в края на речта да бъдат обобщавани накратко главните идеи и тя да приключва с изводи, произтичащи от всичко казано дотогава.

В края трябва отново да изпъкне целта на речта. При това по един по-интензивен, по-емоционализиран начин, който да впечатли слушателите. Всяка политическа реч в последна сметка преследва определена цел и търси резултат – да убеждава, да формира мнения, да предизвиква действия Затова е за препоръчване поантата да е на финала. Добре подобреният финал води слушателите до понататъшни разсъждения или предизвиква моментална реакция. Заключителното изречение трябва да е на мястото си и да предизвиква желаното мнение или действие.

Много оратори изпитват сериозни трудности с тази част на речта, включително и тези, които умеят прекрасно да увлекат слушателите със старта си. Те кръжат и кръжат по темата и не могат да намерят времето и мястото за приземяване. Понякога дори добри оратори допускат грешка като опорочават иначе добрата си реч с лошо заключение.

Ето няколко препоръки по отношение на сполучливото заключение на политическата реч:

- Върнете се към началото на вашата реч.
- Обобщете основните идеи в няколко тези. Те не бива да надхвърлят три на брой, тъй като ще объркат слушателя или няма да се запомнят.
- Изведете една единствена заключителна идея.
- Посочете алтернативите на вашето предложение и техните отрицателни последици (т. нар. «сценарий на най-лошия възможен случай», който ще стресне и впечатли слушателите).
- Призив за съвместно действие
- Предложение за компромис
- Визия за по-добро бъдеще
- При подходящ случай може да завършите с връчване на подарък, дарение, помощ.
- Избягвайте да споменавате «и накрая», ако възнамерявате да говорите още. Това със сигурност изнервя слушателите.
- Никога не завършвайте речта си с извинение, защото това ще ви носи само минуси.
- Бихте могли да подготвите подходящ цитат за финално изречение.
- Последното изречение трябва да е много добре обмислено, ясно и точно формулирано.



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„РАЗВИТИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ“
Известна ето известна България!





ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
„РАЗВИТИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ“
Инициатива във името на България!

