

Лементуева А.В.

# ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ

теория и практика



*ii* «Инфра-Инженерия»

Лариса Лементуева

**Публичное выступление.  
Теория и практика**

«Инфра-Инженерия»

2016

УДК 808.5  
ББК 83.7

**Лементуева Л. В.**

Публичное выступление. Теория и практика / Л. В. Лементуева —  
«Инфра-Инженерия», 2016

ISBN 978-5-9729-0130-2

В книге представлена подробная технология подготовки публичного выступления. Среди решаемых задач – выработка навыка эффективного публичного поведения, развитие потенциала личности, улучшение жизни через шлифовку дара красноречия. Предложенный курс способен помочь читателю увидеть свои способности в области публичного самовыражения, развить их и поставить на службу для достижения личных и общественных задач. Наряду с теоретической информацией, позволяющей повысить качество публичных выступлений, в книге даны приемы и упражнения, необходимые для усвоения теоретического материала и выработки качеств успешного оратора. В целом книга может быть использована в работе над собой людьми старше 14 лет, желающими научиться эффективно и грамотно выступать публично, однако некоторые, данные в ней упражнения, можно применять с раннего детства, так как они имеют развивающее значение. Книга адресована, как людям, желающим учиться самостоятельно, так и преподавателям по развитию речи, а также психологам, ведущим тренинги ораторского искусства.

УДК 808.5

ББК 83.7

ISBN 978-5-9729-0130-2

© Лементуева Л. В., 2016  
© Инфра-Инженерия, 2016

# Содержание

От автора	7
Введение	8
Глава I	10
Конец ознакомительного фрагмента.	14

**Лариса Лементуева**  
**Публичное выступление.**  
**Теория и практика**

© Л. В. Лементуева., автор, 2016

© Издательство «Инфра-Инженерия», 2016

## От автора

Работа по специальности «журналист» дала большой опыт публичного самовыражения и публичного выступления. Имея диплом с тройной специализацией: «газетное дело», «радиожурналистика», «телевизионная журналистика», и в жизни на практике освоила все эти направления.

Из всех специализаций больше люблю телевизионную журналистику, ведь в рамках телевизионных студий небольших городов, где в съемочную бригаду входят только журналист и телеоператор, эта работа помогает развить в себе новые качества, например, художественное видение мира. А ежедневные съемки сюжетов помогают понять психологические особенности поведения человека при публичном выступлении

Стремясь к совершенству, люблю вырабатывать новые умения и навыки. Один из них – это преподавание. С 1993 года параллельно с основной работой в СМИ, постоянно преподавала журналистику: в школе, в информационном детско-юношеском агентстве, в вузе.

Наша детская телестудия создавала еженедельные телепередачи новостей «Там – Сям», для городского канала ИРТ. Естественно, что мы учили юных репортеров и телеведущих, а это кропотливый труд, который дает большой опыт понимания психологических аспектов поведения личности при публичном выступлении. Ведь объектив видеокамеры, направленный на человека, сразу же обнажает все его зажимы, блоки и комплексы. А чтобы снять качественный видеоматериал, нужно уметь выйти из-под их влияния. Значит, брать на вооружение способы, методы и приемы для выработки навыка уверенного поведения в кадре и на людях.

Часть этих методов известна ранее, а часть создана в процессе работы, сформировав авторскую копилку. В книге изложены наработки с 1993 года, записанные в разные периоды, время от времени дополняемые новыми знаниями и опытом. Они разнятся по тональности, настроению, изложению, но их ценность в многогранности и в том, что этот опыт признан. В октябре 2000 года, являясь куратором общественного движения «Лига Малой прессы» и руководителем «Информационного детско-юношеского агентства», участвовала в работе областной научно – практической конференции по проблеме «Духовное возрождение молодежи – основа будущего России». Опыт работы агентства по становлению и развитию личности через информационно – творческую деятельность областным комитетом по делам молодежи рекомендован к распространению.

Большой опыт получен и в работе со взрослыми в женском клубе «Азбука успеха» при проведении семинаров по темам: «Самопрезентация – резюме, портфолио», «Публичная речь». И этот опыт тоже вошел в копилку.

Люблю идти своим путем, создавая личный творческий почерк и стиль, поэтому список использованной литературы невелик. Что касается приводимых упражнений, большинство из них авторские, но есть и те, которые прошла на тренингах личностного роста, затем видоизменяла, усложняла и применяла в своей работе. И это мой опыт, полученный через тренера, и переработанный через собственное сознание.

