**Содержание**

оратор речь публичный

Введение

1. Ораторская речь

2. Специфика общения

3. Цель и идеи выступления

4. Построение выступление

5. Успешное выступление

6. Выводы и рекомендации по теме

Заключение

Список литературы

**Введение**

Тема данной работы «Публичная речь как форма деловых и общественных отношений».

В нашей стране долгое время деловые контакты в управленческой сфере сводились, в основном, к отдаче и выполнению распоряжений. В этом была суть административнокомандной системы. Возможность предпринимательской деятельности потребовала от начинающих бизнесменов умения находить партнеров, сотрудничать с ними, контактировать с чиновниками, то есть активно общаться. Отсутствие навыков делового общения не раз ставило в трудное положение даже того, кто в своей области считается профессионалом! А ведь общается каждый

из нас постоянно. В чем своеобразие делового общения по сравнению с привычным нам приятельским, дружеским?

Проблема общения традиционно находится в центре внимания отечественных социальных психологов в связи с ее значимостью во всех сферах жизнедеятельности человека и социальных групп. Человек без общения не может жить среди людей, развиваться и творить. Это обусловливает актуальность изучение процессов общения. К тому же современная социально-экономическая ситуация в России усиливает внимание к вопросам общения и определяет новый взгляд на него как на фактор стабилизации предпринимательства, поскольку именно общение сопровождает большинство сервисных услуг по реализации любой продукции.

В структуре межличностного общения выделяют основное содержание общения, а именно: передачу информации, взаимодействие, познание людьми друг друга. Передача информации рассматривается как коммуникативный аспект общения; взаимодействие как интерактивный аспект общения; понимание и познание людьми друг друга как перцептивный аспект общения

Речь является основным средством общения.

Цель данной работы – выявить закономерности успешного публичного выступления и выработать ряд рекомендаций для людей, которым приходится публично выступать.

Достижение данной цели реализуется посредством решения следующих задач:

1. Изучить литературу по теме;
2. Классифицировать изученную информацию в виде концентрированного текста и графических иллюстраций;
3. Предложить комплекс рекомендаций по совершенствованию навыков публичного выступления.

Проблема по теме работы заключается в несоответствии между существующих и желаемым положением дел в области публичных выступлений в современном российском мире.

**1. Ораторская речь**

Если оратор хорошо произносит (голос и речь благозвучны), то слушатели хорошо слышат его. Если он ярко модулирует, «рисует голосом мысли», то его легко понимают.

В восприятия речи оратора слушателями чрезвычайно важно то, как звучит голос выступающего: звучит ли он свободно, мягко, доверительно, на низких топах (низкие тона голоса воспринимаются более благоприятно, они собирают внимание слушающих, настраивают их на восприятие содержания) или, напротив, звучание резкое, напряженное, завышенное по тону или очень тихое, «безопорное», не летящее в зал. И тогда слушателям приходится тратить первые самые ценные минуты общения на то, чтобы «приспособиться», «приноровиться» воспринимать неблагозвучную, часто раздражающую речь говорящего.

Первая функция голоса и состоит в том, чтобы обеспечить слышимость звучащего со сцены слова.

*Речь ораторская* — разновидность публичной речи, противополагаемой функционально и структурно речи разговорной, частному, «бытовому» общению. В противоположность разговорной речи — обмену более или менее несложными и короткими репликами (отдельными фрагментарными высказываниями) двух или нескольких собеседников — публичная речь организуется в форме монолога, т. е. сложно построенного, развернутого и длительного высказывания, обращенного ко многим, к обществу (монологический речевой обмен в условиях массового общения). Монологическая форма общения, при котором высказывание развертывается в «речь» для планомерного и целостного раскрытия содержания, реализуется то в условиях непосредственного обмена — как речь устная, то опосредствованного — как речь письменная (через книгу, газету и пр.). Устная публичная речь предполагает особую организацию общения, а именно «собрание» — непосредственное наличие коллектива слушателей-собеседников. Количественные и качественные признаки наличного «собрания» играют немаловажную роль, так же как и условия непосредственного взаимодействия говорящего лица с аудиторией в процессе самого речеведения, как и коллективное одновременное восприятие речи на фоне всей обстановки «собрания» и в частности восприятие реального облика говорящего (голос, мимика, жесты и пр.). Все эти условия отсутствуют в практике письменно-публичной речи, что отражается на ином характере последней. Компромиссный характер приобретает устная публичная речь, опосредствованная радиопередачей («речь по радио»), при которой наличествует только момент произнесения и восприятия речи на слух, а в условиях телевидения — еще «изображение» говорящего; специфическая совокупность условий устно-речевого общения отсутствует.

