Содержание

Введение

1. Понятие публичной речи

2. Виды публичного выступления

3. Оратор и аудитория

Заключение

Список литературы

## Введение

Существует довольно много классификаций публичных выступлений. Для практического обучения искусству публичного выступления наиболее целесообразно подразделение публичных выступлений на виды по их функции, т.е. по цели, которую ставит оратор в своем выступлении. Иногда подобную классификацию называют классификацией жанров публичного выступления.

Виды публичных выступлений по цели:

Информационные

Протокольно-этикетные

Развлекательные

Убеждающие

Цели, которые ставит перед собой оратор, могут сочетаться, в результате чего выступления могут приобретать комплексный характер. Можно, например, говорить об информационно-этикетных, информационно-развлекательных, информационно-убеждающих выступлениях, возможны также и другие смешанные типы.

В риторике также различают виды публичной речи по форме:

Доклад

Сообщение

Выступление

Лекция

Беседа

Выступление обычно строится по традиционной трехчастной композиции: вступление, основная часть, заключение. Данная композиция традиционна, аудитория ждет именно такой композиции. Именно такое построение выступления облегчает аудитории восприятие устного выступления.

## 1. Понятие публичной речи

"Нам не дано предугадать, /Как слово наше отзовется... ", - сказал великий русский поэт Ф.И. Тютчев. Ведь доброе слово лечит, вредное - ранит душу, нужное слово заставляет действовать, принимать решения.

Публичная речь - явление творческое, сложное. Чтобы добиться нужного эффекта, оратору необходимо много работать. Будет ли это хорошо подготовленная речь или блестящая импровизация, она всегда результат накопленного опыта, знаний и умений. Оратор должен уметь подготовить выступление по заданной теме, уметь изложить материал, установить контакт со слушателями, отвечать на вопросы, быть готовым ко всяким неожиданностям (3, стр.56).

Публичное выступление представляет собой процесс передачи информации, основная цель которого - убедить слушателей в правильности тех или иных положений.

Хорошая речь насчитывает десять элементов: объективность, ясность, образность, целенаправленность, повышение внимания, повторение, неожиданность, смысловую насыщенность, лаконизм, юмор.

Ораторской речью называют воздействующую, убеждающую речь, которая обращена к широкой аудитории, произносится профессионалом речи и имеет своей целью изменить поведение аудитории, её взгляды, убеждения, настроения. Стремление говорящего изменить поведение слушателя может касаться самых разных сторон его жизни: убедить голосовать за нужного депутата, склонить к принятию нужного решения, побудить покупать его определённые товары. Таких конкретных целей существует бесчисленное множество, но в любом случае воздействующая речь направлена на внеязыковую действительность, в сферу жизненных интересов, потребностей слушателя. Умение убеждать всегда ценилось обществом. Особенно велика роль профессионала речи в сфере политики, общественной деятельности. Возрастание роли воздействующей речи в обществе привело к возникновению учения, которое разрабатывало теорию этой разновидности речевой деятельности. Такое учение называется риторикой.

Для общества в целом основная цель обучения языку состоит в том, чтобы научить каждого члена общества облекать любую социально значимую информацию в соответствующую речевую форму.

Подготовка речи начинается задолго до выступления и состоит из нескольких этапов, например, по предложению немецкого ученого X. Леммермана, таких (4, стр.34):

сбор материала,

отбор материала и его организация,

обдумывание материала,

подготовка тезисов или плана,

стилистическое оформление,

написание текста выступления,

мысленное освоение,

проба речи.

Кроме первого, подготовительного этапа, следующий этап - это подготовка к конкретному выступлению. Она определяется видом ораторской речи, зависит от темы, целей, состава аудитории.

Подготовка речи начинается с определения ее темы. Тема должна быть не абстрактной, а ясной и понятной для слушателей, точной и лаконичной Тема может быть выбрана самим автором или ее может определить случай, ситуация.

