

## **ΚÓΝΕ ΚΟΟΣΤΑΜΙΣΕ ΩΠΙΚ**



**Heiki Krips**

**KÕNE  
KOOSTAMISE  
ÕPIK**

**Tartu, 2022**

Toimetanud Nele Reimann-Truija  
Tehniliselt toimetanud Ele Ainsoo  
Kujundanud ja küljendanud Kairi Kullasepp

Autoriõigus: OÜ Atlex ja Heiki Krips, 2010, 2022

Kõik õigused kaitstud. Igasugune autoriõigustega kaitstud materjali ebaseaduslik paljundamine ja levitamine toob kaasa seaduses ette nähtud vastutuse.

OÜ Atlex  
Kivi 23  
51009 Tartu  
Tel 734 9099  
Faks 734 8915  
atlex@atlex.ee  
www.atlex.ee

ISBN: 978-9949-441-80-8

# SAATEKS

Igäühel võib esineda olukordi, kus on tarvis esineda sõnavõtuga. Teatav ettemõtlemine, mida rääkida ning isegi eelseisva kõne üleskirjutamine ja selle ettekandmise harjutamine on arukas, kui tahame kõnega hästi hakkama saada.

Kõne koostamisel tuleb eelkõige arvestada oma tulevase kuulajaid. Inimesed on ju erinevad. See, mis meeldib vanaisale, võib olla igav lapsele ja see, mis tundub huvitav filoloogile, võib olla igavavõitu ehitajale. Sellepärast tuleb enne kõne koostamisele asumist pisut mõelda inimestele, kelle ette Sa astud. Milline on tulevase auditooriumi põhikoosseis? Kui vanad või noored nad on? Milliste huvidega võivad kuulajad olla?

Tuleb mõelda ka olukorrale, kus Sa kõnet pead. Toimub eesseisev üritus õues või ruumis? Kui palju on kuulajaid? Kas tuleb kasutada mikrofoni? Tuleb enesele teadvustada, mis liiki kõnega on tegemist, sest see määrab paljuski, millest ja kuidas rääkima hakata. Pärast eeltoodule mõtlemist saad valida sobiva sõnastuse ja stiili. Saad valida sobilikud võtted, mis muudaksid Sinu kõne kuulajale huvitavaks. Kui võrrelda kõne koostamist kujundlikult maja ehitamisega, siis ülalnimetatud arvestamine kujutab endast tulevase maja vundamenti, millele ehitatakse seinad, katus, põrand. Järgnevas raamatus antakse Sulle juhiseid, kuidas taolist “ehitist” projekteerida, ehitada ja viimistleda.

Igäüks meist on kuulanud oma elu jooksul mitmeidki kõnesid ja vahest ka ise mõnega esinenud. Kui palju neist “ehitistest” on aga olnud pillkupüüdvalt kaunid lossid ja kui paljud neist on olnud hallid korrusmajad või hoopis viletsad hütikesed? Miks vahel

juhtub nii, et inimene, kes läheb kuulajate ette sooviga midagi olulist öelda, kutsub publikus esile vaid igavuse ja soovi: "... et see kõne kord ometi ära lõpeks"?

Üks põhjustest võib peituda selles, et **inimesed, kes kõnet ette valmistavad, ei tea, kuidas oma kõnet huvitavaks muuta**, ja tuginevad vaid oma varasematele kogemustele.

Sul tuleb näiteks mõne päeva pärast esineda kõnega. Sa võtad kirjutusvahendi ja hakkad oma mõtteid kirja panema. Mõtted, mis Sulle pähe tulevad, on paratamatult seotud teatavate mälestustega Sinu poolt varem kuuldud kõnedest. Kuigi paljud nendest on olnud sisutühjad ja emotsionaalselt väheütlevad või hoopis teemast mööda räägitud, ei mõtle Sa hetkel sellele, mida tundsid neid kuulates ja kirjutad samasugust trafaretselt igavat teksti. **Pääsemaks igavate kõnede nõiaringist, tuleb õppida selgeks põhimõtted, kuidas huvitavat ja sisukat kõnet koostada.**

Lisaks kõne koostamisele on muidugi oluline ka see, kuidas seda tehniliselt õigesti esitada. Sellepärast on osa käesolevast raamatust pühendatud sellele, kuidas kõnet ette kanda. Tuleb juttu ka sellisest esinemisoskuse praktikaga seotud probleemist nagu esinemishirm.