Речь ораторская определяется не внешне-формальными признаками, а внутренней структурой, обусловленной ее содержанием и функцией. Любая форма устно-публичного монолога — академическая речь, речь на банкете или на похоронах и т. п. — приобретает ораторский характер в зависимости от конкретных условий общественной практики, поскольку содержание и функция речи получают то или иное непосредственно политическое значение.

**2. Специфика общения**

Обычно общением называют процесс установления и развития контактов между людьми, обусловленный потребностями в совместной деятельности и включающий в себя обмен информацией, выработку единой стратегии взаимодействия, восприятие и понимание другого человека. Из этого определения мы будем исходить в нашем курсе.

*Логика* выделяет три формы мышления.

***Понятие*** — форма мышления, которая отражает общие и самые существенные свойства предмета или явления. Они представляют собой содержание понятия.

Понятие характеризуется и объемом — совокупностью предметов или явлений, относящихся к данному понятию. Например, содержание понятия

«автомобиль» — транспортная самодвижущаяся безрельсовая машина, а объем этого понятия чрезвычайно велик: всевозможные марки легковых, грузовых, спортивных и прочих автомобилей.

***Суждение*** представляет собой форму мысли, в которой отражается связь между предметами или явлениями. Например: «Сегодня вторник».

***Умозаключение*** — цепочка суждений, последнее из которых — заключение — является новым знанием, выводимым из уже известных суждений, называемых посылками.

Требование *определенности* высказывания означает, что слушатели должны ясно понимать все слова и выражения, употребленные выступающим.

Неопределенность возникает, когда оратор произносит незнакомые для аудитории термины. Часто встречается и такая ситуация: выступающий употребляет вроде бы всем известные слова и не догадывается, что слушатели толкуют их каждый по-своему.

Спросите у своих друзей, что означают для них слова «честность», «умение жить», «демократия», «рынок» и т.д., и вы получите полную иллюстрацию к сказанному.

*Последовательность* изложения означает, прежде всего, ***логическую связь мыслей,*** когда одна мысль подготавливает другую. «Для успеха речи важно течение мысли оратора. Если мысль скачет с предмета на предмет, перебрасывается, если главное постоянно прерывается, то такую речь почти невозможно слушать», — писал известный русский юрист, теоретик красноречия А.Ф. Кони. Для соблюдения последовательности он советовал: «Надо построить речь так, чтобы вторая мысль вытекала из первой, третья из второй и т.д., или чтоб был естественный переход от одного к другому». Логической считается такая последовательность, когда изложение идет от известного к неизвестному, от простого к сложному, от описания знакомого и близкого — к далекому.

В некоторых случаях психологически оправдано нарушение такого хода изложения, например, чтобы сделать его более интересным, занимательным, заставить слушателей думать и т.п.. В качестве приема это вполне допустимо и часто используется опытными ораторами.

Требование *непротиворечивости* изложения заключается в том, что, утверждая что-либо о каком-то предмете или явлении для какого-то момента времени в каком-то отношении, нельзя это же отрицать. Конечно, действительность не остается застывшей, и с течением времени об этом же явлении (например, о деятельности руководителя) можно будет сказать другое. Естественно, в разном отношении характеризовать явление можно по-разному. Например, новая мебель может подходить вам по дизайну и не

подходить по цене, хороший специалист может иметь плохой характер и т.п.

