

Ирина Лешутина

Риторика

Искусство публичного выступления



Ирина Лешутина

Риторика. Искусство

публичного выступления

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=11130228

Ирина Лешутина. Риторика. Искусство публичного выступления:

Претекст; Москва; 2008

ISBN 978-5-98995-044-7

Аннотация

В книге освещаются основные вопросы теории риторики и практики публичных выступлений, делового общения, культуры и искусства речи. Особое внимание уделяется методам подготовки различных публичных выступлений, а также умению вести конструктивный диалог и дискуссию. Она может служить учебным пособием, нацеленным на формирование практических навыков и эффективное повышение общей речевой культуры с помощью специальных упражнений.

Эта книга, отражающая обобщенный опыт российских и зарубежных специалистов, представляет интерес для широкого круга читателей, желающих научиться говорить красиво, правильно и убедительно.

В формате a4.pdf сохранен издательский макет.

Содержание

Введение	5
Глава 1	9
Возникновение и развитие риторики	11
Современная риторика	16
Публичное выступление и презентация	17
Ораторство – это привилегия	17
Принципы ораторского искусства	19
Цели и задачи публичного выступления	23
Синдром ПВН (Почему Вам это Нужно)	26
Общие правила публичного выступления	28
Самомаркетинг...	32
Мудрые мысли...	36
Глава 2	38
Конец ознакомительного фрагмента.	39

Ирина Лешутина

Риторика. Искусство

публичного выступления

Рецензенты: В. В. Леденева, доктор филологических наук, профессор; Т. В. Маркелова, доктор филологических наук, профессор.

© И. Лешутина, 2008

© Студия Арт. Лебедева, дизайн обложки, 2008

© А. Орлова, иллюстрации, 2008

© Претекст, 2008

Введение

С древнейших времен люди стремились разгадать секрет воздействия живого слова. Что это – врожденный дар или результат длительного обучения и самообразования? Ответ на этот вопрос дает зародившаяся в античном мире Риторика – наука и искусство устной речи. И тысячелетия спустя не гаснет ее огонь, зажженный Аристотелем и Цицероном.

С классическим понятием «риторика» соотносится и латинское «ораторское искусство», и русское «красноречие», преобразованное сегодня в «искусство презентации и публичных выступлений», «мастерство речевого общения», «бизнес-риторику» и т. п. На полках книжных магазинов без труда можно найти как традиционный учебник, так и интерпретацию риторического канона. Каждый автор пытается внести свою лепту, проецируя на книжные страницы теоретические знания и практический опыт. Интерес к Риторике объясняется стремлением человека к личностному росту, что требует от него умения свободно и грамотно изъясняться во время публичных выступлений и эффективно общаться с людьми. «Будущее за теми, кто умеет хорошо говорить!» – это не рекламный слоган дня, а осознание важности гуманитарного риторического образования, владения основными элементами речевого общения, формирования умений и навыков, необходимых для эффективного речевого поведения

в любых речевых ситуациях.

Искусство Риторики состоит в умелом использовании логической и образной форм человеческого мышления, в интегрировании знаний из различных областей наук: философии, этики, филологии, логики, психологии и т. д. Личность человека проявляется в его речи, в которой ярко отражаются и интеллект, и чувства, и характер, и цели, и интересы говорящего. Органическая взаимосвязь мышления и речи предполагает, с одной стороны, развитие самой речи, обусловленное развитием мышления, а с другой – совершенствование мыслительной деятельности вследствие совершенствования речи.

Культура слова является одним из важнейших компонентов духовной культуры человека и наиболее заметна для окружающих. Еще древний поэт и мыслитель Саади сказал: «Заговори, чтобы я тебя увидел».

Однако нельзя освоить Риторику, только прочитав купленную в магазине книгу. Это лишь основы науки, трамплин для будущих успешных выступлений, лишь то, что поможет стать настоящим ритором. Главное – это желание постичь законы этой науки и понять ее секреты, стать яркой риторической индивидуальностью, постоянно совершенствовать свое умение говорить, овладевая теоретическими знаниями и практическими навыками, тщательно готовясь к каждому своему выступлению.

Платон называл Риторику искусством управления умами

людей. И если человек сумеет постичь это искусство, перед ним откроются огромные возможности.