Еще лет тридцать назад ораторское искусство осваивали больше те, чья работа требовала публичных выступлений: политики, руководители, адвокаты, учителя и пр. А сегодня это искусство нужно всем от мала до велика вне зависимости от сферы работы. Ведь российское общество имеет высокий уровень коммуникации, и человеку в нем, стало важно выразить себя через публичную деятельность.

Учитывая то, что публичные выступления бывают разными, в пособии даются советы относительно того, как готовиться к выступлению непосредственно перед публикой, а также как правильно вести себя в присутствии теле – и фотокамеры.

## Введение

*Цитата в тему*

*«Продавая свои товары, я буду красноречив, каждое мое слово будет обдуманно и отточено, поскольку моя речь – фундамент, на котором я строю свою карьеру. Я никогда не буду забывать о том, что основным средством для достижения успеха в торговле служит манера говорить.*

*Ог Мандино «Величайший торговец в мире»*

Эти слова Ог Мандино очень нравятся, потому что они отражают суть значения красноречия в жизни человека и одну из составляющих успеха. Чем более правильно человек излагает мысли, тем более легко он достигает свои жизненные цели. Умение владеть информацией, работать с информацией, легко и грамотно передавать ее – это качества современного успешного человека.

Вырабатывая красноречие, правильно организуя речь, осваивая приемы ораторского искусства, человек совершенствует себя. Его мышление становится гибким и оригинальным. Вырабатываются деловые качества: организованность, целеустремленность, деловитость, энергичность и работоспособность. Воля становится твердой и человек обретает настойчивость, решительность, самообладание, устойчивость, доброжелательность и еще много качеств развитого человека.

Слово – это не только средство общения и обмена информацией, это еще и инструмент воздействия на сознание и волю людей в целях их просвещения, формирования убеждений и мобилизации на конкретные дела. А такие задачи может выполнить только человек недюжинный, каким и становятся те, кто овладевает искусством риторики – особой науки о законах «изобретения, расположения и выражения мыслей и речи». Не зря ее в древности называли «искусством управлять умами» (Платон) и ставили в один ряд с искусством полководца, с эпосом и музыкой, и признавали ее высокое влияние на развитие общества и государства.

Естественно, что многие ученые умы посвятили ораторскому искусству свои трактаты, желая найти новые приемы и методы, с помощью которых можно придать речи убедительность. И сегодня практиков и исследователей в области ораторского искусства тоже волнуют вопросы: Как построить эффективную публичную речь? Как выполнить задачи, поставленные оратором, убедить аудиторию и привлечь ее на свою сторону? Какие применять способы и приемы?

Задача книги как раз и состоит в том, чтобы ответить на эти вопросы, опираясь на опыт автора и исследователей. Прежде всего, от «а» до «я» дается алгоритм работы над публичным выступлением. Теория подкрепляется практической работой, выполняя которую читатель закрепит получаемое знание.

В риторике, как и в любой науке, есть базовые знания – это теория, основа ораторского мастерства. Однако, сегодня ее недостаточно для того, чтобы стать эффективным оратором. Сегодня люди знают, что в основе слова и действия стоит энергия, и если этого не учитывать, невозможно стать эффективным оратором. Этой теме посвящена глава «Лексическая культура речи оратора». Она не только о том, что слова необходимо применять с учетом их точного лексического значения, а еще и о том, как с помощью энергии слова можно изменить свою жизнь.

В главе «Искусство мыслить образами» рассказывается о том, как сделать свое выступление ярким, вдохновляющим и запоминающимся.

Ценность книги в ее практической направленности, в ней дается много советов по различным аспектам ораторского мастерства. Например, в главе «Сценический имидж оратора»

приводятся методы выработки осанки, правильного движения во время публичного выступления.

В главе «Значение силы взгляда» рассказывается о том, почему не все ораторы умеют концентрировать свой взгляд, как выработать силу взгляда и как с помощью него можно управлять слушателями, передавая им свою мысль.

В главе «Эффект присутствия в публичном выступлении» тоже даются практические советы.

В главе «Приемы воздействия на аудиторию с помощью жестов» приводится ценная информация, освоив которую оратор научится управлять аудиторией в позитивных целях.

