**Подготовка к публичному выступлению**

Зиновьева К. Э.

**Введение**

Умение влиять на людей с древних времен считалось одним из высших талантов. Не вступая в спор о роли личности в истории, нужно отметить, что существует огромное количество исторических событий, которые никогда не осуществились, если бы не появились люди, направившие их развитие в определенном направлении. И одним из главных инструментов воздействия на других была ораторская речь. Целью ораторской речи является измерение мировоззрения слушателей в определенной области и воздействие на их поступки. «До того, как Вы закончите выступление ... нужно внушить Вашей аудитории, что она должна что-то реально сделать. Неважно, что именно - написать письмо конгрессмену, позвонить своему соседу или обдумать какое-то ваше предложение. Иными словами, не покидайте трибуну, не организовав аудиторию должным образом». Речевое мастерство, ораторское искусство – совокупность операций по подготовке и произнесению публичной речи, проведению беседы, дискуссии, с целью добиться желаемой реакции аудитории. Не только умение подготовить речь, но и умение свободно держаться перед публикой, безукоризненно владеть голосом, жестом и мимикой и безошибочно реагировать на поведение аудитории – таковы объективные требования к стремящемуся произвести желаемое воздействие на слушателей.

**Успешность публичного выступления**

Работу по подготовке речи можно подразделить на две основные фазы: докоммуникативную, т.е. подготовку выступления и коммуникативную – взаимодействие с аудиторией.

1.1 Докоммуникативная фаза.

В докоммуникативной фазе различают два начальных этапа: определение темы и цели выступления; - оценка аудитории и обстановки.

Работа на этих этапах носит характер учета и оценки объективных данных: тема и цель выступления обычно задаются программой, расписанием и т.п.

Оратор должен иметь ясное и определенное представление о том, что он будет говорить. Тема для выступления должна глубоко затрагивать оратора, вызывать у него глубокий интерес. Это должно быть нечто такое, что произвело на него сильное впечатление. Если есть возможность, то нужно остановиться на том, что хорошо знакомо и интересно лично выступающему. Тогда это, возможно, будет интересно и значимо для других. Тему следует выбирать тщательно.

Затем, нужно попробовать сузить её, чтобы она представляла наибольший интерес. Необходимо решить: описывать ли предмет, разъяснять что-либо о предмете, оспаривать ли некую точку зрения или излагать новую версию. Не надо пытаться «втиснуть» слишком много материала в ограниченное время. Если есть возможность, то необходимо подумать над будущей речью несколько дней. За это время появится множество новых идей.

Стержневая идея – это основной тезис, который необходимо ясно сформулировать с самого начала. Знание цели усиливает внимание. В речи может быть несколько стержневых идей, но не более трех. Стержневая идея дает возможность задать определенную тональность выступлению. Например, доклады на научно-технические темы могут произноситься с сердитой, упрекающей интонацией, смысл которой состоим в не произносимых, но подразумеваемых выражениях типа «Если вы не сделаете этого, то пожалеете», или «Не могу понять, почему вы не делаете то-то и то- то». Подобный слегка раздраженный тон позволяет докладчику эффективнее донести свою идею до слушателей.

Возможны интонационные окраски выступлений: - мажорная; - беспечная или юмористическая; - шутливая; - сердитая или упрекающая; - мрачная; - торжественная; - предостерегающая; - просительная.

Однако тема для выступления должна глубоко затрагивать не только оратора, но и аудиторию. Некоторые люди, говоря о своих делах, совершают непростительную ошибку, - касаются только тех сторон, которые интересуют их самих, но совершенно не интересны тем, кто их слушает.

В процессе подготовки к публичному выступлению необходимо изучать свою аудиторию, подумать о нуждах, пожеланиях слушателей, и это часто обеспечивает половину успеха. Состояние аудитории и обстановка не выбираются выступающим. Нужно прочитать как можно больше литературы по теме выступления, так как сведения, известные оратору, но не изложенные в его речи, придадут ей убедительность и яркость.

Для успешного выступления необходимо составить план, набор тезисов, причем желательно сделать это письменно, так как если не удается изложить план на бумаге, значит, он еще не додуман. Наличие плана упорядочивает изложение мыслей, упрощает их восприятие, позволяет отбросить менее значимое.