Требование обоснованности особенно важно соблюдать, если нужно убедить слушателей в чем-то или склонить их к определенным действиям. Убежденность как уверенность в истинности чего-либо возникает и на основе внушения. Но в деловом общении призывами и уверениями ничего не добьешься. Трезво мыслящему человеку нужно обосновать, что дело обстоит так, а не иначе, да еще сделать это в такой форме, чтобы он сам был заинтересован в вашем выводе или предложении.

Как логически обосновать утверждение? Следует троить речь с учетом *логической структуры обоснования:*

1. Прежде всего нужно четко сформулировать саму мысль, которую вы хотите обосновать. Ее называют *тезисом. Тезис отвечает на вопрос: «Что мы доказываем?»* Требование определенности высказываний, о котором говорилось выше, в самой большой степени относится именно к тезису, формулировка которого должна исключать возможность понимания утверждения в другом смысле.

Тезис должен быть предельно конкретным. Сформулированный «вообще», он может быть просто неверным, например: «Ученые оторваны от жизни» или «Все предприниматели — жулики».

2. Тезис подкрепляют *аргументами,* или доводами, которые называют также ***основанием доказательства.*** *Аргументы отвечают на вопрос: «Чем доказываем?»* Основанием доказательства могут быть совокупность фактов; статистические данные; теоретические положения, например экономические законы; суждения, основанные на житейском опыте и т.д.

3. Третий элемент обоснования — *демонстрация* — показ того, как из данных аргументов следует тезис. *Демонстрация отвечает на вопрос: «Как доказываем?»* Она демонстрирует ход наших рассуждений.

Доказать можно непосредственно, путем наблюдения, и посредством рассуждений, то есть логических умозаключений.

**3. Цель и идеи выступления**

В зависимости от отношенияслушателей к вопросу определяем цель выступления:

проинформировать;

• объяснить;

• заинтересовать;

• убедить;

• переубедить;

• побудить к действию;

• воодушевить и т.д.

Обычно выступление преследует одну главную цель, а остальные ей подчинены.

С древнейших времен в зависимости от основной цели выступления различают следующие *виды речей:*

1. Информационные (повествовательные, описательные, объяснительные).

2. Агитационные (воодушевляющие, убеждающие, побуждающие к действию).

3. Развлекательные.

4. Сокровенные.

Определив цель выступления можно сформулировать его основную идею и название. Чем короче выступление, тем важнее подчинить его раскрытию основного тезиса — «царствующей мысли», как выражался М.М. Сперанский. Вызывает сочувствие человек, который долго пробивается к трибуне, получает, наконец, свои десять минут, что-то сумбурно доказывает, а услышав, что его время истекло, кричит: «Так я же не сказал, что хотел!»

Выбор цели и основной идеи выступления определяет стратегию всей дальнейшей работы. Этот военный термин очень точно отражает суть проблемы: неверна стратегия — словесные залпы окажутся холостыми. Стратегию выступления удобно сформулировать одной фразой, которую называют задачей выступления (некоторые авторы предпочитают выражение «целевая установка»). Формулировка задачи выступления содержит его цель и основную идею. Например: «Рассказать о том, что...», «Убедить в том, что...», «Заинтересовать тем-то» и т.д.

*Задача выступления = цель* + *основная идея*

**4. Построение выступления**

*Как построить* выступление, если хотим облегчить слушателям восприятие материала. Это можно сделать, выбрав занимательный ход повествования или, если тема этого не позволяет, интересную последовательность изложения. Следует продумать **композицию** выступления — расположение материала и соотношение его отдельных частей.

Психологически и логически оправдана трехкомпонентная структура выступления: вступление, основная часть и заключение.

Вступление необходимо для установления контакта с аудиторией и подготовки слушателей к восприятию темы. Основное содержание вступления — введение в тему. Вступлению отводится 5—10% времени всего выступления. В нем говорится о проблеме, которой посвящена тема, может прозвучать задача выступления, даются определения понятий, иногда сообщается план предстоящего разговора и т.д. В основной части излагается сама тема.