Тема раскрыта, если освещены все выбранные аспекты, приведено достаточное количество нужных фактов, когда вывод логически вытекает из содержания лекции и слушателям все понятно. Затем определяют цель выступления, так как в одном случае цель - информировать слушателя, в другом - заставить слушателя переживать, в третьем - принять позицию автора. Так, задача информационной речи - дать слушателям новые знания. Информационная речь содержит факты, события, размышления и выводы. Развлекательная речь призвана доставить слушателям удовольствие, снять стресс. Агитационные речи убеждают слушателей, воодушевляют, побуждают к действию. Часто эти цели бывают объединены. Необходимым элементом подготовки является оценка состава слушателей и обстановки. Оратор заранее должен выяснить, какова предполагаемая численность слушателей, социальный состав аудитории, возраст, образовательный и культурный уровень, национальность, В отдельных случаях - вероисповедание. Также необходимо узнать, где будет проходить выступление - в большом зале, маленьком помещении, какова акустика выбранного помещения, не тесно ли будет слушателям. Следующий этап работы - подбор материала для конкретного выступления.

Выступающий должен изучить официальные документы, справочную и научно-популярную литературу, обобщить наблюдения и размышления. В ходе этой работы рекомендуется делать записи, выписывать цитаты, цифры, факты, вести картотеку. Как бы мастерски ни владел оратор речью, текст речи необходимо готовить заранее. Подготовка заранее написанного текста имеет много преимуществ. Его можно проверить, исправить ошибки, внести дополнения и изменения, можно показать кому-либо для проверки. Кроме того, когда оратор работает над речью, он еще раз тщательно продумывает все детали выступления. Чтобы речь прозвучала, дошла до слушателей, чтобы оратор не уклонялся от темы, нужно расположить материал определенным образом. Поэтому очень важна композиция выступления - составление, расположение материала выступления. В композиции можно выделить пять частей: зачин, вступление, основная часть, заключение, концовка речи. Но отдельные части ее могут отсутствовать.

## 2. Виды публичного выступления

Ораторская речь бывает развлекательной, информационной, воодушевляющей, убеждающей, призывающей к действию.

Публичная речь в различных ситуациях общения преследует разные цели, но, как правило, она прагматична, поэтому должна быть продуманной, логически выстроенной. В деловом общении, профессиональной сфере традиционно используются определенные виды речей (1, стр.89).

1. Информационная речь.

Ее цель обогатить слушателей новыми знаниями, пробудить любопытство. Способами создания информационной речи являются описание, повествование, рассуждение. Информационная речь должна пробуждать внимание к затронутой проблеме, в ней не должно быть спорных моментов, должен быть подобран современный материал с примерами и иллюстрациями. В практике вуза часто используются информационные речи студентов на семинаре, при защите реферата, курсовой и дипломной работ. Они обычно включают: определение темы, предмета исследований, методику работы, обзор имеющейся литературы по этой теме, новизну и практическое применение.

Один из распространенных видов публичных выступлений в вузе - научный доклад - сообщение о постановке проблемы, о ходе исследования, о его результатах. Он содержит новые сведения, во многом определяется наличием авторской точки зрения. С ним студент выступает на семинаре или, например, на научной конференции. Он готовится так же, как и другие устные выступления, кроме того, обязательно нужно прочитать текст вслух перед выступлением, составить план.

Таким же образом готовится защита реферата. Выступление включает: объявление темы и цели работы, указание на источники, содержание работы, включающее цитаты, факты, значимость, имеющиеся точки зрения.

Информационная речь ставит своей задачей не только пробудить любознательность, но и дать новое представление о предмете. Она может быть повествованием, описанием, объяснением. Она должна соответствовать следующим требованиям (1, стр.90):

В ней не должно быть ничего спорного;

Она должна вызывать пытливость;

Она должна удовлетворять запросы слушателя;

Сообщение должно быть актуально.

2. Речи, обращенные к чувствам (речи по специальному поводу)

Делятся, как правило, на протокольную речь (рамочную), траурную речь, торжественную речь, речь в дружеском кругу. Произнесение такого рода речей обычно вызывает трудности из-за того, что необходимо правильно выбрать момент, уметь уловить настроение слушателей именно в этот момент, уметь выразить чувства и ожидания слушающих. Необходимо говорить коротко и понятно, но при этом выразительно. Речь должна быть оригинальной и запоминающейся.

Во всех областях деятельности распространена протокольная (рамочная) речь, она не является центром мероприятия, но как бы обрамляет событие. К протокольным речам относятся презентации, приветственные и благодарственные речи, всевозможные открытия (выставок, зданий, мемориалов и др.).

В начале приветственной речи необходимо открыть мероприятие, по поводу которого собрались зрители и слушатели, приветствовать всех собравшихся, приветствовать докладчика и представить его слушателям.