При подготовке выступления и во время его особую важность представляет понимание, что основные тезисы необходимо передавать в виде образов. Успех публичного выступления зависит не только от правильности рассуждений оратора, содержания его речи, но и от способности слушателей воспринимать информацию только в виде ярких живых впечатлений. Доказательства этому видны везде. Например, люди приходят в негодование, когда видят в новостях человека, убившего 10 невинных жертв, но спокойно работают на производстве сигарет (на табачных заводах), содействуя, таким образом тысячам, смертей от рака легких. Это показывает, что не факты сами по себе поражают воображение людей, а то, каким образом они распределяются и представляются толпе. Кто владеет искусством производить впечатление на воображение людей, тот и обладает искусством ими управлять.

Сформулировать основной тезис означает ответить на вопрос, зачем говорить (цель) и о чем говорить (средства достижения цели).

Требования к основному тезису выступления: - фраза должна утверждать главную мысль и соответствовать цели выступления; - суждение должно быть кратким, ясным, легко удерживаться в кратковременной памяти; - мысль должна пониматься однозначно, не заключать в себе противоречия. После подготовки плана выступления полезно проконтролировать себя вопросами: - Вызывает ли мое выступление интерес? - Достаточно ли я знаю по данному вопросу, и имеется ли у меня достаточно данных? - Смогу ли я закончить выступление в отведенное время? - Соответствует ли мое выступление уровню моих знаний и опыту? Затем необходимо спросить себя: «Кто мои слушатели?». Если ответ затруднителен, то лучше представить себе группу из двух-трех человек, к которым обращено выступление и, готовить речь для них. Обязательно нужно принять во внимание следующие характеристики аудитории: - возраст; - уровень образования; - профессия; - цель прихода людей на выступление; - уровень заинтересованности в теме; - уровень осведомленности в данном вопросе;

Желательно заранее поговорить с некоторыми людьми из предполагаемой публики, чтобы лучше узнать аудиторию.

Место выступления – очень важный фактор успешного выступления. Для того, чтобы чувствовать себя уверенно, нужно заранее придти в зал и освоиться. Если предполагается использование микрофона, то его необходимо отрегулировать.

Оценка темы, цели и аудитории является основой и фоном следующего этапа докоммуникативной фазы – «кодирования», т.е. создания сообщения на данную тему, с заданной целью, для данной аудитории и в соответствии с конкретной обстановкой.

Этот этап включает: - подбор материалов; - композиционно-логическое оформление речи; - использование фактологического материала; - работу над языком и стилем выступления.

Фактологический материал Цифровые данные, для облегчения восприятия лучше демонстрировать посредством таблиц и графиков, а не злоупотреблять их зачитыванием. Лучше всего, когда в устном выступлении количество цифрового материала ограничено, на него лучше ссылаться, а не приводить полностью, так как цифры скорее утомляют слушателей, нежели вызывают интерес.

Докоммуникативная фаза обязательно должна завершаться репетицией выступления. Потренироваться можно перед близкими или друзьями, можно использовать средства аудиозаписи и видеозаписи, чтобы проконтролировать хронометраж, качество выступления – одним словом, посмотреть на себя со стороны.

1.2 Коммуникативная фаза.

Коммуникативная фаза – это произнесение речи, ответы на вопросы слушателей, ведение дискуссии и т.д.

Оратору, стремящемуся к достижению успеха, конструктивного результата, необходимо тщательно подготовить выступление. Такую подготовку можно представить в виде таких составных частей как подготовка манеры поведения, учитывать сложившиеся ритуалы и субординацию.

Выступление должно состоять из трех частей: - вступление (10-15%); - основная часть (60-65%); - заключение (20-30%).

3 Вступление. Является важной частью, так как более всего запоминается слушателям, поэтому должно быть тщательно продуманным. Оно включает: - объяснение цели; - название доклада и расшифровку подзаголовка с целью точного определения содержания выступления; - четкое определение стержневой идеи. «Засиживаться» на вступлении не стоит – оно должно быть кратким.

Основная часть. Это всестороннее обоснование главного тезиса. Некоторые варианты системного построения аргументации: - проблемное изложение (выявление и анализ противоречий, путей их разрешения); - хронологическое изложение; - изложение от причин к следствиям (от частного к общему); - индуктивное изложение (от общего к частному). Рассматриваются различные аспекты, способствующие лучшему осмыслению слушателями идеи. При этом очень важно не перерасходовать время, обязательно оставив его для заключения. План развития основной части должен быть ясным. Предмет выступления должен раскрываться конкретно и стройно. Должно быть подобрано как можно больше фактологических материалов и необходимых примеров.

