

ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЛИЯНИЯ: АСПЕКТЫ ПОДГОТОВКИ И ПРЕДСТАВЛЕНИЯ

Селезнева Ирина Николаевна

Аннотация. Статья посвящена стратегиям и техникам подготовки и представления публичного выступления. Актуальность темы обусловлена тем, что владение навыками ораторского искусства во многом определяет успех личности в профессиональной педагогической деятельности. Статья поможет научиться разрабатывать план публичного выступления, освоить принципы логической подачи материала, овладеть навыками взаимодействия с аудиторией, эффективно использовать наглядные средства.

Эффективная коммуникация является основой профессиональной деятельности в той или иной сфере общественного существования и показателем сформированности коммуникативной компетенции специалиста как способности эффективно общаться с другими людьми и публично выступать таким образом, чтобы достигать желаемых результатов. Антуану де Сент-Экзюпери принадлежит мнение о том, что единственной настоящей роскошью можно признать роскошь человеческого общения.

Коммуникативная компетентность специалиста системы образования выступает безусловным требованием: от успешности межличностной деловой коммуникации многочисленных субъектов образовательного процесса в разных ситуациях общения во многом зависит его результативность. Грамотность, логичность и эмоциональная окраска речи сегодня являются обязательным условием любого делового общения. От взаимопонимания будут зависеть результаты совместной работы, ее эффективность.

Публичное выступление – это передача одним выступающим информации разного уровня в ходе общения с широкой аудиторией. Для большинства людей выступление перед аудиторией кажется нелегкой задачей. Много лет специалистов волнует одна и та же проблема: как изложить свои мысли с наибольшей ясностью, легкостью и доходчивостью. Страх перед публичным выступлением в той или иной степени испытывают все, в психологии есть даже специальный термин, описывающий это состояние – глоссофобия, или страх сцены. Среди его симптомов – учащенное сердцебиение, тремор губ, рук и ног, тошнота, зажатость голосовых связок.

Среди самых частых страхов – боязнь незнакомой аудитории, ощущение плохой подготовки, творческая взволнованность. Исследование, проведенное под руководством профессора психологии Стэнфордского университета С. Косслина [3], выявило интересную закономерность: проблемы, связанные с волнением выступающего (невнятная речь, избыточное использование междометий «э», «ммм» и др.), не входят в рейтинг причин, раздражающих аудиторию: среди них «главная мысль полна несущественных деталей», «недостаточно доказательств в поддержку главной мысли», «нет главной мысли» и др. Получается, что если речь содержательна и актуальна, то легкое волнение спикера не испортит общего впечатления.

Многие признанные ораторы и мастера слова сходятся на том, что хорошее выступление зависит от

многих факторов. Так, известный специалист по ораторскому мастерству Е. Адамов сформулировал шесть требований к оратору, которые он образно назвал «шесть Э», а именно: эрудиция, энергия, эмоциональность, экспрессивность, этика, эстетика [1, с.37].

Важную роль играет название выступления. Оно должно отвечать двум требованиям: отражать его суть, т.е. в лаконичной форме выражать основную идею выступления, и быть занимательным, привлекать внимание, затрагивать интерес тех, для кого оно предназначено. Привлекает внимание название, содержащее вопрос или острую постановку проблемы. Например, рабочее название, содержащее основную идею выступления, и аттрактивное: «Правильное распределение рабочего времени как основа длительной трудоспособности» и «Как работать и не уставать». Второй вариант не только привлекает внимание, но и создает положительную установку на восприятие темы.

Первое впечатление слушателей должно быть позитивным, вселять уверенность, что время не будет потрачено зря. В литературе часто можно встретить перечень приемов, которые помогают выступающему сразу привлечь внимание, заинтересовать слушателей.