Технике безопасности при публичном выступлении посвящена отдельная глава. В ней объясняется, как оратору снизить воздействие стресса от публичного выступления.

В главе «Сила комплимента» читатель узнает, почему необходимо учиться искусству комплимента и получит ценные практические советы.

А, прочитав главу «Роль самооценки» и, выполнив данные в ней упражнения, увидит свою значимость, что немаловажно, ведь лучший оратор, это уверенный в себе оратор! Также узнает, что такое «ситуация вызова» и как через нее совершенствовать свое мастерство.

Глава «Техника речи» – специфическая. Минимум теории и максимум упражнений по выработке четкой дикции. И гимнастика для голоса.

Обращаем внимание на то, что в разных главах применяются разные времена глагола, а также на то, что автор по-разному обращается к читателю. Это прием, позволяющий сделать материал более читабельным, своего рода – смена темпа – ритма. И соответственно, прием воздействия на сознание. Например, в первой главе применяя «нам», «мы» автор рассчитывает, что благодаря этому алгоритм работы над публичным выступлением запомнится быстро, легко и навсегда. А в главах, где даются разные советы и наблюдения автора, следует обращение на «вы». Это означает, что читатель сам решает, воспользоваться этими советами и приемами, или вырабатывать собственный ораторский почерк и стиль.

В конце книги есть глава «Ценные мысли об ораторском искусстве». В ней собрана полезная информация из книг, с тренингов и личного опыта. Они передают важную практическую информацию или информацию к размышлению.

В подзаголовке «Упражнения для самостоятельной работы» даются темы и упражнения, выполняя которые, читатель будет вырабатывать навык составления текста публичного выступления, а также непосредственно – проведения самого выступления.

## Глава I

# Алгоритм работы над публичным выступлением

*Цитата в тему*

*«Всякая речь должна быть словно живое существо, – у нее должно быть тело с головой и ногами, причем туловище и конечности должны подходить друг другу и соответствовать целому»*

**Платон.**

Итак, мы поставлены перед фактом необходимости выступить публично. Нам отведено время для выступления на юбилее предприятия... презентации фирмы... собрании совета директоров корпорации... торжественном вечере, или просто – на дружеской вечеринке. «С чего начать?» – этот вопрос волнует каждого, кому предстоит выступление. Какой составить текст, чтобы сказать то, что надо и произвести на слушателей приятное впечатление. И даже заслужить их аплодисменты? Как добиться своей цели через публичное выступление? Ответы на эти вопросы есть в этой главе, где представлен авторский метод создания текста, много раз опробованный на практике.

Во-первых, не паниковать, а настроиться на работу. Телевизионные журналисты знают, что нет темы, которую невозможно изложить за 40 секунд. Если этому научились они, значит, научится каждый. Во-вторых, понимать, что все ныне уверенные в себе, преуспевающие ораторы, когда-то тоже задавали себе вопрос: «С чего начать?».

Начать нужно с чистого листа. Даже если мы привыкли набирать тексты на компьютере, начать все-таки нужно с чистого листа обыкновенной белой бумаги. Выбрать время, освободить стол для этой работы, которую сначала лучше делать обыкновенной ручкой с очень хорошей жирной пастой. До тех пор, пока не научишься составлять тексты публичных выступлений быстро, что называется «на автопилоте», нужно делать тщательную предварительную проработку по приведенному ниже алгоритму. Желательно – от руки. И только после того, как проработка будет сделана – набирать текст на компьютере. Почему так? При наборе на компьютере виден только один фрагмент, а начиная работу, нужно видеть все, и это все: тема, идея, задача, композиция, объем содержания и пр. лучше держать перед глазами, положив их написанными справа на столе, рядом с компьютером. Если писать от руки не комфортно, нужно набрать, распечатать и положить перед глазами. Это поможет удержаться в русле темы, задач и структурировать материал в соответствии с композицией.

Со временем, когда в составлении текста выступления будет наработан большой опыт, а алгоритм станет «автопилотом», предварительную проработку выступления можно будет не распечатывать, а держать ее в уме.