Композиция основной части должна отвечать логическому требованию *последовательности.*

Второй принцип композиции — *усиление воздействия.* Материал должен располагаться так, чтобы интерес слушателей постоянно нарастал.

Третье требование к композиции — *экономия средств:* достичь цели выступления за минимальное время, привлекая лишь самый необходимый материал. Способ изложения темы зависит от ее содержания, цели выступления, вкуса оратора, специфики аудитории и других факторов. Здесь все дело в фантазии, вкусе, общей культуре оратора, который должен руководствоваться двумя принципами:

1. Минимальными средствами донести до слушателей основную идею выступления.

2. Держать всё время слушателей в напряжении. Существуют следующие основные **способы изложения:**

1) ступенчатый — материал очередного вопроса базируется на предыдущем;

2) концентрический — рассмотрение данного явления со всех сторон;

3) спиральный — переход от общего, относительно поверхностного изложения вопроса к повторному, более детальному и глубокому анализу; 4) хронологический — рассмотрение процесса или явления в становлении;

5) логический — системно-структурный подход к явлению, без обращения к его истории;

6) дедуктивный — переход от общих положений к конкретной ситуации и вывод на основе этого;

7) индуктивный — переход от анализа фактов, явлений к обобщениям;

8) сравнение, сопоставление явлений, процессов или событий;

9) анализ проблемы.

На практике эти способы изложения материала переплетаются, определяя композицию конкретного выступления.

Монолог оратора легче воспринимается, если в нём используются различные **приемы ведения речи:** обзор, описание, информация, пересказ, повествование, характеристика, размышление, пример, цитирование, обоснование и т.д. Эти композиционные приемы различаются манерой и темпом речи, ее стилистической и эмоциональной окраской, глубиной изложения, характером связи с аудиторией. Особенно ценны те приемы изложения, которые способствуют непосредственному взаимодействию со слушателями: прямые и риторические вопросы; обращение к собравшимся; вопросно-ответный ход, когда оратор задает вопросы, на которые сам же отвечает.

Заключение придает завершенность повествованию. В нём делается обобщение сказанного, формулируются частные и общие выводы. «Конец — разрешение всей речи... конец должен быть таким, чтобы слушатели почувствовали (не только в тоне лектора, это обязательно), что дальше говорить нечего». Заключение занимает примерно 5% времени всей речи.

Самые распространенные композиционные недочеты выступления:

1) нет вступления или оно слишком затянуто;

2) изложение не подчинено главной идее;

3) непоследовательно или неинтересно построено изложение;

4) используется всего один-два приема изложения;

5) несоразмерность материала выступления;

6) нет заключения или, наоборот, оратор никак не может остановиться, время от времени обнадеживая слушателей словами: «Заканчивая свое выступление...».

В заключении информационного выступления обычно подводят итог сказанному, делают выводы или кратко повторяют материал. А в агитационных речах перед слушателями ставятся конкретные задачи или обращаются к ним с призывом. Завершить выступление помогает концовка — пожелание слушателям, яркая цитата, в которой звучит основная мысль выступления, афористичное высказывание и т.д. Хорошо воспринимаются и запоминаются выступления, в которых зачин (первые фразы) связан с концовкой — это так называемая рамочная структура выступления.

**5. Успешное выступление**

*Красноречие — это дар, позволяющий*

*нам овладеть умом и сердцем собеседника,*

*способность втолковать ему или*

*внушить ему все, что нам угодно...*

*Ж. Лабрюйер*

*(французский писатель XVII в.)*

Главное — *желание общаться со слушателями* и уверенность в том, что это получится. Успех речи во многом зависит от того, удастся ли сразу же найти подход к слушателям, установить с ними контакт.

