

**БИБЛИОТЕКА МОДЕРАТОРА  
ОЦЕНОЧНОЙ СЕССИИ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗНАНИЙ  
ПО ОХРАНЕ ТРУДА**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ  
1.1. ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ**

# ПУБЛИЧНЫЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ

## ВВЕДЕНИЕ

**Публичное выступление** - это официальное выступление оратора перед непосредственно присутствующей в зале достаточно большой и организованной аудиторией.

**Что значит официальное?** Официальное выступление - это значит, что выступление заранее объявлено, оратор представлен аудитории или известен ей из объявления, заранее известна тема, о выступающем известны определенные сведения - кто он по профессии, должности, откуда и т.д.

**Что значит непосредственное присутствие аудитории?** Это значит, что выступающий находится в одной комнате со слушателями, видит их, они видят его, могут задать ему вопросы.

**Что значит достаточно большая аудитория?** Обычно считают, что аудитория публичного выступления начинается с 10-12 человек, а если их меньше, то будет иметь место скорее беседа с группой, чем публичное выступление. Самая лучшая для оратора по размеру аудитория - 25-30 человек.

**Что значит организованная аудитория?** Это значит, что они пришли к определенному времени, в определенное место, знают тему или выступающего, примерную продолжительность его выступления, располагают временем его слушать и готовы это делать.

## ВИДЫ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ ПО ЦЕЛИ

По цели выделяют четыре основные, наиболее распространенные в ораторской практике вида публичных выступлений:

1. Информационное
2. Протольно-этикетное
3. Развлекательное
4. Убеждающее

1. Цель - сообщить некоторую информацию.

Такая речь называется *информационной*. Информационный жанр используется в научном докладе, сообщении, лекции перед студентами, в монологе учителя при объяснении, в рассказе о каком-либо случае или при описании некоторого явления, в ответе ученика на уроке. Инструкция, объявление о предстоящем событии тоже относятся к информационным выступлениям.

2. Цель - соблюсти некоторый общепринятый, ритуал, протокол, соблюсти этикет.

В этом случае можно говорить о *протольно-этикетном выступлении*: приветствие официальной делегации, официальное поздравление юбиляра,

вступительное слово перед каким-либо официальным мероприятием, выступление с оценкой заслуг человека или организации (похвальное слово), речь на траурном митинге, официальный тост и др.

3. Цель - развлечь собравшихся.

В таком случае мы будем иметь *развлекательное* выступление. Таковы, например, многие неофициальные тосты, речи на банкетах, рассказы об интересных происшествиях, смешных случаях из жизни и др.

4. Цель - убедить.

*Убеждающая* речь призвана показать правильность занимаемой оратором позиции, укрепить или изменить мнение аудитории по этому вопросу. Типичные случаи убеждающих выступлений - выступления в научных и политических дискуссиях, предвыборные, агитационные, рекламные выступления.

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 и другие смешанные типы.

## ВИДЫ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ ПО ФОРМЕ

Различаются также виды публичной речи по форме (формы публичного выступления):

- Доклад
- Сообщение
- Выступление
- Лекция
- Беседа

*Доклад* - развернутое сообщение, которое раскрывает какую-либо важную научную или общественно-политическую проблему. Доклады делаются обычно на серьезные, научные, производственные, политические темы. По времени доклады могут длиться от 10-15 минут до двух-трех часов (например, доклады правительства).

*Сообщение* - небольшое по времени (5-10 минут) выступление, в котором рассматривается один небольшой вопрос или проблема. Сообщение - это маленький доклад на частную тему. Каждое сообщение посвящено частному аспекту какой-либо проблемы. Сообщения готовятся заранее, их надо продумать, почитать литературу.

*Выступление* - краткое, обычно подготовленное сообщение при обсуждении какого-либо заранее объявленного вопроса. Выступления всегда кратки - 3-5 минут, тема выступления может быть выбрана человеком заранее (в рамках обсуждаемой проблемы) либо сформулирована в ходе обсуждения проблемы

(импровизационное выступление).

*Лекция* - связное, развернутое научное или научно-популярное изложение какого-либо вопроса специалистом. Лекции используются в учебной обстановке - в школе, в вузе, научно-популярные лекции на те или иные темы читаются для широкого круга слушающих. В лекции обязательно должны быть выделены отдельные вопросы (пункты). Лекции обычно бывают по длительности от 20 -30 минут до часа-полтора (вузовская лекция).

*Беседа* - развернутый, подготовленный (то есть заранее продуманный оратором) диалог со слушателями. Беседа может включать достаточно продолжительные отрезки речи оратора (монологи), но она предполагает обязательное задавание вопросов слушателям, выслушивание, анализ и комментирование их ответов. Беседа используется в публичной речи тогда, когда аудитория небольшая - не более 20-30 человек, когда слушатели заинтересованы в информации, которую им сообщают.

## ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯМ К ПУБЛИЧНОМУ ВЫСТУПЛЕНИЮ

1. Решительное начало выступления
2. Интерес
3. Сдержанная эмоциональность
4. Краткость
5. Диалогичность
6. Разговорность
7. Установление и поддержание контакта с аудиторией
8. Понятность главной мысли
9. Решительное завершение

Разные жанры, как и разные формы публичного выступления (лекция, доклада, выступление и др.) требуют разных приемов подготовки. Но есть в риторике общие правила подготовки публичного выступления - правила, которые можно и нужно применять при подготовке практически любого выступления, в любом жанре. Эти правила называются *общими требованиями к публичному выступлению*. Назовем основные из них:

### 1. Решительное начало выступления

Первая фраза выступления должна быть продумана, подготовлена заранее и хорошо выучена. Нельзя запинаться в первой же фразе выступления или задумываться над тем, с чего вы начнете, - такого оратора аудитория сразу посчитает неуверенным, некомпетентным. Первая фраза должна быть четкой и понятной для слушателей. Она должна быть заранее приготовлена и хорошо отрепетирована, произнесена уверенно и выразительно.

