

## **Виды публичных выступлений. Основные требования к публичному выступлению.**

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 насыпают классификацией жанров публичного выступления.

### **Виды публичных выступлений по цели**

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

- 1) информационное;
- 2) протокольно-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 ка-ком-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, этикет.

В этом случае можно говорить о **протокольно-этикетном** выступлении; приветствие официальной делегации, официальное поздравление юбиляра, вступительное слово перед каким-либо 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 заменить 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 также и другие смешанные типы.

### **Виды публичных выступлений по форме**

В риторике 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 на определенную тему. Доклады делают обычно на серьезные научные, производственные, политические темы. Доклады заранее готовят, в них подводят итоги и намечают задачи. Они строятся по строгому плану. Чтобы самому подготовить доклад, надо прочитать специальную литературу по данной теме, изучить проблему. В докладе обычно рассматривают историю проблемы, рассматривают тему всесторонне, дают оценки разным подходам и точкам зрения. По времени доклады могут длиться от 10 - 15 мин до 2 - 3 ч (например, доклады правительства).

**Сообщение** - небольшое по времени (5-10 мин) выступление. в котором рассматривается один небольшой вопрос или проблема. Сообщение - это маленький доклад на частную тему. Сообщения обязательно должны быть короткими, содержать конкретную, фактическую информацию, наглядные примеры и исчерпывающе раскрывать одну небольшую тему. Сообщения обычно делаются разными выступающими, чтобы вместе раскрыть какую-нибудь большую проблему. Каждое сообщение посвящено частному аспекту проблемы. Сообщения готовят заранее, их надо продумать, прочитать литературу.

**Выступление** краткое, обычно подготовленное сообщение при обсуждении какого-либо, заранее объявленного вопроса. Выступления всегда кратки — 3 — 5 минут, тема может быть выбрана заранее (в рамках обсуждаемой проблемы) либо сформулирована в ходе обсуждения проблемы (импровизационное выступление). Выступления, как и сообщения, часто планируются так, чтобы они дополняли друг друга при обсуждении проблемы, раскрывали разные стороны или точки зрения на проблему.

**Лекция** — связное, развернутое научное или научно-популярное изложение

какого-либо вопроса специалистом. Лекции используются в учебной обстановке — и школе, вузе. Научно-популярные лекции на те или иные темы читают для широкого круга слушающих. В лекции все должно быть логично, понятно для слушателей, все сложные термины и слова необходимо объяснить. В лекции обязательно надо выделить отдельные вопросы (пункты). Лекции обычно бывают по длительности от 20—30 мин до 1 - 1,5 ч (вузовская лекция).

**Беседа** — развернутый, подготовленный (т.е. 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 30 человек) и слушатели заинтересованы в информации, которую им сообщают.

### **Основные требования к публичному выступлению.**

#### **Эффективность устной речи.**

Одну и ту же мысль можно выразить как устно, так и письменно. Можно раздать написанный текст, чтобы слушатели ознакомились с нашими идеями, или выступить перед ними и устно изложить те же самые идеи. Как вы думаете, в каком случае вы достигнете большего эффекта? Конечно, при устном выступлении.

Сформулируем основные преимущества устной речи перед письменной.

1. Устное выступление — наиболее древний, а значит, наиболее освоенный человечеством вид речи. Оно привычно для человека и менее всего трудно для него. Очень многим людям письменно изложить свои идеи трудно, а некоторым просто не под силу, а рассказать о них устно они могут. Устная речь — способ общения, которым владеет весь народ, включая маленьких детей; письменной же речью владеют не все.

2. Устная речь имеет богатый арсенал дополнительных коммуникативных средств — мимика, жесты, позы, интонация. Как отмечал английский писатель Б. Шоу, есть 50 способов сказать *да* и *нет* и только один способ их написать.

3. В устной речи гораздо легче передать эмоцию, эмоциональное состояние говорящего.

4. В условиях устной речи дополнительно воздействуют сама личность оратора, его внешность, манера общения, эмоциональность, убежденность.

5. В устной речи допускается многочисленное дублирование, повторы мысли, что

усиливает ее воздействующую силу, облегчает понимание.

6. В процессе устного выступления говорящий, как правило, имеет обратную связь со слушателями, он следит за тем, как его слушают; понимают или нет, может учесть реакцию аудитории и изменить свою речь так, чтобы его лучше поняли.

7. Устное выступление часто легче понять слушателям — ведь можно задать выступающему вопрос, и он прояснит непонятое место; можно вести диалог с оратором.

8. Устное выступление оперативнее письменного, оно может быть быстрее подготовлено, а его реализация чаще всего занимает меньше времени.

9. Устное выступление характеризуется простотой реализации — не нужны материальные затраты, специальные средства письма, ксерокопирование текста и т.д.

### **Основные трудности публичного выступления**

Хорошая публичная речь — это искусство. Почему так трудно бывает хорошо выступить? Причин здесь обычно несколько: оратор волнуется, он забывает, о чем собирался говорить, боится вопросов, опасается, что не уложится в отведенное время, боится, что его не поймут, не поверят ему, не уверен в себе и т.д.

Американский специалист в области ораторского искусства Ф.Снелл указывал на следующие трудности оратора: нельзя прервать выступление, когда хочется; нельзя рассчитывать на собеседников, успех зависит только от нас; трудно понять отношение аудитории к себе; слушатели сопоставляют вас с образцовыми ораторами, с теми, кого видят по телевизору; нельзя вести себя свободно, так, как хочется; по вашему выступлению о вас составят мнение, которое потом будет трудно изменить.

Действительно, трудностей много, поэтому первые выступления людей часто оказываются неудачными. Надо учиться анализировать и исправлять свои ошибки.