Что может мешать установлению контакта? Чаще всего возникновение барьеров восприятия. - Чтобы не возник *барьер установки,* когда предвзятое отношение к выступающему мешает объективно воспринимать его слова, желательно еще до выступления создать у слушателей благоприятное мнение о себе, положительную установку. Если вас некому представить, придется начать выступление с саморекламы, конечно, без неуместного хвастовства.

Очень важно продумать свой имидж. Внешний вид, манера держаться, интонация первых фраз должны импонировать собравшимся. Способствует этому соблюдение такта. В деловом красноречии неопытный оратор порой начинает выступление решительным, безапелляционным тоном. Чтобы слушатели воспринимали сказанное, оратор должен установить с ними *личностный контакт.*

Доброжелательное, уважительное отношение вызывает, как правило, ответные чувства. Если накануне выступления произошло какое-то из ряда вон выходящее событие, которое расстроило или, наоборот, возбудило людей, если вы общаетесь с аудиторией в неудачное время, например в конце напряженного рабочего дня, когда все устали, может возникнуть *барьер отрицательных эмоций.* Понимая, что это не исключено, нужно заранее узнать обстановку и продумать форму установления ***эмоционального контакта*** со слушателями. Непроизвольное, или неволевое, внимание возникает всякий раз, когда:

1) человек сталкивается с чем-то необычным, неожиданным;

2) в поле зрения или слуха человека попадает то, что его волнует, заботит, соответствует практическим интересам и потребностям;

3) действует сильный, меняющий свою интенсивность или контрастный раздражитель.

Непроизвольное внимание не утомляет, так как оно возникает «само» и не требует нервных затрат. Однако оно неустойчиво, легко переключается на другой объект.

Сосредоточиваясь на каком-то предмете или процессе сознательно, усилием воли, слушатели организуют ***произвольное внимание.***

Произвольное, или волевое, внимание возникает при выполнении обязательной, но неинтересной работы. Оно сопровождается нервными затратами, утомляет, хотя и характеризуется относительной устойчивостью. Если говорить о слушании, произвольное внимание зависит от сложности вопроса и физического состояния слушающих.

Если внимание возникло как сознательное, волевое, но затем поддерживается без всяких усилий со стороны слушателей, т.к. они захвачены выступлением, это проявление *послепроизвольного внимания.*

*Послепроизвольное внимание не утомляет и может длиться весьма долго (пример — ораторы древности, которых слушали по 5-6 часов).*

*«Секрет» успешных вариантов начала выступления состоит как раз в том, что они вызывают непроизвольное внимание слушателей.*

Прежде всего сохранению внимания способствует *логическая организация речи*(последовательность, непротиворечивость, обоснованность). В этом случае оратор ведет мысль аудитории за собой. Слушателей привлекает такое построение изложения, по ходу которого возникают вопросы, а ответы на них рождаются в процессе совместного поиска или последующего Изложения. Поддержанию внимания аудитории

способствует *проблемная ситуация*в речи, подача фактов или идей в противопоставлении.

Главное — заключение должно быть непосредственно связано с главной идеей выступления, быть естественным, подчеркивать связь оратора с аудиторией, быть мажорным, оптимистичным по духу.

**6. Выводы и рекомендации по теме**

Правил успешного выступления очень много и разнообразны в зависимости от темы и цели. Но есть общие правила для всех выступлений.