### 2. Интерес

Интерес - это напряжение в тексте. Интерес создается в выступлении при намеренном столкновении разных точек зрения, путем вступления оратора в спор

с каким-либо мнением, авторитетом или точкой зрения, при рассказе о каких-либо необычных или трагических событиях, происшествиях. Как говорил Дейл Карнеги, «мир любит слушать о борьбе». Интерес должен быть создан в тексте на этапе его подготовки.

### *3. Сдержанная эмоциональность*

Эмоциональность - обязательное требование к публичному выступлению, абсолютно необходимый его элемент. Слушатели должны ощущать, что вы говорите эмоционально, взволнованно, что вам самому небезразлично то, что вы говорите. Выступление ни в коем случае не должно быть монотонным. Однако эмоциональность должна быть именно сдержанной. В связи с этим предпочтительнее приводить факты, вызывающие у слушателей эмоции, нежели самому говорить слишком эмоционально.

### *4. Краткость*

Краткие выступления рассматриваются в большинстве аудиторий как более умные, более правильные, содержащие истинную информацию. Крайне необходимо соблюсти отведенный регламент, уложиться в отведенное вам время, это повышает доверие аудитории к вам.

### *5. Диалогичность*

Выступление должно представлять собой как бы диалог со слушателями. Оратор не должен все время говорить сам, он должен задавать вопросы аудитории, выслушивать ее ответы, реагировать на поведение аудитории. Любое выступление должно иметь черты беседы.

### *6. Разговорность*

Стиль выступления должен быть преимущественно разговорным, выступление должно носить характер непринужденной беседы. В этом и заключается разговорность стиля выступления. Разговорность ораторского выступления существенно повышает доверие к оратору, а значит - и к содержанию его речи.

Не надо использовать много специальных, книжных, иностранных слов, надо говорить проще - это тоже проявление требования разговорности. Можно использовать (умеренно!) сниженные слова, юмор, шутку.

### *7. Установление и поддержание контакта с аудиторией*

Само собой разумеется, что данное требование относится к числу важнейших. Что значит «установить контакт с аудиторией»? Это значит - смотреть на аудиторию во время выступления, следить за ее реакцией, вносить изменения в свое выступление в зависимости от реакции аудитории, демонстрировать приветливость, дружелюбие, готовность ответить на вопросы, вести с аудиторией диалог. Аудиторию надо разбить на секторы и смотреть по очереди на каждый сектор.

### 8. *Понятность главной мысли*

Главная мысль должна быть сформулирована словами, причем желательно – не менее двух-трех раз в ходе выступления. В подавляющем большинстве случаев аудитория любит выводы и ждет выводов от оратора в сформулированном виде.

### 9. *Решительное завершение*

Как и начало, конец выступления должен быть кратким, ясным, понятным, заранее продуманным. Окончательную фразу надо заранее продумать и сформулировать словами. Ее, как и начальную фразу, надо отрепетировать, чтобы произнести без запинки, четко и понятно. Заключительная фраза должна быть произнесена эмоционально, несколько замедленно и многозначительно, чтобы аудитория хорошо поняла ее и одновременно поняла, что это – завершение вашего выступления.

В публичных выступлениях разных жанров некоторые из приведенных общих требований могут проявляться в разной степени: например, понятность главной мысли более важна в убеждающих выступлениях, чем в развлекательных, краткость важнее в информационных, чем в некоторых видах протольно-этикетных выступлений, эмоциональность в протольно-этикетных выступлениях может быть выше, чем в информационных и т.д.

## РАБОТА НАД РЕЧЬЮ ВО ВРЕМЯ ВЫСТУПЛЕНИЯ

Необходимо предварительно поработать над написанным вами текстом выступления, чтобы этот текст был удобен для устного воспроизведения. Подобная работа над текстом называется в риторике *«орализация текста»* (от англ. oral – устный), то есть «превращение письменного текста в устный». Можно говорить об определенных правилах орализации, которым рекомендуется следовать при работе над речевой формой выступления.

### *Разговорность стиля*

Книжные и официальные слова надо постараться в процессе подготовки выступления заменить на стилистически нейтральные или разговорные (прием стилистической замены). Нейтральная и разговорная лексика легче воспринимается слушателями и вызывает большее доверие к оратору. Так, вместо «в условиях конспирации» лучше сказать «в условиях секретности». Вместо «в прессе» можно сказать «в газетах», вместо «средства массовой информации» – «газеты, радио и телевидение», вместо «прессинг» – «сильное давление» и т.д.

### *Простота изложения*

М.Жванецкий говорил: «Почему слушатели засыпают, а лектор – никогда? Видимо, у них более трудная работа». Понимание речи на слух – действительно довольно трудная задача, и ее надо для слушателей максимально упростить.