### **Алгоритм таков:**

- а) Определяем тему и идею выступления
- б) Выясняем целевую аудиторию
- в) Выясняем, где и когда состоится выступление
- г) Определяем регламент выступления
- д) Определяем задачи выступления
- е) Определяем тип и функцию речи
- ж) Кристаллизуем идею выступления
- з) Определяем личную задачу
- и) Определяем объем содержания выступления
- к) Собираем материал
- л) Составляем план выступления (план композиции)
- м) Выбираем средства лексической выразительности
- н) Пишем текст выступления

- о) Даем тексту «отлежаться»
- р) Редактируем текст
- с) Репетируем речь
- т) Составляем тезисы выступления
- у) Выступаем перед слушателями
- ф) Анализируем

### **Покажем этот алгоритм в действии на конкретном примере**

#### **а) Определяем тему и идею выступления**

Обычно тему оратору называют, когда заказывают выступление. Или мы ее выбираем сами, если выступаем по своему желанию. И в том, и в другом случаях тему нужно написать как заголовок, очень конкретно. Ведь от этого зависит, куда мы направим свою мысль и внимание слушателя.

В нашем примере тему выберем сами и давайте – современную, актуальную и понятную большинству: *«Бренд города, как инструмент экономического роста территории»*. Предположим, что мы – это руководитель общественной организации «Регион» на добровольных началах занимающейся разработкой бренда города. И мы хотим выступить на депутатских слушаниях по бюджету, призвав сделать вложения в создание бренда, в частности, финансировать городской конкурс бренд – проектов.

Идея – это главная мысль, и она соответствует выбранной теме. Даже по одной теме можно выразить разные идеи, и это зависит от того, какие задачи ставит выступающий. В нашем примере акцентироваться будем на мысли: *«Бренд привлечет в город туристов, с туристами придут инвестиции, значит, от создания бренда выиграют все!»*.

#### **б) Выясняем целевую аудиторию**

Целевая аудитория – это те, кому мы адресуем свое выступление. Обычно она известна изначально, еще планируя выступление, мы знаем, перед кем оно будет произноситься. Но здесь важно знать – при подготовке выступления нужно учитывать особенности восприятия данной целевой аудитории. На восприятие влияет много факторов: возраст, пол, социальный статус, уровень грамотности и пр. Например, сельский и городской житель могут по-разному воспринять одну и ту же информацию. А тему бренда можно развить перед большим количеством аудиторий: школьники, студенты, предприниматели, домохозяйки, спортсмены, работники культуры, туроператоры и пр., но каждый раз ее нужно будет адаптировать к целевой аудитории. Для того, чтобы наше выступление попадало в яблочко, нужно изучать психологические особенности восприятия различных социальных групп, и делать это придется постоянно. Ведь к каждой аудитории должен быть свой подход, своя подача материала, свои слова и средства языковой выразительности. То есть, каждому слушателю тему необходимо подавать в соответствии с его установками, пониманием, восприятием, проще говоря – менталитетом.

В нашем примере мы планируем выступить на депутатских слушаниях по бюджету города, значит, состав аудитории будет разнородный – депутаты, представители исполнительной власти, бизнеса, общественных организаций и просто – люди с улицы. На кого из них будем ориентироваться? Чтобы выбрать, нужно опереться на стандарт мероприятия – депутатские слушания, если коротко – это мероприятие, на котором власть информирует о том, какие доходы в бюджет планируется получить на будущий год, и как она намерена его распределить на различные бюджетные сферы и нужды города. И каждый, кто считает нужным, может обратиться на этих слушаниях с просьбой о выделении денег на удовлетворение тех нужд или реализацию тех идей, которые он считает важными для города.

И вот здесь нужно понять, кто из всей аудитории слушателей станет нашей адресной аудиторией. Конечно же, не все, а только те, от кого зависит решение вопроса о выделении

денег – главные фигуры – это депутаты и представители исполнительной власти – это наша прямая адресная аудитория. Именно на нее будет направлено наше выступление. Все остальные слушатели – это косвенная адресная аудитория, на них мы будем воздействовать только в случае, если прямая адресная аудитория останется глуха к нашей идее. В этом случае можно привлекать косвенную адресную аудиторию.