Первая фраза всегда содержит приветствие. Оно не должно быть формальным. Если говорящий рад встрече с аудиторией, ему есть что сказать людям, это отразится во взгляде, которым он окинет собравшихся, в улыбке, в приветливой интонации. Можно начать речь с яркого эпизода, привести афоризм, цитату, начать с парадокса. Эти приемы уместны как в главной, так и в любой другой части выступления. Контакт со слушателями устанавливается в откровенной и дружеской манере, однако, в зависимости от ситуации, с преобладанием доверительности или же с соблюдением дистанции. Обращение, по возможности, должно учитывать состав слушателей: уважаемые участники, дорогие друзья, многоуважаемые коллеги. Если слушатели неизвестны, то почтительное обращение воспринимается как преувеличение.

Надо постараться с первых минут завладеть вниманием слушателей. Особенностью введения является то, что аудитория по нему очень быстро составит впечатление о выступающем, и это впечатление будет доминировать на протяжении всего выступления. Важно с самого начала заинтересовать публику удачностью первых фраз, и это в первую очередь будет зависеть от того, каким будет начало выступления.

Первое восприятие публикой выступающего начинается с внешнего вида. Если выступление на конференции или семинаре, то логично, что внешний вид оратора должен соответствовать деловому стилю. Главным психологическим фактором, который оказывает воздействие на слушателей, является именно оратор, и слушатели оценивают, как он одет, как он держится на трибуне, как он говорит, знает ли он то, о чем говорит. Именно поэтому существует проблема «образа выступающего». Много пишут и говорят о «личности оратора», о том, что от него требуется, каким он должен быть (эрудиция, культура и т.д.). Но мы не имеем в виду реальную личность, выступающую перед аудиторией. Речь идет о конструировании нужного оратору образа, об определенном впечатлении, которое оратор своей речью производит на слушателей. Он может выступать в роли лидера или трибуна, в роли человека, как бы советующегося с аудиторией, информирующего аудиторию, в роли комментатора событий и т.д. Это вопрос стратегии. В выступлении следует стараться избегать ошибок. Все должно происходить так же, как в диалоге, только границы диалога чрезвычайно расширяются [3, с. 271].

Во время выступления важнейшее условие возникновения познавательного контакта – интерес к теме выступления. Интерес неизменно вызывает внимание, и тем самым – контакт с оратором. Чтобы стать интересным аудитории, нужно показать свой интерес к ней. Одна из психотехник для этого – формирование зрительного контакта.

После того как оратор занял место за трибуной, нужно не спешить сразу начинать речь. Для начала полезно выдержать небольшую паузу и спокойно окинуть взглядом аудиторию, потратив на это несколько секунд. Устанавливая зрительный контакт со слушателями, как бы показывая им, что выступление подготовлено именно для них. Если во время выступления не смотреть на слушателей, то это невербальный знак того, что они не интересны. Поэтому зрительный контакт необходимо поддерживать и в процессе выступления, даже если это научный доклад, который не принято делать подготовленного планшетного текста. При этом важно, что формирование зрительного контакта – это не просто осматривание зала, а именно контакт «глаза в глаза» со слушателями. Человек подсознательно узнает встречу взгляда, даже если она длится доли секунды. Во время выступления нужно постоянно удерживать зрительный контакт с аудиторией [2].

Если почувствуется непонимание или равнодушие в ответном взгляде, есть возможность спасти положение, пояснив сказанное или сказав нечто, что заденет слушателей за живое. При установлении контакта с какой-то частью зала по закону эмоционального заражения он охватывает всех. Контакт без взгляда не устанавливается. «Ваши глаза должны помочь в претворении в жизнь главной цели: ваши мысли должны достичь слушателей, ваши глаза должны соединиться с глазами слушателей, как твердое рукопожатие друзей», – советует Ф. Снелл [2].

Следует знать, что активно слушать человек может в среднем 15 минут. Затем необходимо сделать паузу или небольшое отступление, привести какой-нибудь любопытный факт. Установив зрительный контакт с присутствующими, можно начинать выступление.

Успех выступления во многом определяется его началом, то есть вступлением. В этот момент многие определяются, стоит ли им слушать этого человека или лучше заняться своими мыслями, беседой с соседом и т.п. Приведем ряд приемов, которые могут использоваться на этапе вступления (таблица 1).