Иногда бывает необходимо употребить в выступлении научные и абстрактные слова, но их не должно быть много и нужно тщательно продумать, как это правильно сделать. Соответствующее слово нужно понятно объяснить – дать



определение простыми словами, назвать синонимы, близкие по значению слова и выражения, привести пример его употребления, объяснить происхождение, повторить несколько раз в разных сочетаниях.

Например:

«Последнее время мы часто слышим слово «инвестиции». А что же это слово означает? Это слово немецкое, означает «вложение денег в какое-либо дело, предприятие». Инвестиция – это не просто предоставление денег на что-либо, это вложение денег на длительный срок, долгосрочное вложение капитала. А «инвестор» – это человек, который вкладывает деньги. Инвестор, вкладывая деньги, рассчитывает, конечно же, на развитие того предприятия, в которое он вкладывает свои средства, и надеется впоследствии получить от этого предприятия прибыль. Ясно, что инвестиция для любого инвестора – это риск. Понятно также, что нашей экономике сейчас очень нужны инвестиции, и государство старается привлечь в нашу экономику солидных инвесторов. Поэтому слово «инвестиции» так часто употребляется сейчас в нашей прессе. Таким образом, инвестиция – это долгосрочное вложение капитала в какое-нибудь дело. Сегодня мы поговорим с вами о проблемах инвестиций в российскую экономику».

Объяснение сложных слов и понятий через простые называется *приемом популяризации*. Владение данным приемом является важнейшим условием подготовки эффективного устного текста.

Текст надо строить с использованием более простых и коротких предложений, используя хорошо воспринимающиеся на слух вопросы и ответы (последнее отвечает и требованию диалогичности публичного выступления). Из каждого длинного предложения в процессе подготовки текста лучше сделать несколько коротких. Известно, что лучше воспринимаются слушателями предложения, не превышающие 13 - 15 слов.

Приведение цифровых данных значительно повышает убедительность выступления, однако необходимо соблюдать ряд правил приведения цифровых данных в устном выступлении:

1. Цифр должно быть немного, только тогда они выглядят убедительными для слушателей.
2. Цифры лучше округлять.
3. Статистические данные надо давать в сравнении или в пропорции (например: *сейчас население нашего города в три раза больше, чем до войны*).
4. Не следует указывать точные цифры квадратных километров, кубометров и населения, а подавать эти данные в наглядном сравнении, например: «по площади как Москва», «такого количества газа нам хватит, чтобы обогреть наш дом 2,5 года» и т. д.
5. Необходимо точно указывать источник приводимых статистических данных.

### *Конкретность лексики*

Необходимо избегать использования в речи слишком обобщенных наименований, конкретизируя их, то есть заменяя на более конкретные, (прием

конкретизации). Вместо того, чтобы сказать «Это нужно прежде всего работникам бюджетной сферы», лучше сказать «Это нужно врачам и учителям, пенсионерам и воспитателям детских садов, инвалидам и медицинским сестрам, работникам музеев и актерам театров» и т.д. Конкретные наименования гораздо понятнее и ближе слушателям.

Вместо существительных, где это можно, лучше употреблять глаголы: *вскрытие* - *вскрыть*, *обеспечение* - *обеспечить*, *достижение* - *достичь*, *улучшение* - *улучшить*, что делает восприятие более конкретным и наглядным.

Конкретизация также касается формы «упаковки» идей оратора. Для повышения внимания слушателей, для придания речи наглядности, образности, большей достоверности и убедительности целесообразно, вводя идею, можно приводить конкретные *подробности*, касающиеся появления этой идеи у оратора. Так, вместо «Недавно я встретил своего старого знакомого, который рассказал мне...» можно сказать так: «На прошлой неделе, когда ехал на дачу, на автостанции я увидел своего старого приятеля, с которым вместе когда-то работал и которого не видел более 20 лет. Естественно, стали спрашивать друг друга, как дела, какие новости. И он, представляете, рассказал мне...».

### *Разнообразие речевых средств*

Выражаемая идея должна повторяться в ходе выступления, но повтор должен осуществляться в *разной* словесной форме. По возможности надо стараться избегать слов, обозначающих привычные оценки (*хорошо*, *плохо*, *великолепно*, *необыкновенно* и др.). Конечно, без них трудно обойтись, но надо стараться разнообразить их.

К важным средствам изложения относится повтор - «учиться, учиться и еще раз учиться». Повтор ведет к запоминанию (вспомним – «повторение - мать учения»); однако установлено, что механический повтор мысли четыре раза увеличивает количество воспринявших и запомнивших в два раза. Это означает, что повтор должен быть видоизмененным, нельзя повторять мысль в одной и той же словесной форме.

Пример эффективного повтора в видоизмененной форме: *мы должны изложить народу все факты; наш долг - дать народу полный отчет; народ должен все знать; надо сказать народу правду.*

### *Выразительность речи*

И, наконец, устная речь обязательно должна быть выразительной. Выразительность касается в первую очередь интонации речи и связана с эмоциональностью, разнообразием интонационного оформления, отсутствием монотонности, точностью интонационной передачи оратором своей мысли, правильной расстановкой логических ударений и пауз, точностью передачи подтекста. Следует голосом, интонацией подчеркивать основную мысль, делать паузы до и после важных мыслей

Следует иметь в виду, что для русского языка обычно характерно следующее распределение информативности в предложении: наиболее информативное слово обычно ставится в конце фразы, несколько менее информативное - в начале.



Наименее информативна обычно середина фразы. Таким образом, для придания тому или иному слову выразительности его следует поместить в конец фразы.

