

ЛЕКЦИЯ 7.  
ОСОБЕННОСТИ  
ПУБЛИЧНОГО  
ВЫСТУПЛЕНИЯ

## ***ПЛАН:***

- 1. Подготовка к выступлению*
- 2. Общие принципы управления вниманием аудитории*
- 3. Виды презентаций*
- 4. Структура презентации*



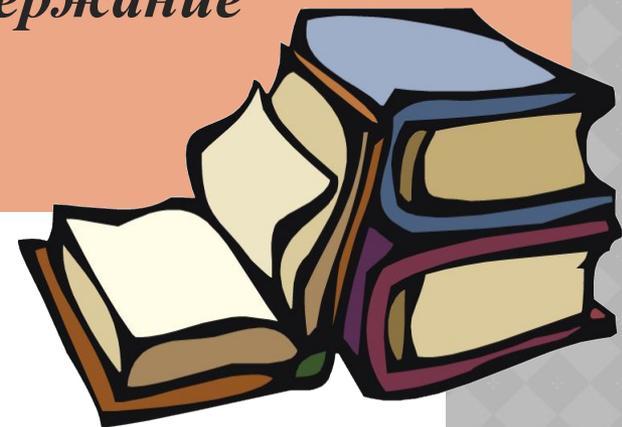
***Публичное выступление -***  
передача одним  
выступающим информации  
различного уровня  
широкой аудитории.



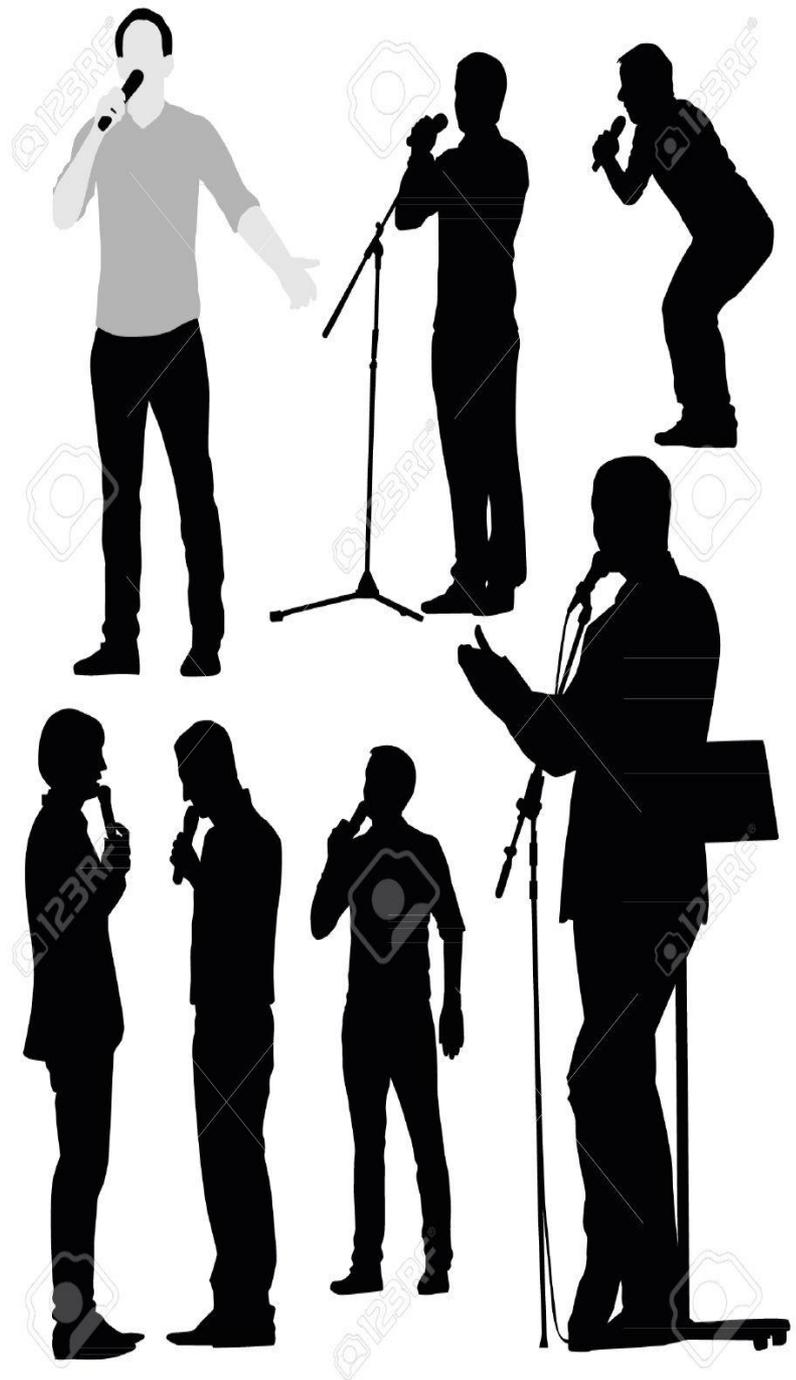
- ◎ **Речь** – это один из видов коммуникационной деятельности человека, использование языка для общения с другими людьми. Публичная речь, устное выступление перед аудиторией является неотъемлемой частью деловых коммуникаций.