Риторика учит:

- мыслить четко и логично, ясно и связно, то есть «мыслить схемами», как говорил Рене Декарт;
- понимать потребности аудитории и каждого собеседника, доставлять слушателям удовольствие своей речью, быть интересным для окружающих;
- уверенно чувствовать себя при любом общении, владеть культурой слова и при этом ощущать его свободу;
- использовать алгоритм подготовки и проведения успешного выступления, следуя классическому риторическому канону и интерпретируя его;
- владеть голосом, управлять своими эмоциями, чувствовать время (регламент), вызывать необходимые реакции в аудитории, делать презентацию, вести переговоры, отстаивать свое мнение, отвечать на вопросы, слушать, произносить тосты, поздравлять, представлять, делать комплименты и т. д.;
- преуспевать в жизни, общаться с другими людьми, ставить цели и их достигать, «заводиться» от большого количества людей, реализуя при этом свои лучшие качества.

Бизнесмен Ли Якокка писал: «Когда мои дети спрашивают, чему учиться, я неизменно отвечаю, что необходимо получить хорошее образование в области гуманитарных наук. Главное – это <...> хорошо владеть устной и письменной ре-

чью». Этому учит Риторика.

Для успеха в политике, в бизнесе, в повседневной жизни человеку так необходима «чаша ратора», о которой античный мудрец Апулей сказал в застольной речи: «Чем чаще следуют чаши муз одна за другой, чем меньше воды подмешано в вино, тем больше пользы для здорового духа. Первая чаша – учителя чтения – закладывает основы, вторая – чаша филолога – оснащает знаниями, третья – чаша ратора – вооружает красноречием».

И пусть будет полной «чаша ратора», всегда полной знаниями и практикой публичных выступлений, а Риторика, как испокон веку, поверяет гармонию слова и учит людей хорошо говорить.

Глава 1

Понятие риторики

Однажды Ксанф, хозяин Эзопа, позвал гостей и велел своему рабу приготовить самое лучшее из блюд. Эзоп купил свиных языков, поджарил их и подал гостям.

– И это ты считаешь самым лучшим? – разгневался Ксанф, видя недовольство присутствующих столь дешевым угощением.

– Да, – отвечал Эзоп, – именно таковым и является язык, без которого ничего не совершишь в этом мире: не скажешь, не прикажешь, не дашь, не возьмешь, не купишь, не продашь, не создашь государство и законы, поддерживающие в нем порядок, – все существует благодаря языку, впрочем, как и твоя философия, Ксанф.

Всем пришлось согласиться с Эзопом.

На следующий день Ксанф вновь пригласил гостей. На этот раз он приказал Эзопу:

– Купи на рынке самое худшее, что только можно придумать!

Эзоп снова купил языков и приготовил их к обеду.

– Вчера ты утверждал, что язык – самое прекрасное на свете, сегодня же он оказался самым худшим! – злорадно воскликнул Ксанф.

– Совершенно верно, хозяин, – невозмутимо ответил Эзоп. – Что может быть хуже языка? Ведь он-то и начинает ссоры, сеет обман, зависть, оскорбления, приводит к дракам и войнам, гибели людей. Вот и сейчас, Ксанф, ты ругаешь меня с помощью языка.

Слишком простое объяснение, не так ли? Но сколько раз История подтверждала правоту эзоповых слов.

В XX веке писатель Илья Эренбург с «гордостью и горечью» говорил о силе слова, о важности и необходимости обдумывания всего, что мы произносим: «Слово может помочь человеку стать героем, призвать его к благородным поступкам, разжечь в его сердце любовь и слово может принизить человека, одурманить его, заглушить совесть, толкнуть на низкие дела».

- Как донести свое слово?
- Как сделать, чтобы его поняли?
- Как произнести его перед аудиторией?

Всему этому учит **риторика – наука об искусстве публичного выступления.**

Слово *риторика* происходит от греческого *rhetorike* – ораторское искусство. Следовательно, **риторика – наука об ораторском искусстве, о мастерстве публичного выступления перед аудиторией.**

Риторика учит нас, как эффективно с помощью своей речи воздействовать на аудиторию, как достичь успеха в публичном выступлении.

Возникновение и развитие риторики

Начнем *ab ovo* (лат.) – «с самого начала».

Мировая риторика возникла более 2500 лет назад, во времена античной цивилизации, полагавшей ее величайшей из гуманитарных наук.

Основоположителем риторики как науки считается великий философ Древней Греции Аристотель (384–322 гг. до н. э.), который определял ее как «способность находить возможные способы убеждения относительно каждого данного предмета», как «общие принципы ведения спора». Аристотель считал риторику искусством убеждения, поскольку именно в Древней Греции зародилось искусство спора и появились первые школы риторики^[1].