#### **«Борьба» слушателей с оратором.**

Ораторы знают, что внимание и доверие аудитории необходимо завоевать. Почему аудитория не ждет любого оратора с распростертыми объятиями? Почему аудиторию, как правило, необходимо «расшевелить», «достучаться» до нее?

Во-первых, **аудитория инертна.** Будучи собрана имеет, аудитория обычно уже имеет определенное мнение, чем и объясняется часто ее некоторый изначальный скептицизм по отношению к оратору: «Ну что он может нам рассказать?». Конечно, часть аудитории может быть заинтересована в получении информации, однако

исследования показывают, что таких людей в среднестатистической аудитории обычно около 30%; примерно 60% не имеют мотивации, и их надо заинтересовать, а 10% обычно вообще «пробить» не удастся, это негативная аудитория, которой ничего не будет интересно или полезно из услышанного (в силу разных причин). Таким образом, основная часть аудитории инертна, что создает эффект пассивного сопротивления аудитории оратору.

Во-вторых, аудитория склонна **сопротивляться** тому воздействию, которое пытается оказать на нее оратор, в силу стремления каждой личности противостоять внушению.

Выделяются три самых распространенных способа такой «борьбы» слушателей с речевым воздействием оратора.

Стратегия **избегания** характеризуется следующими признаками: аудитория проявляет невнимание, пропускает мимо ушей важную информацию, ищет и находит повод отвлечься от восприятия выступления оратора, не смотрит на него, стремится сесть подальше от оратора или просто не являемся на его выступление. Избеганием является и такой «детский» прием, как закрывание глаз. Избегание проявляется также в уклонении от восприятия той или иной информации. Например, статьи или лекции о вреде курения читают и слушают 60 % некурящих и только 30 % курящих; остальные 70% курящих просто избегают их.

Стратегия **подрыва авторитета** основана на том, что источник информации квалифицируется как неавторитетный, неспециалист в данной области, и поэтому все то, что он говорит, можно всерьез не воспринимать. Повод для подрыва авторитета оратора всегда может быть найден: или он молодой (*яшиа курицу не учат*), или рядовой человек (она не психолог, а простая мать, какие она может дать полешыс советы), или слишком модно одет (он думает только о своей внешности), или одет и выглядит старомодно (он отстал от жизни), или он не специалист в данном вопросе (он терапевт, а не фтизиатр, как он может судить о вреде курения) и т. д.

И наконец, **с т р а т е г и я н е п о н и м а н и я**. Эта стратегия заключается в том, что аудитория, слушая оратора, идея которого ей не нравится, интерпретирует такую идею или его аргументы как непонятные, на этом основании отвергая и саму идею, отказываясь вникать в ее смысл. В таком случае аудитория говорит: «Мы не поняли его, мы не поняли, что он хотел нам доказать». Непонимание здесь фиктивное, имеет место просто отказ от восприятия идеи или доводов на основании квалификации их как непонятных.

Оратор должен знать и учитывать способы противостояния ему со стороны

аудитории.

### **Общие требования к публичному выступлению.**

Когда мы готовимся к публичному выступлению, одни виды выступлений кажутся нам не очень сложными — например, объявление о завтрашней экскурсии (хотя и здесь есть свои трудности), другие — например, доклад по какой-нибудь теме, официальная речь на юбилее института, торжественном собрании — гораздо труднее. Надо учиться хорошо говорить перед аудиторией в самых разных условиях, а для этого овладеть умением готовить публичные выступления разных жанров: и информационные, и убеждающие, и протокольно-этикетные, и развлекательные.

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

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

### **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 считает неуверенным, некомпетентным. Первая фраза должна быть четкой и понятной для слушателей. Ее необходимо заранее подготовить и хорошо отрепетировать, произнести уверенно и выразительно.

### **Драматизм.**

Это напряжение в тексте. Драматизм 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 Д. Карнеги: «Мир любит слушать о борьбе». Драматизм должен быть создан в тексте на этапе его подготовки.

#### 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. Нельзя не согласиться с известным американским специалистом по обучению риторике П. Сопером, который писал, что слушатель испытывает чувство неловкости при виде эмоционального разгула оратора. Вспомним знаменитое гоголевское высказывание об одном учителе-ораторе: «Александр Македонский, конечно, великий человек, но зачем стулья ломать?». В связи с этим предпочтительнее приводить факты, вызывающие у слушателей эмоции, нежели самому говорить слишком эмоционально.

#### Краткость.

Краткие выступления рассматриваются в большинстве аудиторий как умные, более правильные, содержащие истинную информацию. Особенно ценится краткость в русской аудитории, что отражено в известном выражении: *Коротко и ясно.*

Крайне необходимо соблюсти отведенный регламент, уложиться в отведенное время. Нужно учиться говорить кратко.

Хорошие рекомендации на эту тему дал своему сыну американский президент Франклин Делано Рузвельт. Объясняя, как надо выступать публично. Рузвельт дал сыну три совета: *будь искренен, будь краток, садись.*

#### Диалогичность.

Выступление должно представлять собой как бы диалог со слушателями. Оратор не обязан все время говорить сам, он должен задавать вопросы аудитории, выслушивать ее ответы, реагировать на ее поведение. Любое выступление должно иметь черты беседы. Вопросы могут быть и риторическими, но позволяют повысить эффективность устного выступления прежде всего краткие диалоги со слушателями в ходе самого выступления.

#### Разговорность.

Стиль выступления должен быть преимущественно разговорным, выступление должно носить характер непринужденной беседы. В этом и заключается разговорный

стиль выступления.

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

#### Установлен и поддержание контакта с аудиторией.

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

#### Понятность главной мысли.

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

#### Решительный конец.

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