

Публичное выступление

Результаты обучения:

- знать основные требования к публичному выступлению
- знать фазы публичного выступления
- уметь готовить устное выступление с учетом основных требований

Оратор (от лат. «*orare*» – *говорить*) – 1) лицо, произносящее речь; 2) красноречивый человек, умеющий говорить публично, владеющий искусством устного слова.

Искусство оратора заключается в способности выделять приемы красноречия и речевые тактики, понимать их уместность и способность воспроизводить их в собственной речи с учетом потребностей аудитории.

Основными требованиями к публичному выступлению являются:

1. **Контакт оратора с аудиторией.** Оратору необходимо создать благоприятное первое впечатление о себе. Для этого первые фразы должны быть четкими, понятными, интересными и привлекающими внимание аудитории. Основу контакта с аудиторией составляет зрительный контакт: оратору необходимо смотреть на своих слушателей, систематически переводя взгляд с одной части слушателей на другую, не оставляя в аудитории «незамеченных зон».

2. **Сдержанная эмоциональность оратора и выразительность речи.** Речь должна привлекать яркими образами, интересными примерами и иллюстрациями, уместной мимикой и жестиком. Обязательным условием является отсутствие монотонности, подчеркивание паузами и интонационное выделение значимых слов. Следует соблюдать умеренный темп речи, он должен соответствовать возможностям человеческого восприятия.

3. **Логика и связность выступления.** Выступление необходимо строить по единому плану, отдельные элементы должны быть естественно связанными друг с другом. Мысль излагают постепенно, по пунктам плана. Если выступление посвящено нескольким проблемам, переход от одной из них к другой должен быть пронумерован (например, во-первых; во-вторых; или первый вопрос, который мы рассмотрим; теперь перейдем ко второму вопросу). Главную мысль следует выразить не менее двух-трех раз в ходе выступления!

4. **Соблюдение речевых норм.** Речь оратора должна соответствовать нормам литературного языка. В выступлении не следует допускать речевых ошибок, неправильных ударений, некорректных конструкций. В выступлении не следует употреблять специальной терминологии и лексики, незнакомой для данной аудитории в силу ее возраста, уровня образования или профессии.

5. **Диалогичность речи.** Любое выступление имеет черты беседы. Оратор не обязан все время говорить сам, он может задавать вопросы

аудитории, выслушивать ее ответы, привлекать слушателей к разговору, приглашать высказать мнение.

Фазы публичного выступления.

- Докоммуникативная
- Коммуникативная

I. Докоммуникативная

В риторике рассматриваются следующие этапы подготовки к выступлению:

- 1) выбор темы;
- 2) конкретизация цели и задач выступления;
- 3) сбор и изучение материала по теме;
- 4) определение характеристик аудитории;
- 5) составление и редактирование плана-конспекта;

С учетом ситуации общения определяется **тема** будущего выступления. Формулируя тему выступления, оратор руководствуется следующими требованиями: во-первых, тема должна быть актуальной и интересной как для оратора, так и для аудитории; во-вторых, тема должна быть сформулирована наиболее узко и конкретно; в-третьих, обсуждаемая проблема должна иметь решение и находиться в компетенции аудитории.

Далее необходимо определить с какой **целью** оратор будет выступать перед слушателями. Первая классификация речей по цели была предложена Аристотелем в «Риторике». Цели могут быть следующие:

- информирование аудитории;
- формирование отношения аудитории к высказанным идеям и фактам;
- призыв к действию;
- обретение доверия аудитории;
- развлечение аудитории, приятное времяпрепровождение.

Сбор и изучение материала – следующий этап в подготовке к речи. Это не только чтение литературы, но и анализ прочитанного материала, осмысление и определение собственных мыслей по данному вопросу. Процесс сбора и изучения материала должен закончиться всесторонним знанием о будущем предмете речи. Из этого вытекает необходимость знакомиться не только с теми материалами, которые отвечают позиции оратора, но и альтернативными точками зрения по данному вопросу.

Необходимо систематизировать собранную информацию, сформулировать основополагающий тезис и поддерживающие аргументы.

Тезис – это законченное по смыслу суждение, ключевая мысль, которой оратор постоянно придерживается, чтобы сохранить целостность выступления.