Заключение. Формулирование выводов, которые следуют из главной цели и основной идеи выступления. Правильно построенное заключение способствует хорошему впечатлению от выступления в целом. Здесь имеет смысл повторить стержневую идею и, кроме того, вновь (в кратком виде) вернуться к тем моментам основной части, которые вызвали интерес слушателей. Закончить выступление можно решительным заявлением, подводящим его итог.

Теперь рассмотрим способы выступления. Необходимо избрать способ выступления – заглядывать в конспект либо избегая чтения текста. Использование конспекта очень действенно, так как речь звучит естественно, слова приходят сами собой. Чтение же заранее написанного текста значительно уменьшает влияние выступления на аудиторию. Запоминание написанного текста заметно сковывает выступающего и привязывает к заранее составленному плану, не давая возможности откликаться на реакцию аудитории.

Существуют так называемые уловки оратора. Следует понимать, что никакие навыки и умения сами по себе не принесут успеха выступающему, если его разговор с аудиторией не будет проникнут глубокой идейностью и убежденностью в том, о чем говорится. Общеизвестно, что бесстрастная и вялая речь не вызывает отклика в сердцах слушателей, какой бы интересной и важной темы она ни касалась. И наоборот, иной раз даже не совсем складное выступление затронет аудиторию, если оратор говорит о накипевшем в душе, если аудитория поверит в искренность выступающего. Яркая, энергичная речь, отражающая увлеченность оратора, его уверенность, обладает значительной внушающей силой. Обратим внимание на некоторые моменты.

Фразы. Установлено, что короткие фразы легче воспринимаются на слух, чем длинные. Лишь половина взрослых людей в состоянии понять фразу, содержащую боле тринадцати слов. А третья часть всех людей, слушая четырнадцатое и последующие слова одного предложения, вообще забывают его начало. Необходимо избегать сложных предложений, с причастным и деепричастным оборотами. Излагая сложный вопрос, нужно постараться передать информацию по частям.

Паузы. Очень важный элемент выступления. Известно, что слова звучат убедительнее после мини-пауз. Пауза в устной речи выполняет ту же роль, что знаки препинания на письме. После сложных выводов или длинных предложений необходимо сделать паузу, чтобы слушатели могли вдуматься в сказанное или правильно понять выводы. Если выступающий хочет, чтобы его понимали, то не следует говорить без паузы дольше, чем пять с половиной секунд (!).

Обращение к аудитории. Известно, что обращение к собеседнику по имени создает более доверительный контекст деловой беседы. При публичном выступлении также можно использовать подобные уловки. Так, косвенными обращениями могут служить следующие выражения: «Как Вам известно», «Уверен, что Вас это не оставит равнодушными». Подобные доводы к аудитории – это своеобразные высказывания, подсознательно воздействующие на волю и интересы слушателей. Выступающий показывает, что слушатели интересны ему, а это самый простой путь достижения взаимопонимания.

Комплимент. Другой элемент речевого этикета – комплимент. По своей сути он содержит в себе психологический механизм внушения. Особенно эффективен комплимент на фоне антикомплимента себе самому. Стиль комплимента слушателям зависит от ситуации, предыдущего контекста речи и специфики взаимоотношений выступающего и аудитории.

Реакция аудитории. Во время выступления должно постоянно контролировать реакцию слушателей. Внимательность и наблюдательность в сочетании с опытом позволяют оратору уловить настроение публики. Возможно, рассмотрение некоторых вопросов придется сократить или вовсе отказаться от них. Часто удачная шутка может разрядить атмосферу.

Приветствие и прощание. Представление. В начале выступления необходимо представиться. Представление может осуществляться без посредника или при помощи посредника. В официальной обстановке может быть такое начало: - Позвольте представиться! В этой форму оттенок официальности выражен очень ярко. Возможны и другие формы представления – менее официальные: - Разрешите представиться! Говорящий, как бы просит предварительное разрешение вступить в контакт, назвать себя. Далее, выступающий называет свою фамилию, имя и отчество в именительном падеже, а также (при необходимости) место работы, должность и профессию. Прощание. Для делового общения характерны стилистически нейтральные стереотипы прощания: - До свидания! - Позвольте (разрешите) попрощаться… Нужно иметь в виду, что во многих случаях перед прощанием желательно поблагодарить собравшуюся публику. Еще одна особенность употребления речевых формул приветствия и прощания состоит в их сочетании с невербальными средствами (жест, улыбка), выражающими внимание, доброжелательность, готовность к контакту.