## ПОДГОТОВКА К ПУБЛИЧНОМУ ВЫСТУПЛЕНИЮ

Существует четыре основных способа подготовки к публичному выступлению:

1. Экспромт - выступление без подготовки.
2. План-конспект выступления - заранее готовится подробный план, где каждый пункт плана сопровождается кратким указанием основных идей, которые должны быть изложены.
3. Текст выступления - готовится полный текст выступления, который затем в процессе выступления полностью зачитывается.
4. Воспроизведение наизусть - выступление заучивается и воспроизводится по памяти, без опоры на какие-либо записи.

Естественно, возможны и комбинации различных способов.

Какой из способов наилучший? Это, конечно, зависит от подготовленности лектора и степени ответственности выступления. Опытные лекторы обычно пользуются различными видами планов-конспектов. Нужно уметь пользоваться своими записями во время выступления. Лучше всего иметь при себе записи, но пользоваться ими по возможности реже.

## ОБДУМЫВАНИЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ

Предположим, вы узнали, что вам необходимо выступить с небольшим сообщением. С чего начать подготовку?

*Не следует с самого начала идти советовать с кем-либо, как вам выступать.* Сначала обдумайте свое выступление наедине.

Если необходимо посоветоваться, то имеет смысл советоваться только по целому выступлению.

*Не надо также начинать с поиска литературы по теме вашего выступления.* Это можно сделать, но потом, на завершающей стадии, когда вы действительно почувствуете, что в чем-то вам не хватает материала или идей.

Для выступления выбирайте 1 - 2 аспекта или вопроса, не более. Всегда важно, выступая, иметь «резервные знания» - материала у вас должно быть минимум на треть больше того, который, по вашим расчетам, необходим для выступления. Вы должны знать и быть готовы рассказать больше, но в выступлении вы должны себя сознательно ограничить, рассказать только часть того, что вы знаете.

Обдумывая будущее выступление, лучше *разбить его мысленно на тематические комплексы*, причем их должно быть немного, лучше три-четыре, не больше: «сначала скажу о..., потом о..., затем о... и, наконец, расскажу о...».

И еще один практический совет: то, что хотите сами лучше запомнить и подчеркнуть в выступлении, чаще упоминайте в разговорах с людьми,

*высказывайте основные мысли* своего выступления друзьям, родственникам. Основные мысли надо проговорить до выступления, это позволит вам лучше осмыслить и сформулировать их.

Не стоит пытаться готовиться к выступлению за один раз - растяните это на несколько дней, делайте перерывы в подготовке, *готовьте свое выступление по блокам* - так вы лучше его запомните и сможете лучше его отредактировать.

## СТРУКТУРА ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ

Публичное выступление обязательно должно иметь продуманную структуру, в нем должна быть определенная последовательность частей. Почему это необходимо? Для удобства как оратора, так и слушателей. Оратору удобно переходить от темы к теме, слушателям удобно воспринимать информацию, разбитую на части и предлагаемую им в определенной последовательности.

**Структура - это составные части выступления и их расположение относительно друг друга.**

Выступления обычно строятся по традиционной трехчастной композиции: *вступление, основная часть, заключение*. Данная композиция традиционна, аудитория ждет такой композиции и ее ожидания не следует обманывать. Именно такое построение выступления облегчает аудитории восприятие устного выступления.

Во вступлении различают *зачин* (цель - подготовить аудиторию к восприятию, заставить слушать, привлечь внимание) и *завязку* (цель - объяснить тезис, заинтриговать постановкой проблемы, показать актуальность обсуждения вопроса).

*Основная часть* содержит изложение плана выступления и аргументацию тезиса.

*Заключение* может включать напоминание (цель - напомнить основной тезис, вернуться к исходной проблеме), обобщение (цель - сформулировать словами обобщающий вывод) и призыв (цель - мобилизовать слушателей на некоторую реакцию).

**Структура (логика) выступления должна обнаруживаться в выступлении и быть понятной для слушателей.**

## ОБОЗНАЧЕНИЕ СТРУКТУРНЫХ ЧАСТЕЙ ВЫСТУПЛЕНИЯ

Структурные части выступления для облегчения слушателям восприятия и понимания материала необходимо обозначать особыми средствами. Примерами таких средств выделения логических частей выступления являются: *начну с..., теперь о..., и наконец, о..., в заключение отмечу, что...* и др. Аналогично могут

использоваться: *во-первых...*, *во-вторых...*, *в третьих...* Структурные части выступления можно также обозначать интонационно - паузами, снижением тона.

Отметим, однако, что больше четырех пунктов, доказательств или примеров для слушателей уже «много»: начиная с четырех, сознание человека воспринимает перечисляемое как «много», что уже не столь эффективно. Лучше всего рассматривать три вопроса, приводить три аргумента и т. д.

### МЕСТО ВАЖНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Большое значение имеет подача наиболее важной, существенной информации. В каком месте выступления ее давать? В конце XIX века психолог Герман Эббингауз установил *закон края*: лучше запоминается информация в начале и конце. С учетом этого эффективно применение рамочной конструкции построения выступления: *Цель нашего выступления показать, что ... Итак, мы установили, что...*

### ПОДГОТОВКА КОНСПЕКТА ВЫСТУПЛЕНИЯ

Очень полезно вести записи по темам, которые вас интересуют и которые могут стать предметом вашего публичного выступления.