Название приема	Описание
Интересный факт	Прием заключается в формировании интереса аудитории к выступлению через привлечение ее внимания к интересному факту, имеющему прямое отношение к теме: «Знаете ли вы что,...» или «Задумывались ли вы когда-нибудь над тем, что...» и т.п.
Презентация выступления	В этом случае выступающий презентует структуру и регламент своего выступления. Это может быть обозначение основной темы выступления и формулирование «правил взаимодействия». Например, «У меня есть двадцать минут, чтобы рассказать вам о... В процессе выступления я обозначу проблему, а затем сформулирую предложения. Если у вас в ходе моего выступления появятся вопросы, то, пожалуйста, запишите их, чтобы задать по окончании выступления».
Вопрос или цепочка вопросов	Любые вопросы (если они приняты) запускают активность мышления по формированию ответов. Однако не следует рассчитывать на активность аудитории в самом начале выступления и дожидаться ответов. Поэтому на этом этапе полезно задавать вопросы, не требующие вербального ответа.
Шутка, анекдот	Важно не обозначать с первых же слов связь анекдота с темой выступления. Однако эта связь обязательно должна проявиться. Существует серьезное ограничение этого приема – шутка или анекдот должны быть обязательно привлекательными и вызвать оживление (улыбку, смех). Неудачная попытка пошутить в начале выступления существенно ухудшает положение оратора.

<p>Комплимент аудитории</p>	<p>Правильно высказанный комплимент вызывает у аудитории ответное чувство благодарности. Однако следует помнить, что при его конструировании не следует слишком преувеличивать достоинства объекта, иначе комплимент может быть воспринят как насмешка. Он должен быть кратким, искренним, недвусмысленным, отражающим реальность и не похожим на лесть. При этом не обязательно высказывать комплимент непосредственно присутствующим персонам. Он может быть высказан и в отношении значимых для них объектов, с которыми они отождествляют себя (их профессии, компании, в которой они работают, миссии, которую они выполняют, их детям и т. п.).</p>
------------------------------------	---

Таблица 1. – Приемы для начала выступления

Чувствуя, что внимание слушателей завоевано, можно переходить ко введению в тему.

Кроме того, необходимо помнить о роли жеста в публичном выступлении. По мнению некоторых исследователей, жест в выступлении несет около 40% информации. Лучше всего, когда поза при выступлении спокойная, а жесты свободные и упругие, а не небрежные и вызывающие. Жестикуляция может и должна сопутствовать ходу мыслей. В психологической литературе часто можно встретить перечень приемов, которые помогают выступающему сразу привлечь внимание, заинтересовать слушателей.

Важна настроенность на слушателя, на аудиторию. Всегда легче говорить, обращаясь к однородному составу слушателей (коллеги, учащиеся, специалисты, и т.д.). Перед неоднородным составом аудитории говорить гораздо труднее.

Поддерживает внимание сопереживание, которое возникает, когда оратор увлеченно описывает события, затрагивающие чувства и интересы аудитории. В зале при этом наступает заинтересованная тишина. Не остаются равнодушными слушатели и к доверительности, когда оратору удается связать предмет речи с собственным опытом, собственными размышлениями. Разговорная речь обычно сочетается с естественной, непринужденной манерой изложения, которая хорошо действует на слушателей, приглашает к совместному размышлению и разговору. Манера изложения проявляется в позе, жестикуляции, выражении лица, звучании голоса. Жесты, идущие «от сердца», усиливают эффект речи, делают ее более выразительной, помогают убедить слушателей.

При жестикуляции существует три правила: первое – не кладите руки в карманы; второе – не прячьте их за спину; третье – не занимайте их посторонними предметами. Руки – это помощники, которые всегда должны быть свободными и готовыми объединиться в

единое целое с вашими мыслями. Нельзя применять «оборонительные» или «защитные» движения тела, например, скрещивание рук на груди, закладывание их за спину. Скрещивание рук демонстрирует неуверенность в том, что человек говорит. Лучше всего занять открытую позу и время от времени демонстрировать улыбку. Постоянно контролируйте свою осанку, спину держите прямой, голову поднятой, двигайтесь естественно. Если есть возможность приблизиться к аудитории, то сделайте это тогда, когда вы хотите сообщить ей что-то важное, донести и убедить присутствующих в вашей правоте [2].