Язык жестов и поз. Как держаться во время выступления. Не стоит прятаться за трибуной, не стоит бояться передвигаться по сцене. Стоять нужно прямо и перенести центр тяжести с пяток на носки. С отдельными слушателями можно наладить зрительный контакт. Выступление не должно быть монотонным, поэтому следует менять тембр голоса, подчеркивая новые и важные мысли. Очень важно контролировать скорость речи: при быстрой речи аудитория не воспринимает всего материала, а при медленной – люди отвлекаются.

Имидж оратора. Власть оратора над аудиторией зависит не только от его силы, ума и воли, но и от производимого им впечатления и его привлекательности. Создание позитивного образа играет значительную роль в достижении успеха. Случается, что одна неподходящая деталь или несочетающиеся цвета могут разрушить весь тщательно продуманный костюм. Одежда может испортить все выступление, если голова будет занята не выступлением, а тем, что пуговица на пиджаке болтается на ниточке и вот-вот упадет. Роль одежды в деловом общении очень значительна, поскольку она несет многомерную информацию о своем обладателе: - о его финансовых возможностях; - об эстетическом вкусе; - о принадлежности к определенной социальной группе, профессии; - об отношении к окружающим людям. Одежда влияет на успех или неуспех. Психологическая основа этого – «эффект ореола». В зависимости от ситуации, деловой костюм может быть в достаточно свободных комбинациях (например, водолазка вместо сорочки), но увлекаться этим не стоит. Не стоит и слепо следовать новинкам моды. Если фигура мужчины не подходит под описание «высокий и стройный», то двубортный костюм из гардероба лучше исключить – он еще больше «укоротит» фигуру, а полных превратит в «колобков». А чем отличается костюм деловой женщины? Для деловой женщины нет мелочей. Все – от прически до обуви - тщательно продумано. Есть несложные правила создания имиджа преуспевающей женщины. При подборе одежды важно: - умение подбирать одежду. Следует избегать кричащих нарядов, обтягивающих силуэтов, изделий из прозрачных материалов, толстых свитеров, декольте и мини-юбок; - умение ее носить; - умение пользоваться разнообразными аксессуарами. Чем меньше украшений, тем лучше. Если деловая женщина надевает украшение, то оно должно быть функционально, или целенаправленно. Самое необходимое украшение для деловой женщины – это обручальное кольцо. Оно говорит о том, что вы заняты делом и ничем другим. Аргументация. Убедить – значит логически доказать или опровергнуть какое-либо положение. Это чисто логическая задача. Эрудиция, доброжелательность и тактичность создают обстановку, располагающую к беседе. Для достижения успеха необходимо уметь выражать свои идеи, возбуждать в аудитории интерес к речи. Нужно быть готовым к ответам на возможные вопросы.

**Выводы**

Таким образом, чтобы выполнить свою задачу и донести до слушателя слово, выступающий должен обладать значительным диапазоном разнообразных знаний, умений и навыков, среди которых важнейшими являются: - знания основных социальных и психолого-педагогических особенностей процесса публичной речи; - умение подобрать материал для выступления и оформить его в соответствии с целевой установкой, законами композиции, логики и психологии, а также с особенностями устной речи и специфики аудитории; - умение установить контакт с людьми, выступить перед ними, соблюдая правила поведения на трибуне и используя обратную связь с аудиторией; - безупречное владение устной речью: голосом, интонацией, мимикой, жестом, соблюдение всех требований культуры речи; - умение отвечать на вопросы аудитории, вести диалог, беседу, дискуссию. Перечисленные основные знания, умения и навыки выступающего приобретаются в результате упорного труда и постоянных тренировок. Пренебрегать этими знаниями – значит не понимать особенностей ораторского искусства как сложного вида деятельности.

**Список литературы**

1 Кохтев Н.Н., Розенталь Д.Э. «Искусство публичного выступления», М., 1988.

2 Вербовая Н.П. «Искусство речи», М., 1977.

3 Карнеги Д., «Как овладеть навыками ораторского искусства», М., 1997.

4 Александров Д.Н., «Риторика», М., 2000.

5 Апресян Г.З. «Ораторское искусство», М., 1972.

6 Интернет источники