



СЕЧЕНОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
НАУК О ЖИЗНИ

Публичные выступления

План лекции

1. Понятие и виды публичных выступлений.
2. Модели убеждающей коммуникации.
3. Этапы работы над публичным выступлением.
4. Анализ публичных выступлений.

Риторика (др.-греч. ῥητορικὴ τέχνη «ораторское искусство» ← ῥήτωρ «оратор») —

филологическая дисциплина, изучающая искусство речи, правила построения художественной речи, ораторское искусство, мировоззрение и красноречие^{[1][2]}.

Первоначальное значение слова *риторика* — наука об ораторском искусстве — впоследствии расширилось до теории прозы, аргументации. Европейская риторика началась в Древней Греции, в школах софистов^[3], практиковавших обучение красноречию и собиравших стилистические и грамматические правила. Риторика развивалась под влиянием Аристотеля^[4], Цицерона и Квинтилиана. Расцвет христианского красноречия относится к IV–V векам. Западное красноречие было особенно сильным в Италии (Бембо и Кастильоне; XVI век), где, благодаря противостоянию латинского (научного) и итальянского (народного) языков получило развитие учение о трёх стилях. В России до Петра I существовало исключительно духовное красноречие^[5], которое преподавали в юго-западных духовных школах с XVII века.

Первые русские научные труды по риторике были изданы М. Ломоносовым («Риторика», 1748; «Рассуждение о пользе книг церковных», 1757)^{[6][7]}.

В XX веке слово «риторика» стало пониматься в двух значениях^[8]:

- 1.изучение античной филологии и её изводов с позиций истории
- 2.устная ораторская практика.

Публичное выступление

Публичное выступление (публичная речь) – это выступление оратора перед непосредственно присутствующей в зале аудиторией.

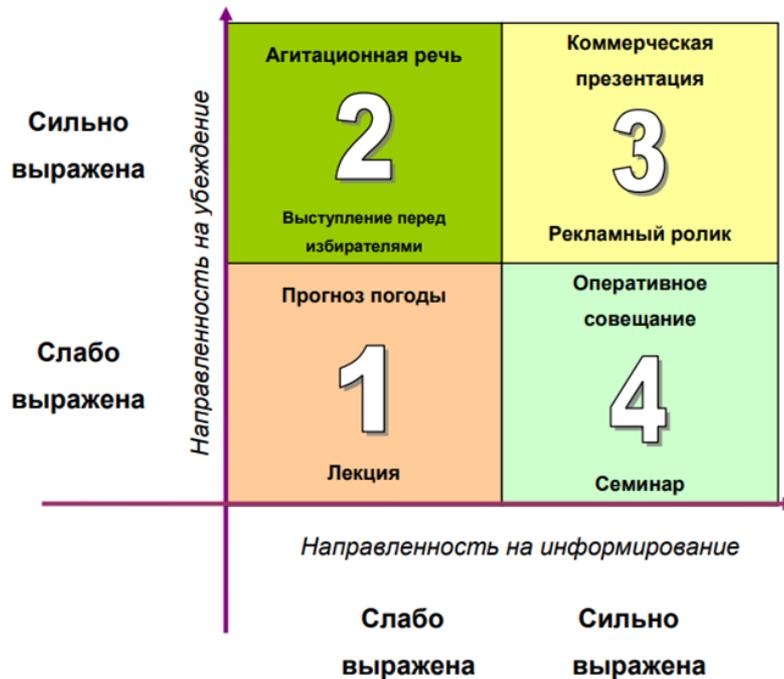
При создании публичной речи вы должны отчётливо понимать, какова цель вашего будущего выступления, каким оно должно быть в плане содержания и наличия эмоций.

Классификация публичных выступлений (по форме)

- ✓ **Доклад** - развернутое сообщение, которое раскрывает какую-либо важную научную или общественно-политическую проблему.
- ✓ **Сообщение** - небольшое по времени (5-10 минут) выступление, в котором рассматривается один небольшой вопрос или проблема. Сообщение - это маленький доклад на частную тему.
- ✓ **Выступление** - краткое, обычно подготовленное сообщение при обсуждении какого-либо заранее объявленного вопроса (3-5 минут).
- ✓ **Лекция** - связное, развернутое научное или научно-популярное изложение какого-либо вопроса специалистом.
- ✓ **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.