Не надо вести предварительные записи в тетрадах, блокнотах и т. д. - так нельзя будет быстро найти то, что вам нужно, придется все перечитывать. Записи на клочках бумаги, отдельных листочках - оптимальный способ подготовки.

В верхней части листочка напишите карандашом или цветной ручкой, к какой теме относится данная запись, так вы легко потом соберете вместе все записи на одну тему (например: «Платное образование», «Русский характер», «Правила общения» и т. д.).

Не надо вести предварительные записи на хорошей бумаге - это отвлекает от сущности. Записи должны быть разного формата, размера - так тоже легче их различить и разложить по темам.

Предположим, у вас есть тема выступления. Как технически подготовить конспект выступления? Поступайте следующим образом.

1. Составьте перечень фактов, которые вы считаете возможным отнести к данной теме. Такой перечень должен на первом этапе быть именно перечнем, без всякой классификации. Включите туда все, что сможете вспомнить, даже то, что относится к теме косвенно - оно может понадобится впоследствии.

2. Отберите главное и вычеркните второстепенное. Оставьте между ними место и после того, как главные пункты будут записаны, впишите под каждым из них второстепенные, выделяя их из общего перечня.

3. Вычеркните все лишнее, не относящееся к делу, из первичного перечня фактов.

4. Теперь посмотрите, чего вам не хватает. Добавьте необходимое либо напишите название недостающего факта или раздела и пометьте любым знаком, что вам нужно найти на эту тему материал. Удобно использовать в этом случае стрелку на полях, которая указывает на данный пункт, это означает, что

необходимо сюда добавить, внести материал.

5. Разбейте план на вступление, основную часть и заключение. Это необходимо сделать потому, что вступление и заключение должны быть наиболее подробно сформулированы словесно. Вступительные фразы лучше записать полностью, заключительные тоже.

6. Разрабатывая план основной части выступления, используйте нумерацию вопросов («сейчас переходим ко второму вопросу») либо задавайте вопросы типа «Что же является причиной того состояния дел, которое я только что обрисовал?».

Следите, чтобы каждый выдвигаемый вами тезис, каждое утверждение имели подкрепление вспомогательными фактами, расположенными под ними (1, 2, 3 и т. д.). Старайтесь, чтобы таких подкреплений по каждому тезису было несколько.

В конспект целесообразно вносить не вопросы, а конкретные утверждения, сформулированные как уже готовые и осмысленные вами мысли.

## КАК ПОЛЬЗОВАТЬСЯ КОНСПЕКТОМ?

Разные лекторы пользуются своими записями по-разному. Если говорить о чисто технической стороне, то удобнее всего иметь план-конспект на небольших листках, чтобы их можно было взять в руки, спуститься с ними в зал, изредка заглядывая в отдельные записи. Д. Карнеги сравнивал записи лектора с топором и пилой в пассажирском вагоне поезда – «это аварийные инструменты». Открытое использование лектором записей, по его мнению, на 50% уничтожает интерес к выступлению. В последнем, конечно, Д. Карнеги прав, но рекомендовать выступать без конспектов и записей все же, видимо, нельзя – это могут делать только очень опытные ораторы, многократно выступающие на одну и ту же тему. Нет греха в том, что оратор заглядывает в собственный, собственноручно подготовленный им конспект.

## ВЫРАБОТКА УВЕРЕННОСТИ В СЕБЕ

Выступление перед аудиторией всегда волнует человека. Надо принять ряд мер, чтобы повысить свою собственную уверенность при появлении перед аудиторией.

Все специалисты по публичному речевому воздействию рекомендуют *набираться опыта*.

Сначала надо научиться *громко и отчетливо задавать вопросы* в большой аудитории. В этом надо практиковаться, тем более что вопрос – это краткое речевое произведение и его можно всегда приготовить заранее. Очень важно поднять руку и *громко* задать вопрос.

*Просите при удобном случае слова и произносите краткие реплики* – две-три фразы, не более. Их тоже можно заранее подготовить.

*Участвуйте в дискуссиях, высказывайте свое мнение* – сначала хотя бы в такой форме: «Я согласен с...», «Мне кажется, прав тот, кто считает...», затем постепенно *переходите к небольшим выступлениям*.

## РЕПЕТИЦИЯ ВЫСТУПЛЕНИЯ

*Обсуждайте* то, что вы хотите высказать публично, с друзьями, с людьми, с которыми вам легко общаться и которых вы не стесняетесь, которые вас всегда поддержат: «Я вот хочу выступить и предложить, чтобы...».

Надо ли репетировать свои выступления? Конечно, надо. Как это лучше делать?

*Репетируйте речь про себя*, идя по улице.

*Уединившись, произнесите негромко* свою будущую речь с жестами.

Можно ли тренироваться перед зеркалом? Лучше не надо: зеркало отвлекает; для тренировки перед зеркалом необходим значительный навык; зеркала перед вами не будет, когда вы будете выступать.

## ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ И ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА К ВЫСТУПЛЕНИЮ

Вот наступает день вашего выступления. К выступлению нужно прийти в хорошей психологической и физической форме.

Следуйте следующим рекомендациям.

1. *Не бойтесь слушателей*: еще ни разу в истории они никого не съели, еще ни разу ни один из ораторов не упал в обморок на трибуне, даже если его выступление действительно было ниже всякой критики.

2. *Сконцентрируйте внимание* не на своих собственных переживаниях, а на *содержании своей речи*. Помните, что для слушателей важнее всего представляемая вами позиция, ваши идеи, а потом уже вы сами. Им интересно в первую очередь то, **ЧТО** вы говорите, а не то, **КАК** вы говорите. Ваша особа их не так сильно интересует, как вам кажется.