**в) Выясняем, где и когда состоится выступление**

Это нужно для того, чтобы знать в каких условиях придется выступать, и где находится место оратора, здесь важны нюансы: стоя на сцене (за трибуной, перед микрофоном), сидя или из зала и без микрофона. Желательно подготовиться заранее, например, если произносить речь с трибуны, то можно воспользоваться текстом или тезисами, положив их перед собой. Также и сидя за столом. А если придется выступать без трибуны, стоя на всеобщем обозрении, то лучше текст выучить или подготовить его тезисы на карточках. В этом случае читать текст, держа листы в руках, неэстетично. Еще ранее, едва только назначат публичные слушания, необходимо выяснить, будет ли на них задействована мультимедийная установка. Если да, то свой доклад можно сопроводить показом слайдов, фотографий, схем, диаграмм... Если нет, то можно сделать красочный раздаточный материал и заранее передать его тем, кто входит в прямую целевую аудиторию.

В день выступления лучше прибыть на место чуть раньше, чтобы привыкнуть к помещению.

Выполнение всех этих нюансов поможет выступающему максимально добиться своей цели.

В нашем примере определимся, что выступать придется в актовом зале администрации города, где будет примерно сто человек. Стоять за трибуной, говорить в микрофон и можно использовать мультимедийную установку. Это означает, что нам нужно еще узнать о приемах подачи текста через микрофон и подготовить электронную презентацию, которую заранее передать оператору.

**г) Определяем регламент выступления**

*Здесь важно знать*, что на большинстве мероприятий регламент определяется заранее, и его доводят до выступающих. Регламенту нужно соответствовать, если на выступление дается пять минут, то в пять и укладываться. Но, если вы абсолютно уверены в том, что не вложите со своей темой в определенный регламент, об этом нужно заранее переговорить с организаторами и попросить сделать вам исключение – дать больше времени на выступление.

Всегда нужно быть готовым к тому, что регламент могут неожиданно изменить прямо по ходу мероприятия. И если от предложения сократить выступление оно может потерять значимость, то нужно настаивать на том, чтобы в отношении вашего выступления регламент остался прежний. Или вообще не выступать, чтобы не навредить своему делу и не испортить впечатление о себе.

Относительно регламента важно знать, что вы вправе требовать от других ораторов его соблюдения – правила для всех одинаковы.

Если на мероприятии регламент не ограничивают, а дают поговорить, то время выступления определяем сами. При этом учитываем, что краткость – сестра таланта и помним о том, что особенность восприятия человека такова, что активно он может слушать выступление три минуты, дальше, его внимание ослабляется или вообще выключается.

В нашем примере определимся, что регламент речи – не более 10 минут, это примерно три листа текста, напечатанного шрифтом 12 с полуторным интервалом. Один лист читается примерно 3 минуты – это стандарт.

**д) Определяем задачи выступления**

Чего мы хотим добиться своим выступлением – какой результат получить.

Задача у выступления может быть одна, а может – несколько. Без четко сформулированных задач выступление не будет успешным. Поэтому задачи выступления заранее пишем на отдельном листе и держим их перед глазами, и при написании текста, сверяем с ними содержание.

*Акцент:* если мы не сформулировали четких, конкретных задач, то не беремся выступать, может быть провал.

Если выступление заказное, то задачи нам может поставить заказчик.

Применительно к нашему примеру ставим одну, конкретную задачу: добиться, чтобы из бюджета города выделили деньги на проведение общественного конкурса на лучший проект бренда города. Такую одну задачу еще можно назвать целью выступления.

#### **е) Определяем тип и функцию речи**

Тип и функция речи выбираются оратором исходя из поставленных задач. Здесь обращаем внимание, что согласно жанрово-тематической классификации выделяются следующие основные виды красноречия: социально – политическое, академическое, деловое, судебное, дипломатическое, военное, социально – бытовое и церковное. В каждом жанре есть своя специфика и четкие каноны речей. Внутри жанров выделяются разные виды речей. В социально – политическом: политическая речь, политический доклад, агитационная речь, политический обзор, митинговая речь. В академическом – лекция, доклад на научной конференции или симпозиуме, научное сообщение. В социально – бытовом: юбилейная, поздравительная, тост (застольная) и надгробная речь.

С точки зрения задач оратора речь может быть: информационная, декларативная, разъясняющая, побуждающая, агитационная, убеждающая, благодарственная, развлекающая и торжественная. Заметим, что деление это условное, так как в чистом виде речи бывают редко, а в основном в одной речи присутствуют элементы разных видов речи.

Функции речи: объяснить, рассказать, призвать к действию, поблагодарить, создать хорошее настроение.

В нашем примере правильнее выбрать тип речи «убеждающая», но с элементами информационной и агитационной. А главную функцию – «призвать к действию».

## **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.