1. Подготовка выступление заранее. Изучение темы, цели и аудитории.
2. Очень важны *убежденность* и *эмоциональность* оратора. Если он искренен, эти качества не только удерживают внимание слушателей на проблеме, но позволяют ему заразить собравшихся своим отношением к ней.
3. *Непринужденной манерой изложения,*которая хорошо действует на слушателей, приглашает к совместному размышлению и разговору.
4. Необходим *умеренный темп речи,*такой, чтобы слушатели успевали следить за ходом мыслей оратора, усваивать сказанное, записывать, если есть необходимость.
5. *Зрительный контакт*позволяет следить за реакцией слушателей и управлять их вниманием.
6. В речи обязательны *паузы.*Именно во время пауз идет осмысление сказанного, появляется возможность задать вопрос.
7. Юмористическая окраска эпизодов, остроумные замечания в процессе содержательного выступления позволяют слушать такого оратора как угодно долго. Однако чувство юмора — природный дар.
8. Прибегать к *провокации:*заявлять нечто, что вызывает несогласие аудитории (а, следовательно, привлекает ее внимание), а затем вместе с ней прийти к конструктивным выводам.
9. Стиль одежды должен подчеркнуть самую сильную сторону.
10. *Выразительность* речи оратора — меняющаяся интонация, красочные словесные образы, оригинальные сравнения, меткие выражения, способны заворожить слушателей.
11. Важнейшее условие поддержания внимания к выступлению — его *содержательность,* то есть новая, неизвестная слушателям информация или оригинальная интерпретация известных фактов, свежие идеи, анализ проблемы.
12. Главное — *желание общаться со слушателями* и уверенность в том, что это получится. Тогда и речь будет доходчивой, и глаза будут искать ответный отклик в глазах, устремленных навстречу, и доводы найдутся именно те, которые нужны в данный момент.
13. Поддержанию внимания аудитории способствует *проблемная ситуация* в речи, подача фактов или идей в противопоставлении.
14. Поддерживают внимание разнообразные *приемы изложения.* Они произносятся с разной интонацией, и это тоже оживляет речь.
15. Помогает *прямое указание* на то, что рассматриваемый вопрос очень важен, пригодится в дальнейшем.
16. *Изменить звучание голоса:* интонацию, темп речи, силу звука. Этой же цели служит пауза. Так называемые «*освежающие отступлениям»*звучат неожиданно и потому позволяют слушателям отдохнуть.
17. *Переключение внимания* происходит, например, когда оратор умело завершает один вопрос и называет следующий. Еще больший эффект дает показ наглядных пособий.
18. *Диалог с аудиторией*инициирует все виды внимания.

Следует избегать в публичных выступлениях.

1. Читать всю речь по бумажке.
2. Стоять неподвижно.
3. Говорить о своем волнении.
4. Употреблять слова паразиты.
5. Стоять за трибуной – это барьер между публикой и вами.
6. Привлекать внимание к чужим неудачам.

Ответы на вопросы могут исправить или испортить впечатление от выступления.

**Заключение**

Важнейшая особенность делового общения состоит в том, что нужно уметь строить отношения с разными людьми, добиваясь максимальной эффективности деловых контактов.

Практика высокоразвитого общества знает многообразные виды и типы устной публичной речи.

Хорошая подготовка к выступлению в значительной мере определяет его успех. Но еще не гарантирует его! Ведь все зависит от того, сумеет ли оратор найти подход к конкретным слушателям, то есть завоевать их внимание, вызвать живой интерес, напряженную работу мысли, эмоциональный отклик. Если этого не произойдет, речь прозвучит «для себя», что, конечно, вряд ли удовлетворит оратора и к тому же вызовет отрицательную реакцию слушателей. Об успехе выступления можно говорить лишь тогда, когда у оратора есть контакт с аудиторией.

Изученная литература классифицирована в виде 18 листов текста, 6 схем и 1 таблицы.

Таким образом, все задачи данной работы решены, а цель, заключавшаяся в том, чтобы выявить закономерности успешного публичного выступления и выработать ряд рекомендаций для людей, которым приходиться публично выступать достигнута.

**Список литературы**

1. Столяренко Л. Д. Психология делового общения и управления Учебник/Л. Д. Столяренко. — Ростов н/Д: Феникс, 2005. — 416 с.
2. КузинФ. А. Культура делового общения: Практическое пособие. — 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Ось-89, 2002.- 320 с.:ил.
3. Савкова З.В. Искусство оратора: www.ritorika.igro.ru
4. Гофман В., Слово оратора. (Риторика и политика), Изд-во писателей в Ленинграде, Л., 1932 также библиографические указания к «Реторике»).