3. *Скажите слушателям не все*. Оставьте себе «резервные знания» - это укрепит вашу уверенность.

4. Не готовьтесь в день выступления.

5. За час-полтора до выступления не занимайтесь неожиданными и непривычными для вас делами, не начинайте новых дел - это рассеет ваше внимание.

6. Постарайтесь не есть перед ответственным выступлением.

Вспомним Остапа Бендера писателей Ильфа и Петрова - как известно, когда он был голоден, он испытывал «приступы красноречия».

## ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ МОМЕНТ В АУДИТОРИИ

Во-первых, в аудитории обязательно должен быть свежий воздух. Если душно - не начинайте, пока не проветрите, даже если придется для этого оторвать время от вашего выступления.

Во-вторых, надо, если возможно, побеспокоиться о приятном фоне. Самый благоприятный фон для публичного выступления - темно-синий занавес, по возможности из тяжелого материала, тяжелой ткани. Вообще на темном фоне



выступать лучше - он способствует концентрации внимания слушателей на ораторе. Не рекомендуется выступать на фоне цветов, особенно красных, - они отвлекают и возбуждают слушателей.

В-третьих, позади вас должен быть минимум мебели, каких-либо других предметов. Если все-таки они позади вас есть, постарайтесь отойти от них как можно дальше. Не должно быть мебели и по бокам; лучше выдвигайтесь вперед по направлению к слушателям. Вы должны стоять перед ними в полном одиночестве - тогда все их внимание будет направлено на вас.

Ни в коем случае нельзя иметь за своей спиной что-либо движущееся - президиум, каких-либо посторонних людей или слушателей и даже форточку, движущуюся в такт речи.

Следите за освещенностью: свет должен быть направлен на вас спереди; оратор должен находиться в самом освещенном месте зала, так как аудитория хочет видеть мельчайшие подробности.

Ни в коем случае не стойте среди слушателей - стойте *перед* всеми слушателями.

**Лучше всего стоять перед аудиторией, не скрываясь за трибуной, например, рядом с трибуной.**

Желательно, чтобы слушатели, сидя перед вами, не могли видеть входную дверь - опаздывающих, заглядывающих и т.д.

Не берите в свои руки организацию и управление, пока все не будет готово и вас не объявят - пусть обо всем заботится организатор. Оратор до объявления его выступления должен вести себя как посторонний; для него все должно быть подготовлено: «и лишь когда все готово - вы вступаете, и дело завертелось».

Начиная выступление, ни в коем случае не демонстрируйте какого-либо недовольства - численностью собравшихся, подготовкой помещения, опаздывающими слушателями и т. д. Никогда не делайте замечаний аудитории в целом!

Никогда не начинайте «с ходу» - дайте аудитории хотя бы секунд тридцать, чтобы она вас рассмотрела, привыкла, дайте аудитории это время постоит немного. Поправьте стул, трибуну, разложите записи, закройте или откройте форточку, поправьте или проверьте микрофон, подождите, пока стихнет шум, кивните кому-нибудь из аудитории (даже если вы никого и не знаете).

Пойдите навстречу интересам слушателей - если просят, выразите готовность работать без перерыва, закончить пораньше, отпустить пораньше кого-либо, кто спешит и т. д. Это всегда настраивает аудиторию в пользу оратора.

И еще один важный вопрос - как быть, если в помещении народу немного, но все сели в задние ряды, а передняя часть аудитории пуста? С такой проблемой ораторы сталкиваются очень часто, особенно в незнакомых и малознакомых аудиториях, при разнородном составе слушателей.

**Если передние ряды в аудитории пусты, оратору необходимо подойти к основной массе слушателей.**



Если при этом окажется, что несколько человек остаются совсем в стороне, именно им можно предложить сменить свое место; при этом они вынуждены будут перейти назад, а не вперед. Такой подход демонстрирует уважение оратора к слушателям и, кроме того, усиливает его коммуникативную позицию в данной аудитории, располагает аудиторию в его пользу.

## ВОСПРИЯТИЕ ОРАТОРА АУДИТОРИЕЙ

Есть известная поговорка - «по одежке встречают, по уму провожают». Если бы это было всегда так... Эта поговорка верна только применительно к продолжительному общению, а встреча с аудиторией таковым не является. Отсюда огромная роль первого впечатления для оратора.

Что надо знать о первом впечатлении?

Во-первых, первое впечатление - очень сильное, яркое, оно хорошо запоминается, ему хочется поддаться.

Во-вторых, первое впечатление может быть далеко от истины, ошибочно.

В-третьих, первое впечатление очень устойчиво, оно долго и надежно хранится.

В-четвертых, оцениваются и запоминаются прежде всего индивидуальные качества оратора.

В-пятых, основой первого впечатления является зрительный образ.

В-шестых, у вас не будет шанса второй раз произвести первое впечатление.

## ВНЕШНИЙ ВИД ОРАТОРА

Внешность оратора должна быть привлекательной, но в пределах нормы. Излишняя привлекательность выступающего отвлекает от содержания его выступления и снижает доверие к излагаемому им материалу.

