

Муниципальное бюджетное учреждение
дополнительного образования
«Центр внешкольной работы «Крылатый»



Что должен уметь оратор

Рекомендация к публичному выступлению
Составила: методист Каледа Г.В.

Содержание:

1. Что должен уметь оратор.
 - Структура выступления, поза, начало речи, контакт глазами, мимика, речь, завершение.
 - Навык подготовки презентации.
 - Навык планирования речи.
2. Метод эффективного воздействия на аудиторию.
3. Умеете ли вы слушать?
4. Как правильно задавать вопросы.
5. Логика речи.
6. Логические и психологические доводы речи
7. Подготовка речи.
8. Виды речи.

(Что полезно сказать себе.. ...при подготовке:

- * Я знаю, что от меня хотят услышать;
- * Я могу свести свою точку зрения к одному предложению, а основные мысли - к трем;
- * У меня увлекательное начало, ясная середина и наводящее на размышления завершение;
- * Основные положения выступления я написал разными цветами на карточках, чтобы подчеркнуть главное. Я не забыл пронумеровать карточки - это мне поможет, если я уроню;
- * Я испробовал свою речь на родителях, бабушке, собаке, кошке, соседе, дворнике и зеркале. После их критики и все учел и попробовал снова.

Маленькие секреты:

- учишься расслабляться и сбрасывать свои страхи;
- говори естественно и не усложняй простого;
- знай интересы и потребности публики;
- пользуйся красочными наглядными пособиями;
- всегда готовься, пробуй и тренируйся;
- улыбайся и не бойся быть самим собой;
- поддерживай глазами контакт с каждым;
- пользуйся своими примерами, сравнениями, факторами и юмором;
- всегда подчеркивай свое мнение и точку зрения;
- все делай с энтузиазмом и воодушевлением.



При выступлении:

- * Я буду помнить, что выступление начинается с минуты, когда я поднимаюсь со своего места. Я собираюсь уверенно выйти на сцену и осмотреть аудиторию, прежде чем начать;
- * Я глубоко вздохну и начну, достаточно медленно и громко (направив свой голос на человека на последнем ряду) так, чтобы все услышали эту речь над которой я столько работал;
- * Я буду смотреть на каждого слушателя, чтобы донести до них свое выступление;
- * Я не дам своим рукам приклеиться к кафедре или карманам, чтобы жестикулировать и прояснять вещи, которые я говорю;
- * Закончив, я сделаю небольшую паузу, затем уверенно удалюсь со сцены.
- * После выступления я отыщу в зале своего знакомого и спрошу, что прошло неплохо и над чем предстоит в дальнейшем поработать;
- * Что бы ни произошло, я все равно открою что-то новое в себе и узнаю о других (да при таком отношении понятия "провал" просто не существует!). Каждый раз, оказавшись перед публикой, я совершенствую свое умение выступать.)



«Слово - самое сильное оружие человека» (Аристотель)

О важности ораторского искусства сказано не мало, в частности, как и о публичных

выступлениях. Но даже ознакомившись с тонной информации об этом, прослушав кучу лекций и советов, мы делаем самые банальные и распространенные ошибки. И сейчас мы предлагаем вам вспомнить основные положения и части выступления, чтобы освежить ваши знания о том, что несомненно пригодится каждому.

1. Первое, о чем мы поговорим, будет сама СТРУКТУРА ВЫСТУПЛЕНИЯ.

С чего начинается выступление? (вопрос в зал)

На самом деле, ваше выступление начинается еще дома, напротив шкафа с одеждой. Конечно же, внешний вид – чуть ли не самое главное в вашем выступлении. Не секрет, что большую часть информации человек воспринимает глазами. Мы оцениваем глазами, мы создаем портрет личности, составляем некую шкалу доверия... все это мы делаем в первые минуты выступления, когда вы выходите на сцену. Делаем выводы: одеваемся так, чтобы на вас было приятно и интересно смотреть! Как же это? Сделаем некую шпаргалку для начинающих:

1. Стираем, отглаживаем одежду.
2. Подбираем комплект одежды, создаем образ.
3. Строго, если этого требуют обстоятельства.
4. Яркий акцент, а не клоунский костюм.
5. Ухоженная и чистая обувь.
6. Убранные волосы.
7. Макияж, но не сценический.
8. Украшения, но не на свадьбу.

Если резюмировать все это, то главный критерий вашего внешнего вида: стать своим для аудитории. Не надо надевать костюм для собрания ТСЖ. В первые минуты «знакомства с вами» каждый в зале неосознанно будет оценивать вас с позиции друг/враг. Будьте другом! Наденьте фирменную футболку компании, где выступаете, будьте модными при общении с подростками.

2. Далее ПОЗА.