Так называемые древнегреческие софисты обучали приемам полемики, нацеленным на победу в споре любой ценой. Известный софист Горгий (V–IV вв. до н. э.) призывал своих сторонников стремиться в споре именно к победе, а не к установлению истины. Это приводило к сознательному использованию ошибочных или выдуманных положений, предположений и рассуждений.

Софистов критиковали Сократ, его ученик Платон, а также Аристотель, обвиняя их в попрании истины и нравственности. Идеи Сократа, не оставившего письменных трудов, нашли отражение в работах Платона, который развил

метод своего учителя. Он считал, что доказать истину человеку можно лишь с учетом его психологических особенностей. Платон является основателем диалектического (сократического) метода полемики, предусматривающего столкновение в диалоге противоположных мнений. При сопоставлении мнений с фактами и «твердыми свидетельствами» можно либо установить истину, либо видоизменить мнение.

Аристотель разграничил нетехнические способы убеждения («которые не нами изобретены») и технические («которые могут быть созданы нами с помощью метода и наших собственных средств»)^[1]. Практически нетехнические способы убеждения – это факты, а технические – их преподнесение. Данное разграничение подтверждает, что **риторика – это и искусство, неразделимое с природным даром красноречия, и наука (техника), которую может изучать каждый.**

Учение Аристотеля, придавшее законченную форму античной риторике, актуально и сегодня для выступлений любого типа.

В развитие риторики внесли немалый вклад ораторы и теоретики ораторского искусства Древнего Рима – Цицерон, Квинтилиан и другие, сформулировавшие законы и правила ораторского искусства, которыми мы пользуемся и сегодня.

Опираясь на законы философии, психологии, филологии и других гуманитарных наук, риторика определяет основные составляющие ораторской деятельности: этос – нравствен-

ная (этическая) основа речи; логос – идея, содержательная (логическая) сторона речи; пафос – средства воздействия на аудиторию (психологическая сторона речи)^[31, с.51].

Из трех необходимых для оратора данных – *ingenium* (природный талант), *usus* (навык), *doctrina* (знания) – Цицерон отдавал предпочтение последнему, считая, что истинный оратор обязан быть, в первую очередь, образованным, «должен исследовать, переслушать, перечитать, обсудить, разобрать, испробовать все, что встречается человеку в жизни, так как именно жизнь служит оратору материалом»^[33].

Итак, изучив теоретические основы риторики, мы всю жизнь совершенствуем свои ораторские способности, что подтверждает всемирно известную формулу Цицерона – «ораторами становятся».

На исходе эпохи античности риторика становится учебной дисциплиной, подразделяясь на общую и частную. Общая риторика изучает принципы построения речи в любой сфере деятельности, а частная риторика предусматривает использование этих общих принципов в определенном общении, в подготовке к конкретным выступлениям (протоально-этикетным, развлекательным, информационным, убеждающим).

В какой последовательности рекомендуется работать над речью? С чего начинать, создавая текст публичного выступления? Ответ на эти вопросы дает античный риторический

канон (рис. 1), определяющий порядок работы оратора над текстом выступления и с ним.

- **Шаг № 1.** Изобретение – *inventio* – работа над мыслью речи (выбор, систематизация материала, выделение доказательств, аргументов), предусматривающая ответ на вопрос: **что сказать?**

- **Шаг № 2.** Расположение – *dispositio* – работа над композицией выступления, предусматривающая ответ на вопрос: **где сказать?**

- **Шаг № 3.** Украшение – *elocutio* – редактирование речи (собственно красноречие), предусматривающее ответ на вопрос: **как сказать?**

- **Шаг № 4.** Запоминание – *memoria* (учение о профессиональной ораторской памяти) – технический этап подготовки: заучивание текста, подготовка заметок и т. п.

- **Шаг № 5.** Произнесение – *actio* – собственно выступление, общение оратора с аудиторией (интонация, мимика, жесты и др.), кульминация всей ораторской деятельности.