Классификации публичных выступлений (по цели)

Матрица «Информирование – Влияние»



Классификации публичных выступлений (по цели)



СЕЧЕНОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
НАУК О ЖИЗНИ



Критерии:

- ✓ насыщенность публичной речи информацией, информативность
- ✓ насыщенность речи эмоциями

1. Информационная речь

Цель информационной речи – сообщить некоторую информацию, передать какие-либо данные, сведения.

Жанры информационных выступлений: научный доклад, сообщение, лекция перед студентами, монолог преподавателя при объяснении, рассказ о каком-либо случае или описание некоторого явления, ответ студента на занятии, защитное слово. Инструкция, объявление о предстоящем событии тоже относятся к информационным выступлениям.

2. Этикетная речь

Цель этикетной речи – соблюсти традиции общения в той или иной официальной ситуации, выполнить соответствующие требования этикета, ритуала.

Жанры этикетных выступлений: речь при встрече официальных гостей, официальное поздравление юбиляра, приветственная речь на открытии какого-либо мероприятия, учреждения, представление собравшимся какого-либо лица с краткой его характеристикой; похвальная речь в адрес кого-либо или чего-либо; вступительное слово при открытии какого-либо мероприятия / заключительное слово при подведении итогов, закрытии (встречи, собрания, конференции, съезда, торжественной линейки в начале учебного года).

3. Развлекательная речь

Цель развлекательной речи – улучшить настроение слушателей. Она содержит шутки, анекдоты и т. п. Такие речи произносятся в дружеской компании или на увеселительных мероприятиях.

Жанры развлекательной речи: неофициальные тосты, речи на банкетах, рассказы об интересных происшествиях, смешных случаях из жизни и др.

4. Убеждающая речь

Цель убеждающей речи – убедить аудиторию в правильности занимаемой оратором позиции, сформировать, укрепить или изменить мнение слушателей по этому вопросу. Убеждающая речь может содержать прямой призыв к совершению действия самими слушателями.

Жанры убеждающих речей: выступления в научных и политических дискуссиях, предвыборные, агитационные, рекламные выступления.

Убеждающая коммуникация

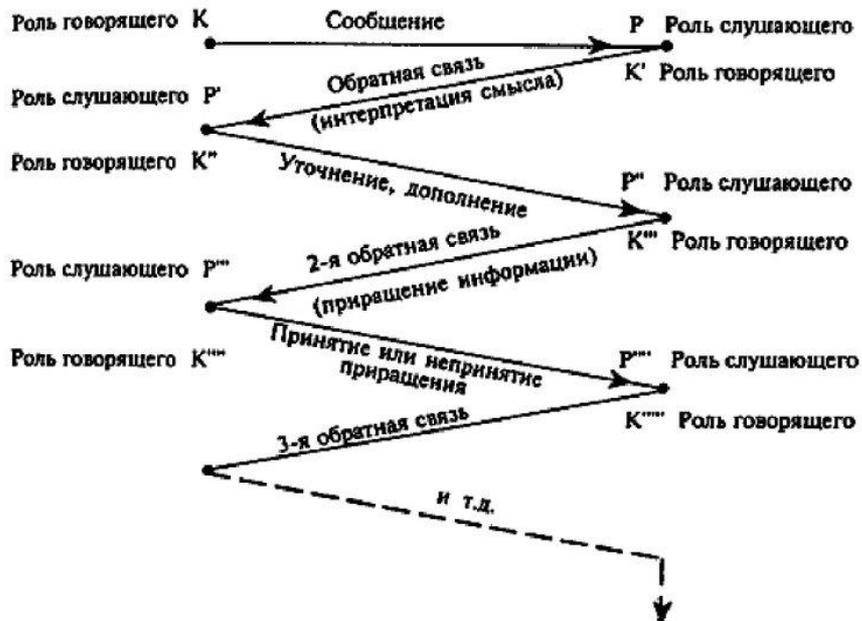
Убеждающая коммуникация представляет собой своего рода модель речевого коммуникативного процесса с обозначением его отдельных звеньев.

Смысл построения такого рода моделей в том, чтобы при повышении эффективности воздействия не упустить ни одного элемента процесса.

Для учета всех переменных, включенных в процесс речевой коммуникации, К.Ховландом предложена «матрица убеждающей коммуникации».