Жестикуляция может и должна сопутствовать ходу мыслей. Шаблонных жестов не существует, есть жесты приглашающие, отвергающие, повелительные, вопросительные.

При этом необходимо считаться со следующими правилами [4]:

- около 90% жестов необходимо делать выше пояса. Жестикуляция ниже пояса часто имеет значение неуверенности, неудачи, растерянности;
 - локти не должны находиться ближе, чем на 3 см от корпуса. Меньшее расстояние будет символизировать незначительность и слабость вашего авторитета;
 - жестикулировать необходимо обеими руками.
- Самое трудное – начать пользоваться жестами, которые вы считаете приемлемыми. Жесты – первооснова любого языка.

Наконец, важны убежденность и эмоциональность говорящего. Если он искренен, эти качества не только удерживают внимание слушателей на проблеме, но позволяют ему заразить собравшихся своим отношением к ней. Необходим умеренный темп речи, такой, чтобы слушатели успевали следить за ходом мыслей оратора, усваивать сказанное, записывать.

Чем сложнее выступление, тем больше усилий приходится прилагать слушателям для концентрации своего внимания. Классическим приемом, с помощью которого можно снять эмоциональную напряженность, является юмор. Благодаря юмору создается естественная пауза для отдыха интеллекта. Однако чувство юмора – природный дар. Приведем приемы для увеличения интерактивности при взаимодействии с аудиторией (таблица 2).

Большое значение в выразительности языка выступающего имеют прилагательные, характеризующие явления, факты, события, придающие им зримость, наглядность, вызывающие нужные ассоциации. Одним из наиболее распространенных ораторских приемов являются повторы. Повторение, с одной стороны, углубляет и усиливает ораторскую мысль, вскрывает не всегда легко видимую сущность факта или предмета, с другой – дает возможность конспектирования. Кроме того, повторы способствуют концентрации внимания слушателей.

Эмоциональность речи придают тропы, т.е. метафоры, сравнения, метонимии, гиперболы, изучаемые в средней школе, а затем незаслуженно забываемые нами. Они уместны в учебной лекции, выделяя на строгом фоне специальной информации отдельные

Название приема	Описание приема
Контрастные раздражители	прием заключается в контрастном изменении сигналов доступа информации. При этом значение имеет не столько абсолютная, сколько ее относительная интенсивность. Изменению подвергаются как аудиальные, так и визуальные сигналы. Например, выступающий говорил громко, потом на несколько секунд замолчал и продолжил. Также возможно замедление и резкое увеличение ритма речи. Примеры контрастного изменения визуальных сигналов – стоял неподвижно, а потом стал перемещаться, или наоборот – ходил по сцене, а затем на время остановился и т. п.;
Обращение к актуальным проблемам и событиям	у каждого человека есть актуальные для него проблемы и события. У различных людей они могут быть свои, но в каждой группе, как большой, так и малой, есть некоторая совокупность общих проблем. Обращение к данным проблемам и событиям активизирует внимание участников. Источником непроизвольного внимания в данном приеме является значимость информации в данный момент;
Обращение к авторитетным источникам	способ заключается в обращении к авторитетным источникам, цитировании известных людей, глубоких мыслей. Успех приема зависит от новизны информации, глубины высказанной мысли и авторитетности для участников источника.
Вопросы к аудитории	адресные вопросы присутствующим в зале, даже риторические, значительно активизируют внимание аудитории. При этом важно правильно задать нужный вопрос.

Таблица 2. – Приемы привлечения и удержания внимания аудитории

ее моменты, трудные для восприятия и художественно трансформированные с целью фиксации внимания и лучшего понимания [4, с. 153].