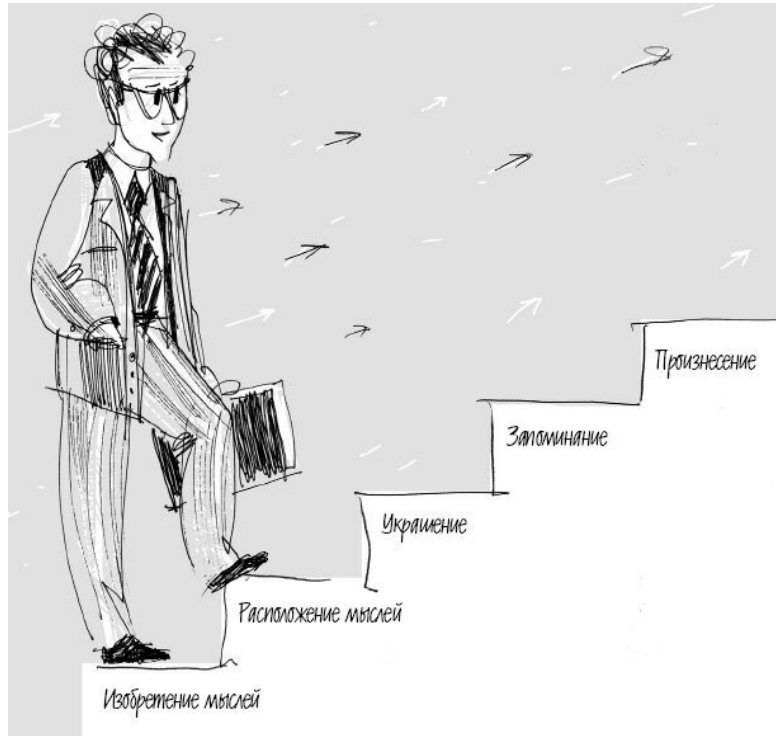


Рис. 1. Процесс создания выступления

На этом античный канон заканчивается, но современная риторика предполагает еще один шаг.

- **Шаг № 6.** Размышление – *reflexio* – анализ произнесенной речи и выводы, которые делает из нее сам оратор с целью улучшения своих выступлений в дальнейшем.

Современная риторика

В XX веке риторика возрождается как наука о речевом воздействии, то есть об эффективном общении с аудиторией. Практическая риторика обучает умению выступать перед аудиторией с сообщениями разных жанров и типов – от научного доклада и презентации до анекдота и забавных историй.

Риторика XXI века – это наука о публичном речевом воздействии.

Публичное выступление и презентация

Публичное выступление – официальное выступление оратора (в основном монолог) непосредственно перед достаточно большой и организованной аудиторией.

Презентация – официальное публичное представление заинтересованной аудитории некоего еще не известного или малоизвестного продукта и его создателей.

Это визитная карточка, которую Вы показываете своему руководителю, клиенту, коллеге или потенциальному партнеру. Презентация – это убеждение в правоте Ваших идей, в качестве Вашего товара, в успехе Вашего дела.

Любая презентация включает пять основных компонентов:

- подготовка текста,
- графическое оформление,
- подача информации,
- распространение информации,
- дискуссия: вопрос – ответ.

Ораторство – это привилегия

Вам предлагают выступить? Обязательно соглашайтесь, если у Вас есть в запасе не меньше недели на подготовку ре-

чи. Залог Вашего успешного выступления – тщательная подготовка, а все остальное – практика, практика, практика!



Рис. 2. Как сказать правильно, красиво и убедительно?

Для того чтобы говорить хорошо, ставьте перед собой следующие вопросы.

- Как сказать правильно?
- Как сказать понятно?
- Как сказать красиво?
- Как сказать убедительно?

И решайте их, совершенствуясь от выступления к выступлению (рис. 2).

Обязательно используйте любую возможность для выступления перед аудиторией. Ораторство – это привилегия. Вы удостоены чести оказывать влияние на людей и даже менять их жизнь!

Правила ораторского искусства предусматривают управление элементами речи, а также использование различных речевых приемов и принципов, позволяющих сделать речь понятной, интересной и, соответственно, более влиятельной.

Принципы ораторского искусства

→ Забудьте о себе, займитесь делом

Это принцип уверенности. Неуверенного оратора тревожит мысль о том, что о нем подумают слушатели. Волнение отвлекает его внимание, он начинает сбиваться и путаться в мыслях. Но Вы вполне можете быть перед слушателями таким же раскрепощенным, как у себя дома.

Увлекайтесь выступлением, и у вас не останется сил на волнение.

→ Оратор – хозяин положения

Некоторые ораторы ведут себя так, будто в чем-то провинились или не выучили урок: вздрагивают от каждой реплики слушателей, пространно отвечают на любой вопрос и ждут дальнейших указаний аудитории.

Надо помнить, что на время выступления оратор становится лидером аудитории, которую он должен вести за собой, а не идти у нее на поводу. Но это не значит, что при этом нужно непременно прибегать к диктаторскому стилю. Предупредительное отношение к слушателям решительно не мешает оратору заниматься своим делом. Он должен владеть аудиторией и смело воплощать свои замыслы. Слушатели должны видеть, что оратор знает, чего хочет.