Модели убеждающей коммуникации

Теория убеждающей коммуникации Ховланда



При продолжении диалога — новые «витки» информации

В 1942 г. Ховланд продолжая исследования в Йельском университете, обнаружил, что успешный процесс убеждения включает три последовательных этапа:

«Внимание — Понимание — Принятие»,

то есть слушатели должны обратить внимание на соответствующее сообщение, понять его содержание и согласится с ним.

Матрица убеждающей коммуникации

- 1. Кто? (передает сообщение) - Коммуникатор**
- 2. Что? (передается) - Сообщение (текст)**
- 3. Как? (осуществляется передача) - Канал**
- 4. Кому? (направлено сообщение) - Аудитория**
- 5. С каким эффектом? - Эффективность**

Элементы организационной коммуникации

Уточненная модель коммуникации
Лассуэлла (1967 г.):

- «кто?»
- «с каким намерением?»
- «в какой ситуации?»
- «с какими ресурсами?»
- «используя какую стратегию?»
- «оказывает влияние на какую аудиторию?»
- «с каким результатом?»

Модели убеждающей коммуникации

Модель вероятности сознательной обработки информации (ВСО)

Р. Петти и Дж. Качиоппо

Два пути, ведущих к убеждению:

- **Центральный** - требует от получателя когнитивных усилий для оценки информации.
Характеристики установок: 1) доступность; 2) постоянство; 3) предсказуемость поведения; 4) устойчивость
- **Периферический** – не связан с когнитивными усилиями
 - > *Простые ориентиры*
 - > *Использование экспертного мнения*
 - > *Эффект массовости*

Основные способы 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.

Психологическая подготовка к выступлению



СЕЧЕНОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
НАУК О ЖИЗНИ

1. Не бойтесь слушателей.
2. Сконцентрируйте внимание не на своих собственных переживаниях, а на содержании своей речи. Слушателям интересно то, ЧТО вы говорите, а не то, КАК вы говорите.
3. 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.

Этапы работы над публичным выступлением

1. Подготовительный этап



2. Произнесение речи



3. Рефлексия

Подготовка к выступлению перед аудиторией

- ✓ определение темы, цели и задач выступления
- ✓ оценка аудитории и обстановки



Требования для разных аудиторий

Большая аудитория	МАКСИМУМ ДЛЯ ВСЕХ	Малая аудитория
<ul style="list-style-type: none">▪ <i>ораторского мастерства</i>▪ <i>четкости в работе с визуальными средствами и управлении сценой</i>▪ <i>выдержки и организаторских качеств</i>▪ <i>умения видеть всю аудиторию в целом и каждого участника в отдельности</i>	<ul style="list-style-type: none">▪ доброжелательности▪ вопросов и ответов▪ внимания к невербальным сигналам аудитории▪ умения владеть своими эмоциями, самообладания	<ul style="list-style-type: none">▪ <i>неофициальности</i>▪ <i>гибкости в последовательности и содержании</i>▪ <i>знания участников презентации по имени и позициям</i>▪ <i>примеров из их практики или сферы деятельности</i>

Сообщить



Убедить

Побудить

Создание доклада

Письменная коммуникация и устная речь сильно различаются.

Письменная информация	Устная речь
<p>Читатель может свободно обращаться с источником информации.</p> <p><i>Он может:</i></p> <ul style="list-style-type: none">▪ Сам регулировать скорость работы с материалом, читать медленно или быстро;▪ Вникать в суть написанного или пробежать материал глазами;▪ Прерывать чтение;▪ Возвращаться к прочитанному;▪ Заглядывать в конец текста.	<p>Слушатель в большей степени привязан к конкретным условиям речевой ситуации и к говорящему.</p> <p>Особенности восприятия и переработки информации во многом зависят от оратора (стиль речи, скорость передачи информации и другие характеристики речи).</p> <p><i>Он может:</i></p> <ul style="list-style-type: none">▪ Не успевать за скоростью и темпом речи выступающего;▪ На какое-то время отвлекаться от того, что говорит выступающий;▪ Неверно истолковывать слова и мысли выступающего.

Структура публичного выступления

Тема:.....

Цель:.....

1. Вступление.

Цель: заинтересовать аудиторию.

2. Основная часть.

Цель: информировать, убедить, мотивировать.