В конце приветственной речи благодарят докладчика и выступающих, обосновывают благодарность и прощаются с аудиторией. Таким образом, в начале и в конце мероприятия рамочная речь состоит из трех пунктов, и совершенно лишним будет рассматривать содержание доклада или характеризовать докладчика, пространно и трафаретно говорить.

Цель торжественной речи - создать праздничное настроение. Как правило, она создается заранее и должна быть короткой, оригинальной, запоминающейся. Речь по поводу юбилея или дня рождения может содержать приветствие, повод, перечисление ответственных моментов, краткую характеристику деятельности, в ней могут приводиться примеры из жизни, выражаться благодарность и пожелания на будущее.

Речь в дружеском кругу, при деловом общении и личном общении имеет разные формы. Например, готовясь к выступлению перед коллегами, нужно предусмотреть следующие моменты:

приветствие и указание на смысл мероприятия,

обзор проделанной работы коллегами, лучше с каким-либо рассказом или шутливым комментарием,

выражение надежды на дальнейшее сотрудничество,

пожелания.

Для подобных выступлений существуют следующие рекомендации:

говорите с волнением в голосе, при этом выступление более сочувственно воспринимается аудиторией;

помните, что для слушателей важнее их цели, а не цели оратора;

не начинайте выступление со смешной истории, если она не несет никакой информации;

не следует говорить чересчур медленно;

в речи должны быть неожиданные переходы;

подводите итоги не только в конце, но и в продолжение речи;

разрешайте аудитории спорить с вами;

не забывайте о юморе.

Развлекательная речь не содержит иной цели, кроме заключающейся в ней самой. Она сама по себе должна развлечь и потешить слушателя. Её часто услышишь на банкете, или в ином месте, где люди встречаются, чтобы приятно провести время.

Воодушевляющая речь - Агитационные речи в общем можно разбить на 3 группы: речи с целью воодушевить; речи с целью убедить; речи с целью вызвать активную реакцию. На деле эти три подвида нередко перекрывают друг друга. Большинство речей с целью убедить вызывают действенные порывы.

Убеждающая речь - убедить - значит логическими доводами доказать или опровергнуть какое либо положение. Такая речь стремиться определить образ мышления и поведения, но не представляет собой призыва к непосредственному действию.

Призывающая к действию речь - слушателя призвали к новому, к продолжению или прекращению прежнего. Призыв к действию бывает прямым и косвенным. Действие может наступить, когда-нибудь или немедленно. Красноречие тоже имеет своё деление на роды и бывает (3, стр.78):

1. Социально политическое красноречие (политическая речь, митинговая речь, агитационная речь)

2. Академическое красноречие (лекции, научный доклад, научное сообщение)

3. Судебное красноречие (обвинительная речь, защитительная речь, речь обвиняемого в свою защиту)

4. Социально бытовое красноречие (похвальная речь, застольная речь, поминальная речь)

5. Богословско-церковное красноречие (проповедь, речь на соборе).

## 3. Оратор и аудитория

Публичное выступление - это устное монологическое высказывание с целью оказания воздействия на аудиторию. В сфере делового общения наиболее часто используются такие жанры, как доклад, информационная, приветственная и торговая речь.

С.Ф. Иванова в работе "Специфика публичной речи" (М., 1978) выявила индивидуальные речевые типы:

1) Рационально - логический. Ораторы этого типа склонны к анализу явлений, к рассуждениям и строгой аргументированности своих и чужих поступков. Их подготовка к любому высказыванию отличается последовательным отбором и строгой систематизацией материалов, обдумыванием и разработкой подробного плана. Этот выношенный план как бы "сидит у них внутри", и ораторы во время выступления не пользуются им. Их часто заботит другое: как сделать свою речь более яркой, эмоциональной, какие подобрать примеры, чтобы заинтересовать аудиторию. "Логиками" чаще всего бывают сангвиники.

2) Эмоционально - интуитивный. Представители этого типа говорят страстно, увлеченно, пересыпая свою речь остротами, каламбурами, но не всегда могут уследить за жесткой логической последовательностью речи и "свести концы с концами". План своих выступлений пишут не всегда, считая, что он их сковывает. Наблюдается совпадение эмоционального речевого типа с холерическим темпераментом.