В речи оратора или лектора могут успешно использоваться ассоциации, пословицы, поговорки,

афоризмы, исторические анекдоты и подлинные забавные истории из жизни знаменитых ученых по профилю лекции. Они купируют «пики внимания», наступающие через каждые 15–20 минут, развивают ассоциативное мышление слушателей, расширяют их кругозор, повышают уровень общей культуры, оказывают эмоциональное воздействие на аудиторию. Используя крылатые слова и литературные образы, следует следить за тем, чтобы они были понятны, а в случае надобности – разъяснять их смысл и источники.

Умение держаться перед аудиторией – одно из слагаемых ораторского мастерства. Слово и действие должны быть едины. У оратора действие выражается мыслью и жестом, позой, мимикой. Главная психологическая задача оратора – пробуждать и поддерживать интерес аудитории к произносимым словам. Как уже отмечалось, кризисы внимания наступают через определенные промежутки времени: первый наступает на 15–20-й минутах, второй – на 30–35-й минутах. Ситуация ослабления внимания возникает в любой аудитории, поскольку это психофизиологический процесс. Психологическое искусство оратора проявляется в умении максимально сгладить кризисные пики оптимальным сочетанием ораторских приемов: переключением внимания, шуткой, оригинальным примером по ходу выступления и т.д.

Экспериментально доказано, что запоминание человеком любого сюжета или процесса пропорционально степени его вовлеченности в него. Кроме того, человек, участвующий в процессе, психологически присваивает не только часть его результатов, но и часть ответственности за происходящее. Поэтому вовлечение аудитории в общее действие использовать целесообразно.

Вовлечение аудитории в процесс выступления – это не просто способ привлечения и удержания внимания; он подразумевает исполнение слушателями наблюдаемых действий. При вовлечении аудитории как социальной группы необходимо добиваться мягко, дружелюбно действий слушателей в виде конкретных ответов и реакций, которые могут наблюдаться всеми членами этой группы. И неважно, что в какой-то момент активное взаимодействие вы осуществляете только с одним человеком, *например*, если вы попросили его чем-то помочь вам в процессе выступления.

Аудитория ощущает себя единым организмом, поэтому вовлечение аудитории в процесс выступления является важным условием, во многом повышающим его успешность, по крайней мере эмоциональную.

Наиболее часто используемые следующие приемы вовлечения аудитории (рисунок).

В некоторых видах публичного выступления решающее влияние на его успешность может оказывать эффект «свой – чужой». В предложении «чужого» человека мы заведомо склонны предполагать наличие какой-либо уловки или ловушки. Поэтому снятие напряжения по параметру «свой – чужой» имеет особое значение в выступлении перед сложившейся социальной или профессиональной группой, если