Kõnede koostamist on peetud ikka raskeks ettevõtmiseks. Minu kümne aasta kogemused nende paarisaja üliõpilasega, kes on osalenud antud valdkonna kursustel, näitavad, et huvitava kõne koostamine võib olla lihtsam, kui tavapäraselt arvatakse. Kui lähtuda teatud printsiipidest ja võtetest ning pisut harjutada, siis ei lase head tulemused end kaua oodata.

Selle raamatu kujunemise loos on oluline osa teil, lugupeetud üliõpilased, kes te osalesite aastatel 2001–2010 minu esinemisoskuse või retoorika kursustel. Meie vastastikuse koostöö käigus õppisin teilt palju. Aitäh!

Erilisi tänusõnu tahan öelda teile, armsad üliõpilased **Aave Päeva, Ahti Noor, Ain Laane, Aivar Joon, Ando Piirsoo, Anita Baumbach, Anita Kikas, Anne Kann, Anne Kurul, Anne Oona, Anneli Mölder, Anneli Pähklamäe, Anneli Saarela, Anneli Suits, Annika Reilend, Ardi Kүүunal, Arno Kaseniit, Aurelika Subi, Day-lee Holm, Deivi Roomets, Eerik Allas, Ela Vaaks, Ene Eisenberg-Lindqvist, Epp Kukemelk, Evelin Einla, Gerda Neito, Hedi Vilumaa, Helle Aan, Ingrid Ploom, Inkari Lindve, Jaana Konist, Janar Rückenbergr, Jane Veiper, Järvi Lipasti, Kaarin Vask, Kadri Paal, Kaimo Ader, Kaire Roonurm, Kalev Heli, Karmen Kompus, Katrin Raudmäe, Kerli Amor, Kersti Laos, Kersti Sõgel, Kertu Säinas, Kriistiina Orm, Kristel Põder, Kristi Reivo, Kristi Rikka, Kristi Vals, Kärt Mikli, Külli Muutra, Laura Loolaid, Liina Margna, Liis Pariis, Maarika Muuga, Maarja**

**Sokk, Maia Karhu, Maia Mikk, Maili Kaerma, Maiu Ehasalu, Marge Süld, Marge Teras, Mari Liis Tamme, Mariann Aava, Marika Koha, Marju Pärn, Merje Malkki, Merle Saks, Monika Pulk, Naatan Haamer, Nele Kõverik, Nikita Kljukin, Pille Ilisoni, Pille Pärn, Pille Jürimäe, Piret Kerge, Piret Pihel, Piret Torm-Kriis, Piret Tänav, Raul Veeber, Reido Orov, Silja Kuris, Terje Rudissaar, Tiina Karu, Tiina Liebert, Triin Jürgenstein, Triin Kilo, Urve Jõhvik, Valdek Rohtma.**

Teie tõestasite oma töödega, et huvitava kõne või kõneosa koostamine ei ole sugugi nii lootusetu ettevõtmine, kui arvata võiks.

*Heiki Krips  
2010 Tartu*





# Sisukord

SISSEJUHATUS	13
1. KÕNE KOOSTAMISE ÜLDISED PRINTSIIBID	17
1.1. Millest alustada?	19
1.2. Kõne ülesehitusest	21
1.3. Kasuta kõnekeelt	23
1.4. Vali sobiv stiil	25
1.5. Väljenda oma mõtted selgelt	26
1.6. Kõne hindamise neli kriteeriumi: sisukus, emotsionaalsus, lihtsus ja tihedus	27
1.7. Austa publikut	30
1.8. Läbivale ideele, motiivile ülesehitatud kõned	32
2. RETOORILISED VÕTTED, MIS MUUDAVALD KÕNE HUVITAVAKS	35
2.1. Illustratsioonid	37
2.1.1. Teiste poolt loodu kasutamine kõne illustreerimiseks	37
2.1.2. Enese poolt loodud kõne illustratsioonid	40
2.2. Kõnekujundid	42
2.2.1. Allusioon	42
2.2.2. Metafoor	43
2.2.3. Võrdlus	44
2.2.4. Antitees	45
2.2.5. Hüperbool	46
2.2.6. Küsimuste esitamine	46
2.2.7. Retooriline pöördumine	46
2.2.8. Retooriline hüüatus	47
2.2.9. Oksüümoron	47
2.2.10. Rühmitamise tehnikad	47
2.3. Lausekujundid	48
2.4. Kõlakujundid	49