3) Философский. Ораторы - "философы" более или менее эмоциональны, склонны к анализу, иногда бывают очень организованны в своей работе, а иногда без всякой видимой организации раскрывают какой-нибудь один вопрос, добираются до корня, и вдруг, как лучом света, озаряют все найденной идеей. Их общая черта - стремление к исследованию, глубокому осмыслению явлений прямо на глазах у слушателей, желание и умение вовлечь в этот процесс аудиторию. Чаще всего данную группу составляют люди флегматического темперамента. Лирический, или художественно - образный. Глубокая эмоциональность, лиризм, внутреннее волнение, острая впечатлительность, проникновенность - черты, характерные для типа. Чаще всего в основе его - характер утонченный, меланхолический.



Схема. Критерии оценки аудитории

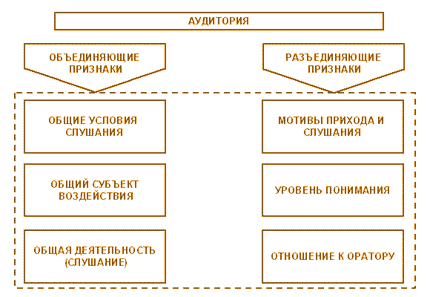


Схема. Признаки аудитории

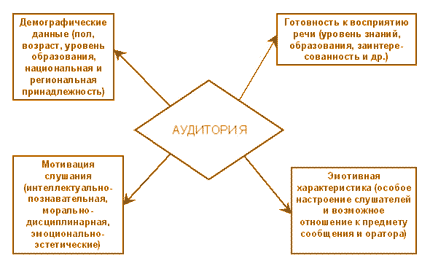


Схема. "Образ аудитории" и ее социо-психологические параметры

Самое высшее проявление мастерства публичного выступления - это контакт со слушателями, то есть общность психического состояния оратора и аудитории. Эта общность возникает на основе совместной мыслительной деятельности, сходных эмоциональных переживаний. Отношение говорящего к предмету речи, его заинтересованность, убежденность вызывают у слушателей ответную реакцию. Как гласит пословица, слово принадлежит наполовину тому, кто говорит, и наполовину тому, кто слушает.

Необходимо чувствовать аудиторию и уметь корректировать свою речь в зависимости от ее реакции.

Оратор должен иметь широкий круг знаний по многим вопросам, и уметь вести дискуссию на любую тему.

Главные показатели взаимопонимания между коммуникантами - положительная реакция на слова выступающего, внешнее выражение внимания у слушателей (их поза, сосредоточенный взгляд, возгласы одобрения, кивки головой, улыбки, смех, аплодисменты), "рабочая" тишина в зале. Контакт - величина переменная. Он может быть полным (со всей аудиторией) и неполным, устойчивым и неустойчивым в разные фрагменты произнесения речи. Чтобы завоевать аудиторию, надо установить с ней и постоянно поддерживать, зрительный контакт.

Выступающий обычно медленно обводит взглядом слушателей. Перед началом речи выдерживают небольшую психологическую паузу - 5 - 7 секунд. Речь оратора не должна быть монотонной. Фразы должны произноситься с разной интонацией. Они разделяются паузами. Существует гросспауза, она делается при смысловом переходе, для эмоционального эффекта, и для подчеркивания важности предыдущей или последующей фразы.

В каждое слово речи необходимо вливать как можно больше силы и энергии. Для современной ораторской речи является характерным сочетание логико-аналитических и эмоционально-образных языковых средств.

Практика выступления лучших ораторов показывает, что сухое деловое выступление, сводимое к передаче "голой" информации в современной, хорошо осведомленной аудитории, как правило, остается без внимания, а нередко вызывает скуку и даже раздражение. Как бы не интересна была тема, внимание аудитории со временем притупляется. Его необходимо поддерживать с помощью следующих ораторских приемов:

Вопросно-ответный прием. Оратор ставит вопросы, и сам на них отвечает, выдвигает возможные сомнения и возражения, выясняет их и приходит к определенным выводам. Переход от монолога к диалогу (полемике) позволяет приобщить к процессу обсуждения отдельных участников, активизировать тем самым их интерес. Прием создания проблемной ситуации. Слушателям предлагается ситуация, вызывающая вопрос: "Почему?", что стимулирует их познавательную активность.