Ключевая идея 1: Мотивация Доказательства Краткий вывод Переход

Ключевая идея 2: Мотивация Доказательства Краткий вывод Переход

Ключевая идея 3: Мотивация Доказательства Краткий вывод Переход

3. Заключение.

Примерное распределение времени:

вступление – 10-15%

основная часть – 60-65%

заключение – 20-30%



Барьеры публичных выступлений

- Если у вас нет четких целей, то цели других захватят вас.
- Если вы плохо подготовлены, то страх и волнение разрушают вас.
- Если вы хорошо подготовлены, то страх и волнение разогревают вас.

ПРИЧИНЫ И ВИДЫ СТРАХА:

1. Страх потерять лицо
2. Страх враждебности
3. Страх вопросов
4. Страх некомпетентности
5. Страх все забыть
6. Страх ошибиться
7. Страх показать свой страх



*Глоссофобия-
страх публичных
выступлений*



Общие требования к публичному выступлению



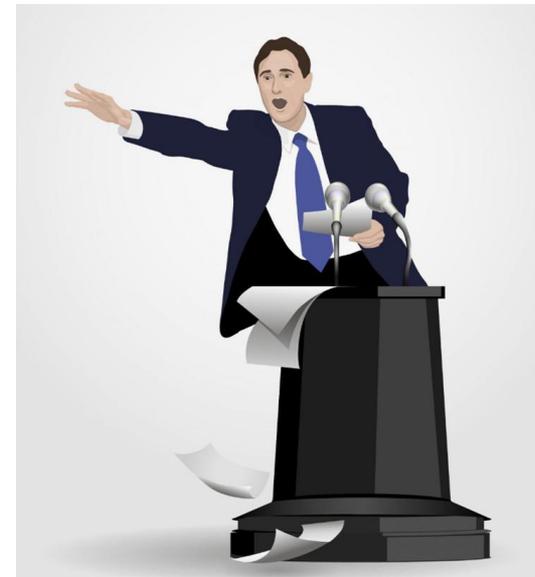
1. Решительное начало выступления
2. Драматизм
3. Сдержанная эмоциональность
4. Краткость
5. Диалогичность
6. Разговорность
7. Установление и поддержание контакта с аудиторией
8. Понятность главной мысли
9. Решительный конец

Риторические позиции коммуникативного самоубийства

✓ **позиция наставника** (оратор
нравоучителен, категоричен)

✓ **позиция трибуна** (преувеличенный
пафос)

✓ **позиция просителя** («потерпите, я
скоро закончу»)



При публичном выступлении могут возникать следующие типичные затруднения:

- ✓ **нелогичность** (непоследовательность в изложении сути, нечеткая аргументированность излагаемого материала, отсутствие ясности и четкости в достижении поставленных целей)
- ✓ **проблема самовыражения** (недостаточная эмоциональность, зажатость, монотонность выступления, несоответствие внутреннего состояния и внешних признаков)
- ✓ **эгоцентризм** (не учитывается плюрализм мнений; неспособность понять иное, чужое мнение)
- ✓ **некомпетентность** (недостаток информации, некомпетентность в конкретных вопросах)
- ✓ **проблема контакта** (трудности контакта с аудиторией, не удается расположить слушателей убеждением и т. п.)
- ✓ **проблема самоконтроля** (трудно преодолеть волнение, неумение вести себя и т. п.)
- ✓ **проблема выхода из контакта** (сумбурность и незавершенность выступления, плохое окончание и неудачный выход из разговора)

Позиция оратора в ходе выступления



- ✓ **Позиция информатора:** чистое изложение некоторого материала, сопровождающееся предупреждением о возможных ошибках в понимании. С этой позиции обычно излагается инструктивная или директивная информация.
- ✓ **Позиция комментатора:** обычно занимают, если аудитория основное знает и ждет дополнительных сведений и личных оценок.
- ✓ **Позиция собеседника:** оратор разделяет интересы и заботы аудитории, выступает «на равных», обращается к аудитории с просьбой высказать свое мнение, широко использует вопросы.
- ✓ **Позиция советчика:** слушатели хорошо подготовлены в базовой области. Оратор в таком случае лишь как бы «расставляет акценты».
- ✓ **Позиция эмоционального лидера:** в аудитории приподнятое настроение, если самого оратора хорошо знают и ждут с интересом и нетерпением. В позиции эмоционального лидера оратор чувствует себя достаточно свободно, допустимы импровизированные отступления от темы.