→ Если Вы не увлечете аудиторию, то аудитория займется Вами

Есть такой тип ораторов – «нудисты», которые вместо выступления бубнят себе что-то под нос. Кажется, что они задались целью утомить аудиторию и испытать ее терпение. Обычно добрые слушатели прерывают речь «нудиста» вопросом: «Может, Вам заплатить, чтобы Вы оставили нас в покое?» Злые – бьют, поэтому «нудист» должен быть проворным, уметь уворачиваться от летящих помидоров и быстро бегать. Терпеливая же публика награждает нудную речь громом аплодисментов за то, что она, наконец, завершилась.

Аудиторию нужно увлекать.

→ Принцип спектакля

Люди любят зрелища и сильные ощущения и готовы за них платить. Поэтому аудитория в глубине души ожидает интересного шоу. Такое ожидание слушателей надо оправдать. Яркое выступление развлекает аудиторию, оправдывая ее ожидания, а вялая речь вызывает у слушателей ощущение напрасно потраченного времени. **Превратите выступление в интересный спектакль.**

→ Хотите быть интересным – будьте заинтересованным

Этот принцип перекликается с предыдущим. Равнодушная речь, произнесенная безучастным тоном, вряд ли окажется яркой и запоминающейся. Поэтому старайтесь, чтобы Ваша речь была интересной и впечатлила слушателей. **Добавьте в речь энтузиазма.**

→ Принцип разнообразия

Мы слышим гром точно так же, как и прерванную тишину, воспринимая не сами звуки, краски и явления окружающего мира, а контрасты между ними. Поэтому, чем больше в речи контрастов, тем больше она привлекает внимание слушателей. Контрасты должны присутствовать во всех элементах речи (кроме дикции – дикция должна быть всегда четкой): она должна быть то яркой, то умеренной, с различными эмоциональными оттенками, произноситься то громче, то тише, быстрее и медленнее, тон голоса – выше и ниже. Полезно использовать паузы различной длины и т. п. Разнообразная речь напоминает живописный пейзаж, красивую

мелодию, в которой благозвучно переливаются все краски и тона. Такая речь привлекает, ее хочется слушать и слушать, в отличие от монотонной, напоминающей пустыню до горизонта. **Говорите разнообразно.**

→ Ответственность за непонимание целиком лежит на ораторе

Если слушатель не понимает, о чем говорит оратор, в этом виноват только говорящий. Это аксиома. Если оратор допускает в адрес аудитории высказывания: «Неужели непонятно?» или: «Какие же вы бестолковые!», то он, мягко говоря, неправ в своей попытке переложить ответственность на слушателей. **Говорите так, чтобы Вас всегда понимали.**

→ Исчерпайте тему, а не терпение слушателей

Говорят, что время – деньги. На самом деле время больше, чем деньги, – это вся наша жизнь. Считается, что деньги воровать нельзя. А отнимать у человека его время, отвлекая или заставляя ждать, можно? Утомлять слушателей нудным выступлением – значит воровать у них часть жизни. **Заканчивайте говорить раньше, чем этого захотят слушатели.**

Принципы – это векторы, задающие общее направление. Важно употреблять принципы риторики к месту, правильно их дозировать в зависимости от поставленной цели выступления.

Цели и задачи публичного выступления

Прежде чем заняться подготовкой публичного выступления, следует четко определить его цель и способы проверки ее достижения.

Существует довольно много классификаций публичных выступлений по разным параметрам. Для практического обучения ораторскому искусству наиболее важна классификация публичных выступлений по цели, которую иногда называют классификацией жанров публичного выступления.

В ораторской практике выделяют четыре основных цели публичных выступлений (рис. 3)^[28, с.65].

• **Сообщить информацию.** Такое выступление называется *информационным*. Информационный жанр используется в научном докладе, лекции, в рассказе о случае из жизни или при описании какого-либо явления. Инструктажи и объявления о предстоящем событии тоже относятся к информационным выступлениям.

• **Соблюсти общепринятый протокол, ритуал, этикет.** Этой цели служит *протоколно-этикетное* выступление: приветствие официальной делегации, официальное поздравление юбиляра, вступительное слово перед открытием какого-либо официального мероприятия, выступление с

оценкой заслуг человека или организации (похвальное слово), речь на траурном митинге или торжественном собрании, официальный тост и др.