Мужчине лучше выступать в костюме, который должен быть умеренно модным. Женщина тоже должна быть одета умеренно модно; очень модно одетые женщины оцениваются аудиторией отрицательно. Костюм или платье не должны плотно облегать фигуру. Женщине лучше выступать без украшений, мужчине - убрать все из карманов (записи, торчащие карандаши и ручки, газеты). Одежда оратора должна соответствовать его возрасту, всякие несоответствия в ту и другую сторону раздражают аудиторию.

Снижают доверие к оратору: одежда ярких, насыщенных цветов; слишком модная одежда; многочисленные украшения; кокетливые элементы женской одежды (кружева, воланчики и др.). Повышают доверие очки в темной оправе.

## МАНЕРА ВЫСТУПЛЕНИЯ

Определим то, что ни в коем случае не должно ощущаться в манере выступления оратора:

- оратор не должен выглядеть: уставшим; спешащим; недовольным

(помещением, задержкой начала работы, числом собравшихся, опаздывающими и т. д.); избыточно возбужденным;

- оратор не должен демонстрировать: беспомощность, нерешительность;
- оратор ни в коем случае не должен извиняться перед аудиторией за свою миссию («извините, что задерживаю вас», «потерпите, я скоро закончу» и т. д.).

Какова же оптимальная манера выступления? Она должна удовлетворять следующим требованиям.

#### *Энергичность изложения*

Все выступление должно быть энергичным от начала до конца. Энергия выступления передается слушателям, она держит их в напряжении и повышает доверие к содержащейся в выступлении информации. «Будьте энергичны, - советовал Д. Карнеги. - Энергия обладает магнетическими свойствами. Люди скапливаются вокруг энергичного оратора, как дикие гуси вокруг поля озимой пшеницы». «Ничем не умеряйте вашу энергию», - советовал он.

#### *Физическая бодрость, подвижность*

Аудитория должна видеть, что оратор бодр, в хорошей физической форме, и это ощущение передается самой аудитории.

#### *Уверенный внешний вид*

Уверенность оратора очень быстро передается аудитории, и она начинает воспринимать то, что говорит оратор, все менее и менее критически, все с большим доверием. «Имейте уверенный внешний вид - он действует на слушателей положительно», - призывал ораторов П. Сопер. Необходимо выше держать подбородок; стойте прямо, не наклоняясь; смотрите в глаза слушателям. Д. Карнеги советует: «Смотрите прямо в глаза вашим слушателям и начинайте говорить так уверенно, как будто они все должны вам деньги... Представьте себе, что они собрались здесь, чтобы просить вас отложить срок уплаты».

#### *Дружеский тон*

Аудитория ждет от оратора дружеской беседы. Нужно пойти ей навстречу. Разговаривать с аудиторией надо как с одним человеком, в такой же непринужденной манере.

Установлено, что чем более «своим» ощущает оратора аудитория, тем более она доверяет тому, что он говорит. Надо всячески подчеркивать общность ваших личных проблем, трудностей и интересов, проблем, трудностей вашей аудитории.

Не следует убегать из аудитории сразу после выступления, необходимо дать возможность подойти к вам, перекинуться репликами, задать вопрос, высказать свое отношение к изложенному вами - это тоже оставляет у аудитории положительное «послевкусие».

## РАСПОЛОЖЕНИЕ В АУДИТОРИИ

Оратору в аудитории лучше стоять, он должен быть хорошо виден.

Стоять нужно перед аудиторией, а не среди нее.

Трибуны, возвышения, эстраду рекомендуется по возможности использовать как можно меньше. Возвышаясь искусственно над аудиторией, оратор демонстрирует ей свое официальное превосходство, что противоречит правилу «интимности общения», которое очень эффективно в публичном речевом воздействии. Если слушателей менее 75 человек, то следует разговаривать с ними внизу, а не с возвышения.

## ДВИЖЕНИЕ

### Нельзя стоять в одной позе, необходимо двигаться

Неподвижным ораторам аудитория не очень доверяет, считает их консервативно мыслящими. Движение оратора по аудитории повышает доверие к нему, усиливает симпатии аудитории.

Ходить необходимо преимущественно не перед аудиторией, а в глубину зала, при этом не следует очень углубляться и доходить до последних рядов слушателей - в таком случае неуютно ощущают себя те, кто сидит впереди, они вынуждены оборачиваться вслед за оратором. Лучше всего углубляться не более чем на треть длины зала и при этом, возвращаясь обратно, не следует поворачиваться спиной к залу, надо двигаться обратно «задним ходом».

Походка оратора должна быть ровной, размеренной, без ускорений, несколько медленнее, чем обычная походка человека - только в таком случае походка разнообразит восприятие выступления, а не отвлекает от него. При ходьбе ни в коем случае нельзя раскачиваться - это очень отвлекает слушателей.

Расхаживая по аудитории, оратору не следует фиксировать взгляд на чем-либо одном, поскольку это заставляет аудиторию перенести свое внимание на то, что разглядывает оратор.

Спускайтесь в зал, ходите по аудитории (медленно, и не очень злоупотребляя этим приемом), наклоняйтесь к слушателям. Если вы выступаете с возвышения - подходите к самому его краю. Из-за трибуны время от времени выходите и становитесь рядом с ней, либо вообще стойте рядом с трибуной, а не за нею.

## ВЗГЛЯД

### Смотрите на аудиторию.

Взгляд оратора имеет для аудитории очень большое значение. Слушатели полагают, что если оратор на них смотрит, то их мнение и оценка для него важны, а это заставляет их слушать более активно и внимательно. Кроме того, если собеседник смотрит на нас мало, мы считаем, что он к нам плохо относится («даже не взглянул!»), пренебрегает нами.