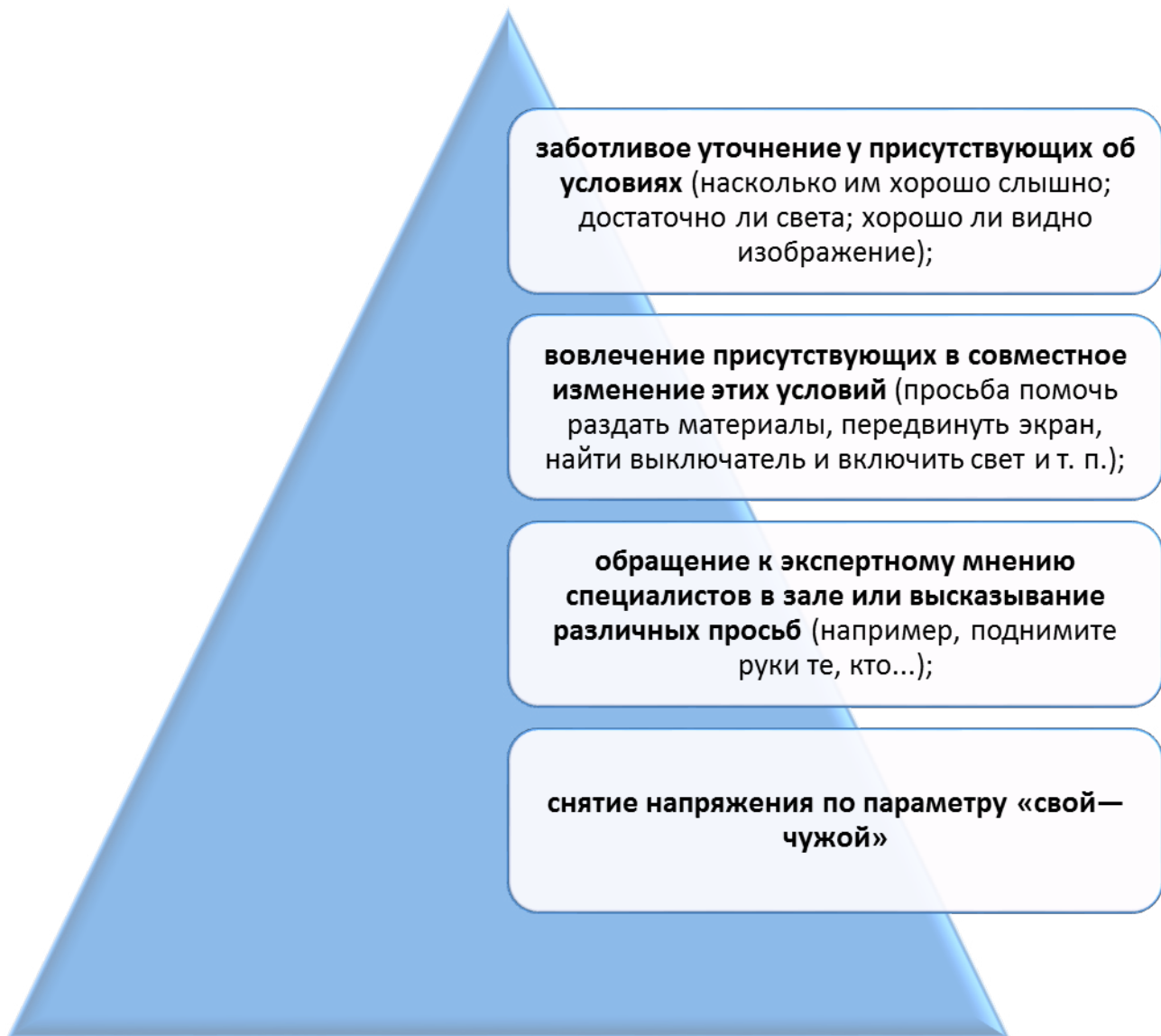


Рисунок – Способы взаимодействия с аудиторией

ставится цель склонить людей к принятию какого-либо решения.

Для снятия подобного напряжения необходимо понимать психологические механизмы отнесения людей к «своим» или «чужим». Так, «своими» для нас являются те, кто относится к нашей группе (культуре) или к другим схожим или дружественным по отношению к нам группам. А тот, кто относится к инородным группам, обычно воспринимается как «чужой», а соответственно враждебный. Этот процесс идентификации производится оценивающей стороной во многом автоматически на уровне подсознания. И решающее значение в этом процессе имеет подобие, схожесть. Человек как бы бессознательно задает себе вопросы, насколько он такой же, как я, или что в нас общего; что нас объединяет. Соответственно, для снятия напряжения по параметру «свой – чужой» необходимо показать аудитории общие, объединяющие с ней элементы. Для объединения с аудиторией можно использовать следующий прием – можно сказать, например, «*коллеги, как педагоги, мы с вами понимаем актуальность темы...*».

Немаловажно и то, как закончить выступление: слушатели будут дольше помнить заключительные фразы. Заключение придает завершенность повествованию, обобщает сказанное, содержит выводы. Заключение занимает примерно 5–7% времени всей речи.