---

3. KÕNE ESITAMINE	53
3.1. Kõne ettekandmise printsiibid	55
3.2. Luuletuste ettekandmine kõne osana	57
3.3. Esinemishirmust ja sellega toimetulekust	60
4. KÕNED TEEMADE KAUPA	65
4.1. Tähtpäevakõned	67
4.1.1. Sünnipäevakõned	68
4.1.2. Emadepäeva kõned	79
4.1.3. Isadepäeva kõned	83
4.1.4. Pulmakõned	89
4.1.5. Eesti Vabariigi aastapäeva kõned	91
4.1.6. Lasteaia lõpukõned	93
4.1.7. Koolilõpukõned	97
4.1.8. Muud kooliga seotud tähtpäevakõned	109
4.1.9. Naistepäevakõned	112
4.1.10. Emakeelepäeva kõned	113
4.1.11. Jõulukõne	116
4.1.12. Kõne raamatupäeval	117
4.1.13. Sõbrapäeva kõne	118
4.1.14. Õpetajapäeva kõne	119
4.2. Informeerivad kõned	120
4.3. Motiveerivad kõned	128
4.3.1. Argumenteeritus motiveerivates kõnedes	130
4.3.2. Demagoogiast kui pettusest	132
4.3.3. Üleskutsuvad kõned	134
4.3.4. Tähelepanu juhtivad kõned	141
4.4. Sissejuhatavad, teemat, olukorda tutvustavad kõned	150
4.5. Muud kõned	154
4.5.1. Kõned kursusekaaslastele ülikoolis	154

---

5. LÜHIDALT KÕNEKUNSTI AJALOOST	161
5.1. Vana-Kreeka	163
5.2. Rooma	165
5.3. Keskaeg (2.–14. sajand)	166
5.4. Renessanss	166
5.5. XVIII sajand	168
5.6. IX sajand	169
5.7. XX ja XXI sajand	170
KASUTATUD ALLIKAD	173



# **SISSEJUHATUS**



Enne, kui võtta vaatluse alla kõne koostamise ja esitamise sisuline osa, tuleb selgeks teha üldised piirid, mille raames selle õpiku käsitus kehtima hakkab. Kõigepealt on oluline teadvustada, et mitte igasugune inimestega rääkimine ei ole kõnepidamine. Nii ei saa kõnepidamist samastada loengupidamisega või tunniandmisega koolis. Samuti pole kõne see, kui keegi laval esinedes rahvale lõbusaid lugusid räägib.

## KÕNE KUI AVALIKU ESINEMISE LÜHIVORM TÄHENDAB TEATUD SÕNUMI EDASTAMIST KUULAJATELE

Oskamatu kõnemees arvab sageli, et kõige tähtsam on vaid oma sõnum kuulajatele edastada. Ta jätab tähelepanuta, kuidas kõne nii esitada, et kuulajad **tahaksid** ja **saaksid** kuulata. Kõneleja, kes on antud valdkonnas haritud, teab, et viimasele kahele ülesandele tulebki keskenduda. Võiks tuua võrdluse kahe kokaga, kes valmistavad toitu ja serveerivad seda. Mõlemad keedavad liha ja kartuleid. Üks keedab liha ja kartulid lihtsalt ära ning paneb need siis taldrikule. Teine teeb sama, kuid garneerib toidu apelsinilõikude, õunaviilude ja kurgilõikudega, lisades veel maitserohelist. Tulemuseks on taldrikutäis toitu, mis lausa ahvatleb.

## KÕNE PIDAMISEL ON OLULINE ESITADA OMA SÕNUM KUULAJATELE SELLES VORMIS, ET NEIL OLEKS SEDA HUVITAV KUULATA

Sellest, kuidas muuta oma “sõnum” kuulajatele huvitavaks, tuleb juttu raamatu järgnevates peatükkides.