Рис. 3. Цели выступления

- **Развлечь собравшихся.** Для этого используется *развлекательное* выступление (например, тосты, речи на банкетах и др.).
- **Убедить.** Убеждающая речь призвана показать пра-

вильность занимаемой оратором позиции, укрепить или изменить мнение аудитории по какому-либо вопросу. Примеры *убеждающих* выступлений – полемика в научных и политических дискуссиях, предвыборные, агитационные, рекламные речи, презентации.

Если оратор ставит перед собой несколько сочетаемых целей, выступления приобретают комплексный характер, например, информационно-этикетные, информационно-развлекательные, информационно-убеждающие выступления и т. д.

Поэтому убедите людей в необходимости их присутствия на Вашем выступлении, предъявив им веский аргумент. Дайте им почувствовать, что от этого зависит успех Вашего проекта, что Вы ничего не сможете сделать без их согласия.

Вам надо сформулировать свою цель в одном предложении, указав, чего Вы хотите добиться от слушателей в результате своего выступления (их действий или выводов).

Цель – желаемое конечное состояние или результат, это постоянное напоминание о том, чего Вы хотите достичь в данной аудитории в данное время. Запишите ее, прежде чем приступить к сбору материалов и определению способа их представления.

Запомните!

→ Цель должна быть выражена одним

предложением.

→ Цель должна быть реалистичной.

→ Цель должна вызвать ответное действие на вопрос: «Что должны сделать слушатели?»

Синдром ПВН (Почему Вам это Нужно)

Основная составляющая понимания оратором своей аудитории и простейший способ концентрирования на выгодах, а не на особенностях – это постоянный вопрос: «Почему Вам это нужно?» Именно **вам**, то есть слушателям (аудитории). Постоянно помня его, Вы сможете сконцентрироваться на потребностях аудитории («вам»), а не на своих нуждах («мне»). В этом заключается основная цель оратора, в этом – вся суть понимания своей аудитории^[4, с.40].

ПВН – выгода конкретной аудитории в ситуации, требующей убеждения. Обычно в выступлении присутствует один главный и всеобъемлющий ПВН, который отражает суть того, в чем Вам надо убедить слушателей. Если Вы будете помнить об этом в любой ситуации, требующей убеждения, то сможете всегда быть уверены в том, что Ваше выступление сфокусировано на главном: Ваша аудитория четко следует поставленной Вами цели, потому что Вы хорошо объяснили слушателям, почему им надо это сделать. Вы спровоцировали проявление синдрома ПВН.

Необходимо помнить ключевые фразы, импульсы ПВН, посылаемые оратором аудитории для восприятия ею синдрома ПВН. Они напоминают оратору о необходимости связывания каждого элемента выступления с *четко* обозначенной выгодой для аудитории.

Запомните!

→ Это важно для вас, потому что... (Оратор заполняет пропуск).

→ Что это для вас значит? (Оратор объясняет).

→ Почему я рассказываю вам все это? (Оратор объясняет).

→ Кого это волнует? (Это прямо касается вас, потому что...).

→ Ну и что? (А вот что...).

→ И...? (И вот ПВН...).

Пример

Вы представляете проект развития своего отдела. При подготовке выступления Вы задаете себе вопрос: *«Какого изменения в поведении слушающих я хочу добиться в результате?»* И отвечаете: *«Я хочу, чтобы руководство осознало необходимость расширения отдела»*. Это цель промежуточного уровня.

Затем Вы задаете себе следующий вопрос: *«А зачем мне это надо?»* Возможно, Ваш ответ прозвучит так: *«Я хочу повысить бюджет зарплаты отдела на 50 %, чтобы нанять нужных специалистов»*. Это уже цель более высокого уровня.

Однако уместно задать себе и еще один вопрос, который гарантированно возникнет у руководства, то есть у слушателей: *«Что получит фирма от расширения отдела?»* Возникает синдром ПВН! И на этот вопрос Вы должны ответить предельно четко, предусмотрев выгоду компании и ее руководителей.

Ответы на эти вопросы позволят Вам подготовить правильную аргументацию более сжато и четко.

Общие правила публичного выступления

Одни выступления кажутся нам не очень сложными, например, объявления, а другие, например доклад, официальная речь в присутствии коллег, презентация, – гораздо труднее. Надо учиться выступать с речами разных жанров – информационными, убеждающими, протокольно-этикетными, развлекательными; стремиться хорошо говорить перед аудиторией в самых разных условиях. Разные жанры требуют разных приемов подготовки. Но есть в риторике общие правила подготовки публичного выступления – правила, применимые для подготовки практически любого выступления, в

любом жанре^[28, с.72].