Можно дать следующие рекомендации по использованию взгляда в ходе выступления:

1. Оратор должен смотреть на всех слушателей попеременно, не выделяя

никого из них персонально.

2. В большой аудитории следует разбить всех слушателей на сектора и переводить взгляд в процессе выступления с одного сектора на другой, не оставляя без внимания ни одного из секторов.
4. Не выступать, глядя в «пространство», это вызывает недоверие и раздражение слушателей. Не смотреть в процессе выступления на пол, на ноги, в окно, в потолок, не рассматривать посторонние предметы. Это ведет к утрате контакта с аудиторией.
5. Переводя взгляд по аудитории, делать это медленно.
6. Смотреть на слушателей дружелюбно, взглядом, которым вы встречаете друзей. Делайте вид, что рады взглянуть на каждого, это вам приятно.

## ПРИЕМЫ БОРЬБЫ С ВОЛНЕНИЕМ ВО ВРЕМЯ ВЫСТУПЛЕНИЯ

Оратор может иметь три причины для волнения:

### *1. Боязнь незнакомой аудитории*

В таком случае рекомендуется несколько раз наедине произнести вслух фразу: «Я хорошо знаю материал, меня будут хорошо слушать» и после этого выходить на трибуну. Говорите громче, чем обычно, или громче, чем вы собирались - это тоже хорошо помогает справиться с волнением.

Найдите знакомые или просто симпатичные лица и обращайтесь в начале выступления только к ним, они вас поддержат.

### *2. Ощущение плохой, недостаточной подготовки*

В этом случае вы сами виноваты. Но что-то можно сделать: имейте резервный материал, опустите то, что хуже знаете и сосредоточьтесь на том, что вы знаете достаточно твердо, что у вас написано в конспекте.

### *3. Творческая взволнованность (сумею ли хорошо выступить? поймут ли? как выступить наилучшим образом?).*

Подобная взволнованность придает выступлению искренность и естественность, бороться с ней не надо.

### **Несколько практических приемов борьбы с волнением:**

- **повысьте эмоциональность речи;**
- **повысьте громкость речи;**
- **повысьте энергичность и темп речи;**
- **дышите ртом и носом одновременно;**
- **шевелите пальцами рук за спиной или пальцами ног;**
- **возьмитесь за стул, трибуну, край стола;**
- **зажмите в кулак монету;**
- **возьмите мел, указку;**
- **пишите что-нибудь на доске, даже если это и не очень нужно (тему,**

**разделы плана, отдельные термины, цитаты).**

*Демонстрируйте сосредоточенность на содержании*

Оратор должен сосредоточить все свои усилия именно на содержании, на смысле своего выступления. Форма при этом как бы отступает на второй план, идет за содержанием, и это облегчает оратору его задачу.

И еще: не извиняйтесь за мелкие оговорки, их слушатели не зафиксируют, не придадут им значения, если вы сами на них не укажете; вообще, меньше извиняйтесь - извинение усиливает волнение.

## ДОНЕСЕНИЕ ГЛАВНОЙ МЫСЛИ ВЫСТУПЛЕНИЯ

Для того чтобы эффективно донести главную мысль до слушателей, оратор должен ее иметь. Поэтому нужно заранее позаботиться о словесной формулировке главной идеи - надо ее выразить словами, по возможности кратко и понятно.

Словесная формулировка главной мысли выступления необходима как самому оратору, так и его аудитории.

«Расскажи слушателям, что ты собираешься рассказать; в то время, как ты уже рассказываешь, разъясни им, что ты рассказываешь, а когда закончил, расскажи им, что ты рассказал».

Оптимальным является выступление по принципу «один текст — одна мысль»

Всегда лучше сформулировать главную мысль в виде отдельного предложения

Две-три идеи в одном выступлении — это предел, и в любом случае рекомендуется выделить из них одну главную и сформулировать ее как таковую.

## СОБЛЮДЕНИЕ РЕГЛАМЕНТА

Существует закон *прогрессирующего нетерпения слушателей*, который формулируется так: чем дольше говорит оратор, тем большее невнимание и нетерпение проявляют слушатели.

Из сказанного выше следует важный вывод: эффективная речь должна быть короткой. Лучше, если выступление не будет выходить за пределы 10 минут. А будет еще короче – будет еще лучше.

Как уложиться в регламент? Есть некоторые принципы, которым надо следовать. Эти принципы таковы:

- *Подготовиться к сокращению.* Надо всегда иметь в плане своего выступления такие фрагменты, которые вы можете без ущерба сократить.
- *Не опаздывать.* Начинайте свое выступление вовремя.
- *Идти навстречу аудитории.* Если аудитория проявляет нетерпение, если

слушатели по той или иной причине просят пораньше закончить, необходимо пойти им навстречу, не настаивая на своем праве изложить все до конца.

- *Не увеличивайте темп речи, чтобы успеть.* Это нарушает понимание и раздражает слушателей.
- *Отвечая на вопрос, не превращайте ответ во вторую лекцию.* Отвечайте на любой вопрос не более 1 - 1,5 минуты.
- *Поставьте себе задачу закончить немного раньше намеченного срока.* Слушателям очень нравится такое завершение любой лекции или выступления. Сообщение, закончившееся чуть раньше намеченного срока, хорошо запоминается, положительно оценивается, а оратор получает высокий рейтинг у слушателей.