Основные функции заключения – дать почувствовать слушателям, что выступление подходит к концу, подвести итог и резюмировать основную идею. Подготовить заключение так же, как и вступление необходимо заранее и подходить к этому процессу творчески. Рекомендуется разработать несколько вариантов заключения, так как реакцию аудитории в точности предсказать невозможно. Можно закончить выступление яркой цитатой и на минуту раньше, чем позже отведенного времени. Подготовить заключение надо заранее, но так как ни одно выступление не проходит, как предполагалось (ведь реакцию аудитории в точности предсказать невозможно), то заключение может отличаться от заготовленного. Например, вы хотели закончить яркой цитатой, но чувствуете, что она не будет воспринята. Лучше отказаться от нее и огра-

ничиться выводами и пожеланием аудитории.

Заключение должно быть связано с главной идеей выступления, быть мажорным, оптимистичным по духу. Хорошо воспринимаются выступления, конец которых перекликается с началом. Они вызывают положительные эмоции, поднимают настроение.

По окончании выступления полезно кратко подвести итоги выступления и повторить ключевые мысли и фразы. Этим можно подвести аудиторию к соответствующим вопросам, и ответы на эти вопросы могут исправить или испортить впечатление от выступления. Ответ на вопрос должен быть предельно кратким и лаконичным. На разъяснительные вопросы отвечать следует обязательно. Недопустимы реплики: «Я же об этом говорил!» или «Как же вы не поняли!».

Если по окончании выступления вопросы сразу не появились, то лучше выдержать небольшую паузу и дать аудитории время на их формулирование. При отсутствии вопросов можно использовать технику: «Мне часто задают следующий вопрос...». После этого дается заранее заготовленный на него ответ.

При ответе на вопросы полезно соблюдать такие правила, как

- получив вопрос, обязательно нужно поблагодарить за него, но не отвечать с ходу, даже если ответ уже готов. Нужно выдержать маленькую паузу (2–3 секунды), отметить значимость вопроса и позволить другим слушателям его лучше осознать;

- если вопрос задан тихо, его не услышали, но есть риск, что его могли не услышать остальные присутствующие, то лучше кратко повторить этот вопрос для всех и только после этого отвечать;

- если вопрос задан, но нет уверенности в том, что правильно поняли, то не следует отвечать наугад, а лучше переспросить: «Правильно ли я понимаю, вы спрашиваете...»;

- если спрашивающий многословен и не столько задает вопрос, сколько комментирует или выступает сам, то можно спросить, в чем суть вопроса;

- если уже с первых слов стало понятно, в чем

суть вопроса, не следует перебивать или останавливать спрашивающего и начинать отвечать, не дослушав того, что он хотел сказать;

- если нет ответа на вопрос, нужно не бояться это признать;

- после ответа иногда полезно уточнить у спрашивающего: «Я ответил на ваш вопрос?».

Перед окончательным выходом из-за трибуны или уходом со сцены необходимо поблагодарить присутствующих.

В заключение подчеркнем, что ораторская практика настолько сложна, разнообразна, многогранна, что невозможно все предусмотреть заранее и дать всеобъемлющие рекомендации. Овладение искусством общения необходимо для каждого человека независимо от того, каким видом деятельности он занимается или будет заниматься. Если лектор или докладчик увлечен предметом своего выступления, глубоко продумал тему речи, если он естествен и искренен, если он с готовностью вышел за трибуну, то публичное выступление может стать инструментом влияния.

Список литературы

1. Адамов, Е.А. Выдающиеся русские ораторы: Из истории ораторского искусства / Е.А. Адамов. – М.: Знание, 1961. – С. 5–60.

2. Игебаева, Ф.А. «Деловые коммуникации» в формировании профессиональных компетенций современного выпускника агроуниверситета / Ф.А. Игебаева // Аграрный вестник Урала. Всероссийский научный аграрный журнал, 2013. – №11(117). – С.60–62.

3. Дускаева, Л.Р. Стилистика официально-деловой речи: учеб. пособие для студентов учреждений высшего профессионального образования / Л.Р. Дускаева, О.В. Протопопова. – М.: Академия, 2011. – 264 с.

4. Коноваленко, М.Ю. Деловые коммуникации: учебник для бакалавров / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М.: Юрайт, 2013. – 468 с.

Дата поступления в редакцию: 01.12.2024