→ Решительное начало выступления

Первая фраза должна быть продумана заранее и хорошо выучена. Оратора, который начинает запинаться в первой же фразе, аудитория сразу сочтет неуверенным, некомпетентным. Первая фраза должна быть четкой и понятной для слушателей.

→ Драматизм

Драматизм – напряжение в выступлении – создается при столкновении разных точек зрения или оспаривании оратором чьего-либо мнения, при рассказе о каких-либо необычных или трагических событиях, происшествиях. Как говорил Дейл Карнеги, «мир любит слушать о борьбе»^[13].

→ Сдержанная эмоциональность

Эмоциональность обязательна для публичного выступления. Слушатели должны ощущать ваше небезразличное отношение к тому, что вы говорите. Монотонность выступления недопустима.

Однако эмоциональность не должна перехлестывать через край, как у гоголевского учителя, который, рассказывая об А. Македонском, в избытке чувств хватил стулом об пол: «Оно, конечно, Александр Македонский герой, но зачем же стулья ломать?» Лучше приводить факты, вызывающие эмоции у слушателей, нежели самому говорить излишне эмоционально.

→ Краткость

Выступление должно точно укладываться в отведенное время. Краткие выступления рассматриваются большинством аудиторий как более компетентные. Хороший совет на эту тему дал своему сыну американский президент Ф. Рузвельт, объясняя ему, как надо выступать публично: «Будь искренен, будь краток, садись».

→ Диалогичность

Выступление должно предусматривать диалог со слушателями. Оратору не следует все время говорить самому, он должен задавать вопросы аудитории, выслушивать ответы и реагировать на ее поведение. Любое выступление должно содержать элементы беседы.

→ Разговорность

Стиль выступления должен быть преимущественно разговорным, а само выступление – носить характер непринужденной беседы. В этом и заключается разговорность стиля. Говорите с аудиторией так же, как с одним собеседником.

Разговорность стиля выступления существенно повышает доверие к оратору, а значит и к содержанию его речи. Не надо злоупотреблять терминологией, книжной лексикой, иностранными словами. Надо говорить проще – это тоже требование разговорности.

Можно в меру использовать разговорные слова, юмор и шутку.

→ Установление и поддержание контакта с аудиторией

Данное требование относится к числу важнейших.

Установить контакт с аудиторией – значит смотреть на слушателей во время выступления, отслеживать их реакцию и соответственно с ней менять свое выступление, демонстрировать дружелюбие, готовность ответить на вопросы и вести диалог.

→ Завершение выступления

Как и начало, завершение выступления должно быть продуманным, кратким, ясным и понятным.

Заключительную фразу надо заранее сформулировать и заучить, чтобы произнести без запинки. Эту фразу нужно произносить эмоционально, несколько замедленно и громче, чтобы аудитория хорошо вникла в ее смысл и поняла, что она означает завершение выступления.

Советы начинающим ораторам

→ Говорите только о том, что хорошо знаете, что волнует Вас лично, что Вам лично интересно.

→ Уважайте своих слушателей, не считайте их глупее себя.

→ Не кричите. Убеждайте аргументами и фактами, а не силой голоса.

→ Не стремитесь сказать сразу о многом. Будьте краткими, но убедительными и логичными.

→ Говорите проще.

→ Обращайтесь не только к разуму, но и к сердцу

слушателей.

→ Следите за правильностью своей речи. Если не уверены, что правильно делаете ударение в слове или неточно знаете его значение, замените его другим.

→ Разнообразьте свою речь пословицами, поговорками, афоризмами, они помогут сделать ее более образной и выразительной.

→ Помните, что удачное выступление требует тщательной подготовки и обдумывания.

Самомаркетинг...

Ключи к тестам и ответы к упражнениям приведены в Приложении.

Тест 1.

Есть ли у Вас задатки блестящего оратора?

да/нет

1. Задумывались ли Вы когда-нибудь, о чем размышляют другие во время Вашего выступления? Стараетесь ли Вы представить себя на их месте?