Sageli esitatav küsimus retoorikakursuse alguses on: “*Kui pikk peaks olema hea kõne?*” Nagu eelnevalt nimetatud, on kõne avaliku esinemise lühivorm. Sõna “lühike” on kõne kontekstis saanud läbi aegade erinevaid tõlgendusi. On peetud lühikeseks nii paariminutilisi kui ka veerandtunniseid kõnesid. Vastus küsimusele: “*Kui pika kõne ma koostan?*” peitub vastuses järgmisele küsimusele: “*Kui pikalt ma suudan kõneleda viisil, mis “sunnib kuulama” ehk kui kaua ma suudan olla kaasahaarav?*” Inimesed ei viitsi kuulata pikka ja igavat juttu. Lühikesel ja igaval kõnel kuulamisel on lohutuseks vähemalt see, et ta ruttu otsa lõpeb. Pika ja sisutihja heietuse talumine nõuab tahtepingutust ja seda eriti juhul, kui kõneleja, olles enesest vaimustunud, ei suuda kuidagi lõpetada. **Optimaalne kõne pikkus tavaolukorras jääb kahe kuni nelja minuti piiridesse.**

Ajaloos on teada hulgaliselt häid kõnesid, mis on olnud oluliselt pikemad (näiteks pool tundi). Samas esineb ka negatiivseid näiteid pikkadest kõnedest. Nõukogude

okupatsiooni ajal esitati hulgaliselt “punaseid” ja sisutühje, sageli mitmetunniseid kõnesid, mida juhtivad kommunistid üleva häälega pidasid ja mida keegi täie aruga inimene huviga kuulata ei suutnud.

### **KÕNE OLGU PIGEM LÜHIKE KUI PIKK**

Kõne koostamisel on oluline see teatud reeglite põhjal üles ehitada: tuleb luua kõne struktuur (seda käsitleme peatükis 1). Selleks tuleb teha esialgne kavand.

### **TULEB LUUA KÕNE ÜLESEHITUSE SCHEEM**

Lisaks kõne struktuurile on oluline teadvustada, mis liiki kõnega parasjagu on tegemist. Kõnesid saab mitmeti liigitada. Näiteks tulenevalt kõne eesmärkidest saab rääkida *informeerivatest kõnedest, tähtpäevakõnedest, motiveerivatest kõnedest*. Teine võimalus kõnede liigitamiseks on lähtuda sündmustest, millele kõne on pühendatud. Sel juhul saame küllalt suure arvu erinevaid kõneliike nagu *sünnipäevakõned, pulmakõned, avakõned, tänuakõned, koolilõpukõned, matusekõned*. Kõnesid on võimalik eristada ka lähtuvalt kõneleja rollist mingis kindlas situatsioonis. Näiteks presidendi kõne riigi tähtpäeval, linna pea kõne staadioni avamisel või direktori kõne kooli alguse puhul. Saab rääkida ka rituaalsetest kõnedest, mis on paljuski “ette kirjutatud” ning traditsioonilistest kõnedest, mis lähtuvad antud kultuurikontekstis eksisteerivatest tavadest. Kõik nimetatud kõneliigid vajavad ettevalmistamisel sisu osas teatavat “erilähenemist”. Näiteks tuleb motiveeriva ehk millekski üleskutsuva kõne koostamisel tugineda teadmiste selle kohta, mis motiveerib inimesi (käsitleme alapeatükis 4.3). Õnnitluskõne sisu peaks kindlasti olema südamlük ja heatahtlik.

### **KÕNE KOOSTAMISEL TULEB ARVESTADA KÕNE LIIGIST TULENEVAID NÕUDEID**



# **1. KÕNE KOOSTAMISE ÜLDISED PRINTSIIBID**



## 1.1. Millest alustada?

Kõne koostamist tuleks alustada mõtlemisest kahele küsimusele.

Kes on minu kõne tulevased kuulajad?

Mis on minu kõne teema ehk **MILLINE ON MINU KÕNE SÕNUM** kuulajatele?

### **Kes on minu kõne tulevased kuulajad?**

Kui Sa tahad, et Sinu kõne oleks kuulajatele huvitav, siis loo enesele kujutlus tulevases auditooriumist. Kes sinna kuuluvad? On nad Sinu sõbrad – tuttavad või sugulased (näiteks sünnipäevakõne)? On kuulajateks Sinu eakaaslased või vanemad inimesed? On nad Sinu kolleegid (näiteks tähtpäevakõne organisatsioonis)? On kuulajad mingi ühe elukutse, huvialagrupi esindajad (näiteks tervituskõne apteekrite suvepäevadel)? On nad lapsed (näiteks kõne lasteaia lõpupeol)? Viimasel juhul tuleb luua lapsepärane kõne (sõnastus, näited), aga samas arvestada ka seda, et poole kuulajaskonnast moodustavad laste vanemad. Sageli koostatakse viimasel juhul nii-öelda kaheosaline kõne, millest üks on lastele lastepärasest sõnastuses ja teine vanematele.