### **Основные вопросы, на которые должен ответить выступающий:**

- 1) Какова *цель* моего выступления? (Сформулируйте задачи)
- 2) Кто мои слушатели – *аудитория*? Кто будет вас слушать? Какова будет аудитория?
- 3) Что представляет собой основное *содержание* выступления?



- **4) Каков *организационный контекст* выступления?**
- **5) ГДЕ вы будете выступать?**  
*(Постарайтесь выяснить планировку помещения, где будут располагаться слушатели, оратор, каково оснащение аудитории (наличие микрофона, трибуны, стола, стульев и т.д.). Полезно заранее проверить акустику в помещении.*
- 6) Когда вы будете выступать?**
- 7) В какое время?**
- 3) Кто выступает до вас и в течение какого времени?**



## КАК ДОЛГО?

- Сколько времени аудитория готова слушать? Каков ваш регламент? Ответы на эти вопросы позволят определить оптимальную продолжительность выступления. Оптимальное время выступления - 5-20 мин, в зависимости от цели выступления. Но помните золотое правило: "*Лучше меньше, да лучше*". Поэтому не стремитесь поразить всех длительностью (и подготовленностью) выступления.

■ Какие *методы* привлечения внимания аудитории будут использоваться? Как вы хотите донести информацию до аудитории? Как построите свою речь? Как будете себя вести во время выступления? Важно подумать над композиционно-логическим оформлением речи, поработать над языком и стилем выступления. Конкретная ситуация предполагает определенный стиль изложения (академично-научный или художественный, публицистический или телеграфный), неодинаковую эмоциональность, различные приемы композиционного построения речи. Ведь композиция - это логическое развитие содержания выступления: важно составить тезисный план или ход рассуждений, определить последовательность тезисов и главный тезис,



- Выделяются **общая** и **конкретная** цель презентации/публичной речи.
- **Общая цель** определяется видом реакции, которую выступающий хочет вызвать у аудитории. В качестве общих целей можно выделить следующие: *информировать* аудиторию о чем-либо, *воодушевить* ее, *убедить*, *призвать к действию*.
- **Конкретная цель** публичной речи зависит от ее **содержания**. Если общая цель определяет, какой реакции вы хотите добиться, то конкретная цель показывает, что слушатель должен узнать, почувствовать и сделать. Что касается **содержания**, здесь, безусловно, неограниченное количество вариантов, поэтому ограничимся несколькими общими рекомендациями.
- необходимо хорошее знание предмета;
- следует продумать логическое структурирование содержания;
- подберите соответствующие содержанию примеры, ссылки на авторитеты и т.д.

## *ВИДЫ РЕЧИ*

- 1) информационная,
- 2) убеждающая,
- 3) призывающая к действию,
- 4) по специальному поводу: рамочная, траурная, торжественная, в дружеском кругу



## *ИНФОРМАЦИОННАЯ РЕЧЬ/ПРЕЗЕНТАЦИЯ ДОЛЖНА:*

- ⊙ Быть четкой, не содержать ничего спорного;
- ⊙ Вызывать любопытство аудитории;
- ⊙ Удовлетворять запросы слушателя;
- ⊙ Быть актуальной для аудитории

### *УБЕЖДАЮЩАЯ РЕЧЬ/ПРЕЗЕНТАЦИЯ*

Более эмоциональна и содержит прямой призыв к чувствам.

Как и информационная, она в значительной мере развита на основе примеров и фактических данных, однако материал должен быть подобран так, чтобы вызывать не только любознательность, но и обострять в сознании значение традиций, личности, правил поведения, веры и т.д.

## ПРИЗЫВАЮЩАЯ К ДЕЙСТВИЮ РЕЧЬ/ПРЕЗЕНТАЦИЯ

- Направлена на призыв аудитории либо к осуществлению какого либо нового действия либо к прекращению старого. Имеются ввиду действия совершенно определенных, присутствующих на презентации слушателей. Принципы эффективной призывающей к действию речи:
- необходимо, чтобы тема вызывала значительный интерес у аудитории, была для нее актуальна;
- подумайте, не слишком ли инертна аудитория как таковая, способны ли слушатели к действию;
- препятствием может стать наличие среди слушателей сильной оппозиции, не разделяющей вашу точку зрения.

## АДАПТАЦИЯ ПОДГОТОВЛЕННОГО МАТЕРИАЛА ДЛЯ УСТНОГО ИЗЛОЖЕНИЯ

*Устная речь*, в отличие от письменной, способна передать тончайшие оттенки мыслей и чувств, быть насыщенной эмоционально, тем самым усиливать воздействие на слушателя, создавая эффект внушения..