-
2. Действительно ли Вам нравится помогать другим решать их проблемы?
-
3. Какое слово Вы чаще употребляете – Вы (+) или Я (-)?
-
4. Видели ли Вы когда-нибудь теледебаты (или какие-нибудь другие дискуссии)? Не приходила ли Вам в голову мысль: «Я бы тоже не прочь попробовать»?
-
5. Когда Вы смотрите телепередачу, в которой группа специалистов обсуждает какую-нибудь проблему, случается ли так, что Вы можете ответить на вопрос ведущего раньше их?
-
6. Хорошая ли у Вас память?
-
7. Любите ли Вы настольные игры наподобие «Монополии»? Способны ли сами придумать такую игру?
-
8. Ощущаете ли Вы, что чувствуют другие?
-
9. Случается ли Вам в разгаре оживленного спора иногда защищать иную точку зрения только потому, что Вы любите спорить?
-
10. Способны ли Вы прекратить путаный, бесплодный разговор, ухватив главное в нем и высказав это так, чтобы все поняли и согласились с Вами?
-
11. Полны ли Вы энергии? Кажется ли Вам, что другие говорят слишком медленно?
-
12. Интересовались ли Вы когда-нибудь тем, как звучит Ваш собственный голос, прислушивались ли к нему?
-
13. Видели ли Вы когда-нибудь себя в кинофильме или видео-записи; как Вы держитесь, как двигаетесь, как выглядите со стороны?

-
15. Любите ли Вы рассказывать другим то, что знаете сами? Получился бы из Вас хороший преподаватель?
-
16. Способны ли Вы мыслить образно? Представляются ли Вам, когда Вы говорите, воображаемые картины?
-
17. Способны ли Вы прямо сейчас, взглянув в окно, более-менее подробно описать увиденное?
-
18. Интересно ли Вам выполнять упражнение, предложенное в предыдущем вопросе?
-
19. Хороший ли Вы вербализатор? Можете ли Вы, освоив обширный материал, изложить его просто и понятно?
-
20. Любите ли Вы чувствовать себя хозяином положения?
-
21. Способны ли Вы держать себя в руках в сложной ситуации? Можете ли спокойно отвечать на провокационные вопросы?
-
22. Нравится ли Вам демонстрировать другим свою работу и объяснять, как Вы это сделали?
-
23. Нравится ли Вам наглядно демонстрировать то, о чем вы говорите? Хочется ли Вам «разыграть» то, что Вы описываете?
-
24. Идете ли Вы навстречу трудностям или сразу отступаете перед ними?
-
25. Приходилось ли Вам участвовать в школьных спектаклях?
-
26. Смотрите ли Вы людям в глаза, обращаясь к ним?
-
27. Смотрите ли Вы людям в глаза, когда они обращаются к Вам?
-
28. Обращаются ли участники совещания в Вашу сторону, ког-

Team 2.

Умеете ли Вы выступать?

да/нет

Ответ ДА – 2 балла, НЕТ – 0.

1. Нуждаетесь ли Вы в тщательной подготовке к выступлению в зависимости от состава аудитории, даже если Вы не раз выступали на эту тему?
2. Чувствуете ли Вы себя после выступления «выжатым», ощущаете ли сильную усталость?
3. Всегда ли одинаково начинаете выступления?
4. Волнуетесь ли перед выходом на трибуну настолько, что приходится преодолевать себя?
5. Приходите ли задолго до начала выступления?
6. Нужны ли Вам 3-5 минут для установления контакта с аудиторией, чтобы заставить ее внимательно Вас слушать?
7. Строго ли Вы придерживаетесь намеченного плана?
8. Любите ли Вы во время выступления двигаться?
9. Отвечаете ли на записки по ходу их поступления, не группируя их?
10. Успеваете ли во время выступления пошутить?

Упражнение

Преобразуйте в разговорный стиль приведенные ниже выражения.

1. Здесь целесообразно пояснить...
2. Вследствие этого...
3. Позвольте мне выразить мнение...
4. По заключению экспертов...
5. В этом проекте задействованы...
6. Необходимо сделать акцент на...
7. Приобретем возможность...
8. Продемонстрировал свою эффективность...
9. Мы считаем целесообразным...
10. Здесь вы сможете приобрести...
11. Это поможет радикально снизить стоимость товара...

Мудрые мысли...

- Слово – самое сильное оружие человека.

Аристотель

• Нет ничего могущественнее слова. Ряды сильных доводов и высоких мыслей невозможно прорвать. Слово разит свирепых и рушит крепости. Это невидимое оружие. Без него мир принадлежал бы

грубой силе.

А. Франс

- Человек лишь там чего-то добивается, где он сам верит в свои силы.

Л. Фейербах

- Кто не знает, в какую гавань плывет, для того нет попутного ветра.

Сенека

- Никакая другая способность не позволяет с такой быстротой сделать карьеру и добиться признания, как способность хорошо говорить.

Ч. Делбю

Поэтами рождаются, ораторами становятся.

Цицерон

Глава 2

Восприятие оратора аудиторией

Невербальная риторика – воздействие, оказываемое сопровождающими речь несловесными сигналами – жестами, мимикой, внешним видом, поведением говорящего и др.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.