**Sa lood enesele kujutluspildi tüüpilisest kõne kuulajast: tema omadustest (kes ta on?) ja tema oletatavast meeleolust.**

Publik võib olla näiteks ootusärev (lõpupeo aktus) või heatujuline (mingi toredate ürituste avamine), kurb (matus) või eeldatavalt ükskõikne (olukord, kus publik on “sunnitud” kõnet kuulama näiteks mõnel ametialase või poliitilise sisuga üritusel).

Kuigi tavaliselt võid Sa päris hästi tulevast publikut “ette ennustada”, pole haruldane olukord, kus reaalsus osutub hoopis teistsuguseks, kui Sa arvasid. Seepärast jääb avalikul esinemisel alati ruumi ka Sinu-poolsele improvisatsioonile. Tähtis on teada, et enesekindluse improvisatsiooniks annab teatav “kavand”, mille Sa oled lisaks kõne põhilisele ülesehitusele enesele nõ “tagavaraks loonud”.

### **Mis on minu kõne teema ehk **MILLINE ON MINU KÕNE SÕNUM** kuulajatele?**

Mõtlemine eelseisva kõne sõnumile ei võta palju aega, kuid kasu sellest on suur. **Üks suurimaid vigu, mida kõne koostamisel võidakse teha, on teemast “möödarää-**

**kimine**”. Seepärast on üks tähtsamaid asju kõne koostamisel enesele selle teadvustamine, milline on eelseisva kõne kokkuvõtlik mõte. **Iga hea kõne esitab kuulajatele teatava lihtsa sõnumi (harvemini mitu sõnumit), millest kõik aru saavad ja mis on asjakohane.** Esitatav sõnum on otseselt seotud kõne eesmärgiga ja see on tavaliselt lihtne.

**Alusta sellest, et sõnastad endale oma kõne eesmärgi.**

Kas kõne eesmärk on

- informeerida
- sisse juhatada
- õnnitleda
- veenda
- tänada
- tervitada

Nüüd on eelseisva kõne sõnumi teadvustamine lihtne.

**Kui eesmärk on näiteks õnnitleda, siis on sõnumiks enamasti tähtpäevalise positiivsete külgede rõhutamine ja talle “heade sõnade” ütlemine.**

**Näiteks:**

Sünnipäevakõne “sõnum” rõhutab tavaliselt sünnipäevalapse häid omadusi ja väljendab kõnelejalpoolset positiivset suhtumist sünnipäevalapsesse.

Organisatsiooni juubelikõne “sõnum” räägib organisatsiooni positiivsetest saavutustest, rõhutades seejuures eriti inimeste panust, kes selles organisatsioonis töötavad.

**Kui eesmärk on veenda, siis kõne sõnum seisneb selle, mida “kiidetakse” kuulaja jaoks heaks või asjakohaseks, selges väljaütlemises ja rõhutamises.**

**Informeeriva kõne sõnumiks on teatava uue teadmise selge ja arusaadav esitamine publikule.**

**Mõnikord võib olla kõnel mitu eesmärki ja seega ka mitu sõnumit.** Nii näiteks esineb juhtumeid, kus on ühendatud tähtpäevakõne ja informeeriv kõne. Läbi aegade on levinud poliitikute seas püüe ühendada riigi tähtpäeva kõne ja üleskutsuv kõne. Aga ühendatud eesmärkidega kõne kirjutamisel ja ettekandmisel võib juhtuda, et üks kõne osa “varjutab teise”. Taolise kõne ülesehitamisel tuleb hoolikalt jälgida, et “motiveeriv” osa oleks psühholoogiliselt õigesti üles ehitatud. Oskamatus selles vallas (kuulajate väärtuste ja hoiakute mitteamestamine) võib tekitada kuulajates hoopis vastuseisu. Viimase näitena saab tuua nõukogude ajastu punaste tegelaste tüüpõned