Тезис должен непременно содержать новую информацию или спорную мысль, которую и будет доказывать оратор. При создании тезиса речи необходимо следить за четкостью и грамотностью формулировки, не следует

допускать двусмысленности, многозначности компонентов. Не следует пытаться изложить слишком много материала в ограниченное время.

Никакая речь не окажется успешной, если она не рассчитана на **определенную аудиторию**. Поэтому необходимо оценить аудиторию, перед которой оратор будет произносить речь, и обстановку, в которой будет происходить выступление. Все параметры анализа аудитории можно разделить на объективные и субъективные.

Объективные параметры не зависят от оратора, являются неотъемлемым признаком аудитории. К ним относятся:

- демографическая характеристика (пол, возраст, национальность, общий уровень образования и культуры, социальное положение);
- интеллектуальная характеристика (знания и убеждения аудитории, уровень профессиональной подготовки, уровень знаний по предмету речи, особенности мировоззрения, специфика интересов и увлечений аудитории);
- количественная характеристика (предполагаемое количество слушателей, в какой мере они знакомы оратору).

По количеству участников общения различают:

- а) межличностное,
- б) групповое,
- в) публичное,
- г) массовое общение.

Межличностное общение имеет место в тех случаях, когда индивидуальные черты слушателя могут быть учтены при подготовке речи. Говорящему известны не только общие социально-демографические и прочие характеристики слушателя, но и его вкусы, привычки, настроения, и эти сведения он может использовать в речи.

Групповое общение выделяется в тех случаях, когда оратор ориентируется не на индивидуальные, личностные, а на социальные черты слушателей, объединенных ситуацией. Число слушателей может колебаться в очень широких пределах, однако это количественно ограниченная и однородная аудитория.

Публичное общение рассчитано на многочисленную и неоднородную аудиторию, но все же объединенную на основе общего признака, например, местом собрания или социальной принадлежностью.

Массовое общение предполагает обращение к аудитории через средства массовой информации, а не непосредственно. Особая сложность этого вида общения состоит в том, что кроме прогнозируемого, выступление будет услышано и другими типами слушателей, следовательно, необходимо подумать о том, какое впечатление произведет речь и на них.

К *субъективным параметрам* можно причислить отношение аудитории к мыслям и идеям выступающего.

С точки зрения отношения к мыслям оратора в аудитории можно выделить следующие группы:

1. Конструктивная группа – изначально заинтересованная часть аудитории. Ценностные ориентиры слушателей совпадают с позицией

оратора.

2. Конфликтная группа – часть аудитории, не разделяющая взглядов и позиций оратора. Причинами конфликтности могут быть: ориентация аудитории на иную систему ценностей, личная неприязнь выступающего. С помощью весомой аргументации можно попытаться воздействовать на аудиторию, склонить ее к пониманию своей позиции.

3. Соглашатели – часть аудитории, у которой на данный момент нет собственного мнения по обсуждаемой проблеме. Причинами могут быть: отсутствие определенных убеждений, отсутствие компетентности по данному вопросу, достаточных знаний в области обсуждаемой проблемы.

4. Инфантильные – слушатели, равнодушные к теме выступления, не желающие вникать в суть проблемы. Если аудитория большей частью инфантильная, то следует определить в какой сфере лежат ее интересы и потребности и попытаться связать их с темой выступления.

Составление плана-конспекта представляет собой следующий этап работы над речью. Он составляется для оратора и воплощает общее содержание речи, смысловой каркас будущего выступления.

Оратор подбирает доводы, примеры, факты, свидетельства, которые помогут обосновать истинность тезиса. При подборе аргументов следует учитывать то, что, во-первых, аргументы должны быть суждениями, истинность которых доказана самостоятельно, независимо от тезиса; во-вторых, аргументы не должны противоречить друг другу и тезису; в-третьих, не должно содержаться противоречия в формулировке самого аргумента.

Если план – это внутренняя структура речи, логика размышлений автора над предметом речи, последовательность его мыслей в разработке главной идеи речи, то композиция – это внешняя структура речи, логика изложения содержания слушателям. Сначала создается план, потом из него рождается композиция. Поэтому несколько речей, созданных на основе одного плана, могут различаться по композиции в зависимости от ситуации и состава аудитории.