Прием новизны информации, гипотез заставляет аудиторию предполагать, размышлять.

Опора на личный опыт, мнения, которые всегда интересны слушателям.

Показ практической значимости информации. Использование юмора позволяет быстро завоевать аудиторию.

Краткое отступление от темы дает возможность слушателям "отдохнуть".

Замедление с одновременным понижением силы голоса способно привлечь внимание к ответственным местам выступления (прием "тихий голос").

Прием градации - нарастание смысловой и эмоциональной значимости слова. Градация позволяет усилить, придать им эмоциональную выразительность фразе, сформулированной мысли.

Прием инверсии - речевой оборот, который как бы развертывает привычный, общепринятый ход мыслей и выражений на диаметрально противоположный.

Прием апелляции к собственным мыслям.

Среди приемов ораторской речи, существенно повышающих ее эффективность и убедительность, следует особо выделить лексические приемы.

Практически во всех руководствах по ораторскому искусству среди лексических приемов рекомендуется использовать так называемые тропы.

Тропы - это речевые обороты и отдельные слова, употребляемые в переносном значении, которые позволяют достичь необходимой эмоциональной выразительности и образности. К тропам относят сравнения, метафоры, эпитеты, гиперболы...

Сравнение - один из наиболее часто используемых приемов, который обладает большой убеждающей силой, стимулирует у слушателей ассоциативное и образное мышление и тем самым позволяет оратору достичь желаемого эффекта.

Метафора - это перенос названия одного предмета на другой, это речевое сближение 2 явлений по сходству или контрасту. Например:

"Локомотив истории остановить невозможно..."

Эпитет - образное определение предмета, явления, раскрывающее его сущность. Например: "Студент - это не сосуд, который следует заполнить знаниями, а факел, который надо зажечь!."

Аллегория - иносказательно изображает что-либо. Например: "Однажды прохожий спросил у строителя: "Что ты делаешь?" Тот подумал и ответил: "Не видишь? Вожу камни". Второй строитель на тот же вопрос ответил:

"Зарабатываю деньги!"

Гипербола представляет собой вид тропа, состоящего в преднамеренном преувеличении свойств, качеств предметов и явлений. Например: "Редкая птица долетит до середины Днепра".

Действенным средством контакта являются специальные слова и выражения, которые обеспечивают обратную связь. Это личные местоимения 1 и 2 лица (я, вы, мы, мы с вами), глаголы в 1 и 2 лице (попробуем понять, оговоримся, отметим, прошу вас, отметьте себе, подумайте, конкретизируем и др.), обращения (уважаемые коллеги, дорогие мои), риторические вопросы (Вы ведь хотите услышать мое мнение?). Специфика устной речи проявляется в построении фраз и целых предложений. Считается, что в публичном выступлении предпочтение следует отдавать более коротким предложениям, они лучше воспринимаются на слух и запоминаются. Кроме того, короткое предложение позволяет более вариантно подходить к изменению интонации. Перечисленные языковые средства контакта помогают преодолеть "барьер", служат объединению говорящего со слушателями.

## Заключение

Вряд ли нужно доказывать, что все виды публичного выступления нуждаются в осмыслении, упорядочивании, самоконтроле. Это и есть культура общения, т.е. речи. Научное осмысление некоторых видов уже имеет свою многовековую историю, иные новы: например, культура внутренней речи, которая, кстати, в жизни человека составляет наибольший, труднейший и самый долгий по времени блок.

Культура мысленной речи - залог успеха внешней, звучащей или написанной, речи.

Сравнительно недавно предметом риторики стала и бытовая речь, кроме дружеской беседы, которой уделил внимание Аристотель.

Возможно, в дальнейшем будут выделены еще какие-то виды речи, их сферы, например, врачебное красноречие, речь в сфере обслуживания - гостеприимства, туризма…

## Список литературы

1. Александров Д.Н. Риторика. - М.: 1999.
2. Введенская Л.А., Павлова Л.Г. Культура и искусство речи. - Ростов-н/Д, 1996.
3. Делецкий Ч. Практикум по риторике. - М.: 1996.
4. Иванова С.Ф. Специфика публичной речи. - М.: 1978.
5. Львов М.Р. Риторика. Культура речи: Учеб. пособие для студентов гуманитарных факультетов вузов. - М.: Издательский центр "Академия", 2003.