Сложные ситуации возникают, когда докладчику адресуются:



- 1) наивные вопросы и критика авторитетных людей, не являющихся специалистами в обсуждаемой проблеме (сложность в том, что, опровергая такую критику с помощью азбучных истин, ставишь в неудобное положение маститых оппонентов, которые болезненно реагируют на это);
- 2) ироничные вопросы с «подковыркой» молодых жизнерадостных людей, желающих повеселить аудиторию (ответ возможен либо в духе мягкого юмора, либо серьезным тоном с подчеркиванием недопустимости недооценки важности обсуждаемого вопроса);
- 3) сложные вопросы, затрагивающие малоизвестную докладчику смежную область и заданные с целью «прощупать» эрудицию и находчивость докладчика (лучше ответить: «Нельзя объять необъятное» или «Решение этой задачи не предусматривалось в нашем исследовании»);

Сложные ситуации возникают, когда докладчику адресуются:

- 4) вопросы, на которые докладчик уже отвечал, а также вопросы несуразные и критика тех, кто невнимательно слушал и недопонял суть обсуждаемого дела (здесь важно не впадать в шок от замечаний оппонента, не заявлять ожесточенно: «Я ведь это уже объяснял!», а спокойно и кратко повторить ответ, используя фразу: «Как уже отмечалось...»);
- 5) вопросы-замечания о несоответствии выводов докладчика мнению некоего авторитета, имя которого подчас никому ничего не говорит (может помочь ответ: «По мере того как накапливаются новые факты, многие ранее казавшиеся бесспорными истины, провозглашенные даже авторитетами, пересматриваются»);
- 6) вопросы, принижающие значимость проблемы или полученных результатов (поскольку в такой ситуации задевается самолюбие выступающего, важно не откликнуться эмоциональной вспышкой, а оценив степень провокационного вопроса, ответить заранее продуманной фразой).

Завершение публичного выступления

Заключение имеет две основные функции - напомнить главную мысль и объяснить, что с ней «надо делать».

Варианты концовок:

- ✓ Цитата, крылатое изречение, поговорка, народная мудрость
- ✓ Обобщающий вывод
- ✓ Обращение к слушателям
- ✓ Подытоживающее повторение
- ✓ Иллюстрация
- ✓ Кульминация
- ✓ Комплимент аудитории
- ✓ Юмористическая концовка
- ✓ Благодарность за внимание

Анализ выступления

ать аудиторию (вводная часть)

ключевых идей (основная часть)

имеры, ссылки)

д для аудитории (заключение)

едующих действий (заключение)

ия

тересованности аудитории

овать ситуацию

х элементов

Анализ выступления

3. Оформление наглядных средств

- ✓ конкретность (не перегруженность информацией)
- ✓ соответствие характеру выступления и аудитории
- ✓ единство стиля

4. Невербальные элементы выступления

- ✓ речь (четкость, понятность, интонация, темп)
- ✓ визуальный контакт
- ✓ мимика
- ✓ жесты, поза
- ✓ освоение пространства
- ✓ работа с техническими средствами

Анализ выступления



СЕЧЕНОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
НАУК О ЖИЗНИ

5. Ответы на вопросы

- ✓ прояснение вопросов
- ✓ лаконичность
- ✓ содержательность
- ✓ владение инициативой



Оценка видеозаписи презентации

Лучшим способом проанализировать свое выступление – это снять его на видеокамеру, а затем провести оценку видеозаписи.

Начало - «танцующий» шаг	_____	До начала презентации стоял прямо в течение трех секунд
Тихий, нетвердый голос	_____	Твердый, ясный голос
Постоянно или никогда не улыбался	_____	Улыбался при необходимости
Нервно передвигался по аудитории	_____	Уверенно передвигался по аудитории
Неуверенное владение информацией	_____	Хорошее владение информацией
Повторение одного и того же жеста	_____	Использование различных жестов во всех трех зонах
Использование одной голосовой тональности	_____	Использование голосовых модуляций
Подача материала без пауз	_____	Эффективное использование пауз
«Блуждающий» взгляд по аудитории	_____	Зрительный контакт с аудиторией
Поворот спиной к аудитории	_____	Выступление лицом к аудитории
Пытался делать несколько дел одновременно	_____	Управлял вниманием аудитории



Спасибо за внимание!