Оратор, продумывая композицию речи, должен наметить места, где он использует тот или иной прием активизации внимания, который, работая на тезис, будет еще и привлекать внимание. Обычно внимание ослабевает через каждые 15–20 минут слушания. Поэтому целесообразным будет введение средств привлечения внимания на каждом композиционном стыке, т.е. при переходе от одной части речи к другой, от одного аргумента к другому.

Можно распределить средства управления вниманием аудитории на следующие группы:

1. *К содержательным* можно отнести иллюстрации, истории, образы, сравнения, цитаты, дополнительную информацию; замечания оценочного характера, затрагивающие систему ценностей или интересы слушателей.

2. *К языковым* – средства, обращенные к рациональной сфере: терминологию, научную лексику; и к эмоциональной: изобразительность, словесную наглядность, ассоциативность, экспрессивность, яркость, связанные с использованием соответствующей лексики, тропов, фигур.

3. *К структурным* – апеллятивные и риторические вопросы, обращения к аудитории, неожиданные перерывы для дополнительной информации с последующим возвратом к недосказанному, повторения, пропуск звена в предложении, контрасты, сопоставление, цепь вопросов и ответов, создание проблемных ситуаций.

4. *К наглядным* (являющимся одновременно элементом и содержания, и структуры) – таблицы, диаграммы, репродукции, схемы, реальные предметы, фото и видеоматериалы.

Докоммуникативная фаза обязательно завершается репетицией выступления. Репетиция выступления необходима для того, чтобы проанализировать вербальные и невербальные компоненты речи. Если оратору предоставляется возможность, то следует заранее ознакомиться с условиями помещения, так как у каждого помещения существуют собственные особенности и атмосфера, на которые настраивается докладчик.

II. Коммуникативная фаза

Коммуникативная фаза включает в себя:

- произнесение речи;
- ответы на вопросы слушателей;
- ведение дискуссии
- подведение итогов

Во вступлении оратор поясняет основное направление речи, озвучивает цель и задачи выступления, перечисляет основные вопросы, которые будут обсуждаться, дает четкое определение стержневой идеи.

В целом, цели вступления состоят в следующем:

- привлечь внимание;
- обозначить предмет речи;
- установить доверие;
- создать настроение, задать тон речи;
- установить доброжелательную атмосферу.

Можно выделить два типа вступительной части:

1. *Естественное начало*, когда оратор без предварительной подготовки вводит слушателей в суть дела. Содержание данного вступления тесно связано с содержанием речи. Для активизации внимания усталой или рассеянной аудитории возможно применение дополнительных средств наряду с естественным началом. К ним относятся: парадокс; ироническое замечание или шутка, связанные с содержанием речи; вопрос к аудитории, помогающий создать проблемную ситуацию.

2. *Искусственное начало* – это вступление, на первый взгляд, не связанное по смыслу с основной частью речи. Несмотря на отсутствие формальной связи с основной темой выступления, здесь присутствует внутренняя, часто метафорическая, символическая связь. Разновидностями искусственного начала являются следующие: афоризм; аналогия; ироническое замечание или шутка, не связанные с содержанием речи и т.д.

В основной части с помощью логики и достоверных аргументов раскрывается суть темы. При изложении основной части выступления оратору необходимо следить за тем, чтобы предмет речи оставался неизменным, чтобы на него «нанализывались» все аргументы, подчеркивая и укрепляя те или иные его аспекты. Необходимо использовать фактологические материалы, иллюстрации и уместные примеры в основной части для того, чтобы способствовать наилучшему осмыслению слушателями базовой идеи выступления.

Если оратор предполагает, что слушатели мало склонны принимать выдвигаемые доводы, то самые убедительные и интересные для них аргументы он переносит в начало основной части. В других же случаях сильнейшие аргументы приводятся «под занавес», поскольку готовность слушателей согласиться с выводами при этом постепенно возрастает.

В заключении подводятся итог выступления, озвучиваются основные выводы. Заключение должно быть естественным и вытекать из содержания основной части выступления и коммуникативной цели выступления.

В заключение имеет смысл повторить стержневую идею и, кроме того, возможно в кратком виде вернуться к тем моментам основной части, которые вызвали особый интерес слушателей.

Заключительная фраза должна быть четкой и ясной, произнесена без запинки с интонационным выделением ключевых слов. Следует помнить то, что в заключении не следует высказывать новые мысли и идеи, все должно свидетельствовать о том, что обсуждение проблемы завершено.