*Импровизация* - это бесценный прием для неформальных ситуаций, он также необходим, например, при ответах на вопросы. Природным талантом импровизации обладает один человек из тысячи, не более, и на самом деле за большинством очевидных импровизаций стоит серьезная подготовительная работа. В своем докладе/презентации необходимо использовать такие речевые обороты, которые были бы уместны в обычной неофициальной беседе. Кроме того, в разговорной речи вы используете первое и второе лицо там, где более официальный письменный язык требует использования третьего лица.

## ПРИ ВЫСТУПЛЕНИИ НЕОБХОДИМО:

- Использовать достаточно короткие предложения и простые слова. Конечно, во многих выступлениях не обойтись без специальных терминов; однако не следует злоупотреблять сложными выражениями.
- Используйте активный залог глаголов чаще, чем пассивный, например: "нам нужна ваша помощь", а не "мы нуждаемся в вашей помощи".
- Избегайте абстрактных существительных; они усыпляющее действуют в малых дозах и губительны для выступления в больших;
- Не используйте технические термины, если не уверены, что аудитория с ними знакома;
- Искореняйте жаргон и слова-паразиты.

## ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ВНИМАНИЕМ АУДИТОРИИ

- ◉ *Используйте имеющиеся интересы; создавайте новые.*
- ◉ *Учитывайте информированность (запас знаний) слушателей и их возможности.*
- ◉ *Контролируйте темп речи.*
- ◉ *Стимулируйте слушателей.*
- ◉ «Квантуйте» речь: разбивайте речевой поток на— доли, интервалы, соответствующие:
- ◉ а) смысловым частям изложения и б) пульсации внимания адресата.

- В переходах от одного кванта к другому связывайте предыдущее с последующим и не забывайте время от времени напоминать слушателям, в каком месте речи вы находитесь в данный момент, чтобы они не теряли ориентации.
- *Первая:* лучше всего запоминается то, что дается в начале и в конце всей речи и каждого отдельного ее кванта. Это так называемый «эффект начала и конца» или «эффект границы».
- *Вторая:* вокруг важных в смысловом отношении «зон» речи должны быть «пустые» зоны, заполненные «несерьезным» содержанием: шуткой, анекдотом, примером (это отдых). Тогда смысловые центры речи воспринимаются именно как узловые, центральные моменты и хорошо запоминаются. Эта закономерность называется «эффектом свободного пространства памяти».

## ЯЗЫК ДВИЖЕНИЙ В ПУБЛИЧНОЙ РЕЧИ

- Владение «языком движений» — это во многом и вниманием слушателей: движение — один из главных факторов внимания. Хорошо известно также, что физическое состояние и действие вызывает связанные с ним эмоции (на этом законе основана теория «физических действий» К. С. Станиславского). Это означает, что с помощью жестово-мимических средств (средств физического движения) говорящий может вызывать у слушателей именно те эмоции, которые порождают эти характерные движения, проявляются ими.

## ПОЗА И «МАНЕРИЗМЫ»

- ◉ Говорящий стоит свободно, прямо; одна нога несколько выдвинута (не сильно), центр тяжести перенесен на другую ногу. В процессе речи не обязательно и не нужно сохранять неподвижность — можно сделать шаг-другой в сторону, в другую, подойти ближе к аудитории, не рекомендуется только метаться из стороны в сторону, как маятник.



## ЧРЕЗМЕРНОЕ БЕСПОКОЙСТВО О СВОЕМ ИМИДЖЕ

- 1) выглядеть некомпетентным в теме.
- 2) забыть сказать нечто важное.
- 3) не находить ответы на сложные вопросы.
- 4) проблемы с одеждой, прической.
- 5) проблемы с речью.

Станьте *частью аудитории*, а не человеком с другой стороны барьера. Беспокойство о других людях позволить *забыть о волнении*, связанном с вашим имиджем.



Большинство сложных вопросов можно предугадать, учитывая уровень подготовки участников и содержание материала. Ответов на все вопросы, в любом случае, не знает никто. Поэтому смело признавайтесь в этом. К тому же можно привлечь к поиску решения аудиторию.



# СЛОВАРЬ ОРАТОРСКИХ ЖЕСТОВ

## ***А. Жесты-модификаторы***

(жесты, меняющие «интенсивность»  
значения слов)

«Открытая рука»

«Покрытая рука»

«Кулак»

## ***Б. Изобразительные жесты***

## ***В. Указательные жесты***

## ***Г. Регулирующие жесты***



# ВИДЫ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

- **Презентация** – это активная форма публичного выступления; «презентовать – официально представлять, предъявлять для ознакомления». Презентация – это общественное представление чего-то нового с определенными целями.

Отличия презентации от других форм публичного выступления:

- презентация интересна для аудитории и носит конкретный характер;
- представлена на языке слушателей;
- проводится в активной форме взаимодействия со слушателями;
- побуждает к действиям.

Презентации бывают следующих видов:

- - *Презентация фирмы* (акционерного общества, корпорации, общественной организации и т.д.).
- - *Презентация товара*. Формирование представлений о новой марке, товаре или услуге на целевом рынке, ознакомление потребителей с новыми возможностями товара.
- - *Презентация проекта*. Информирование о каком-либо проекте, поиск заинтересованных в поддержке разработки и реализации проекта.