О своей позе вам придется подумать самим, ведь вы в ней должны чувствовать себя уверенными. Конечно же, можем вам с точностью сказать, что аудитория не будет в восторге от того, что ваши руки будут летать во все стороны, вы будете бегать по всей сцене, прыгать и так далее. Так же не стоит скрещивать руки, ноги – всем известно, что это признак замкнутости и защиты, а вы должны показать залу, что вы открыты и готовы к диалогу с ними.

Есть стандартная позиция, из которой вы сможете найти свою позу:

Ноги на ширине плеч, правая нога чуть вперед, левая остается чуть сзади. Это делается для того, чтобы переносом веса тела, вы смогли бы сделать акцент на какой-либо фразе или слове. Колени должны быть чуть согнуты, руки не прижаты к телу, спина прямая, плечи раскрыты, руки готовы к ЕСТЕСТВЕННОЙ ЖЕСТИКУЛЯЦИИ. Не стоит придумывать себе жесты, если вы начинающий оратор. Просто не заживайтесь на начальном этапе.

3. Начало речи.

Что же, вам не достаточно просто быть красивыми и уверенными, вам придется что-то говорить. С какой-то мыслью вы все-таки вышли на сцену. Но не надо сразу к делу. Сначала надо поприветствовать всех в зале. Постарайтесь выделить основные категории людей. Например, «здравствуйте уважаемые гости и участники нашего конкурса». Можно сделать комплимент аудитории: «Вы сегодня все хорошо выглядите, приятно работать с вами».

Саму тему выступления так же лучше начать не с сути. Как и любое сочинение имеет начало, так и должно быть с вашим выступлением. Расскажите об актуальности проблемы или расскажите какую-либо историю. Уместно начать речь с высказывания великого человека или анекдота в тему. Последнее даже снимет напряжение между вами и зрителями.

4. Установление контакты с глазами.

Очень часто можно услышать в советах о публичном выступлении нечто подобное: необязательно смотреть в глаза людям, смотрите в стену перед вами, найдите точку вдалеке. Ложь! Если вы хотите получить что-то в ответ от вашей аудитории, зрительный контакт **ОЧЕНЬ ВАЖЕН. НО:**

- не стоит смотреть на кого-то конкретно более 5 сек.
- взгляд не должен нести какой-то яркой эмоции, это должен быть мягкий, доброжелательный взгляд
- помните, от вас не должны хотеть отвести взгляд.

5. Мимика.

Ну что ж, теперь настало время показать, что мы с вами не роботы, что текст не зазубрен, а проблема о которой мы говорим, правда тронула нас самих. Верный помощник в этом – мимика. Здесь важна грань между каменным лицом и мимом. Будьте собой, представьте, что ваша публика - это ваши друзья! Будьте свободны, но помните, что вы на сцене!

6. Речь.

После всего этого важно следить за речью, в частности за темпом и ритмом. Возможно, вы не замечаете, но повествуя о чем-либо, мы это делаем с определенным темпом. Ваши друзья могли бы и привыкнуть к вашей речи, но незнакомый человек зачастую и не поймет ваших слов, если речь будет слишком быстрой или наоборот медленной, если вы будете менять тембр или не выговаривать некоторые звуки. Перед выступлением обязательно сделайте разминку, чтоб избежать последнего!

Помните о паузах. Повествуем всегда с чувством, толком, расстановкой. Но и затягивать не надо, неловкое молчание не пойдет вам на руку.

Расставляйте акценты на те слова, которые являются наиболее важными в вашей речи и не забывайте о вопросах аудитории! Не превращайте ваше выступление в монолог! Должен получиться хороший открытый диалог.

7. Завершение

Начало и конец – безумно важны для вашего выступление. Конец может служить некой вишенкой на торте. Главное, не только положить эту вишенку, но и не уронить весь торт. Конец должен быть концом. Точкой, а в лучшем случае восклицательным знаком!

Закончить выступление также можно высказыванием великого человека, крылатым выражением. Так можно составить некое резюме вашего выступления, обратив внимание на главные позиции проблемы.

Обязательно поблагодарите аудиторию, спросите, есть ли у них вопросы. Если будут, обязательно нужно ответить на них именно в то время. И конечно же, пожелайте зрителям чего-то хорошего дайте совет, похвалите.

А теперь мы с вами поговорим о навыках, которыми нужно обладать для успешной публичной речи.

Навык подготовки презентации.

Всем мы с вами знаем, что человек воспринимает большую часть информации зрительно, что только подчеркивает важность данного навыка. Имея хорошую презентацию, которая будет подчеркивать **ЛИШЬ ГЛАВНУЮ МЫСЛЬ** темы, мы повышаем процент того,

что человек уйдет со знаниями и информацией. Стоит напомнить, что презентация – это не только картинки и доклад. Туда же можно включить и схемы, видео, которые помогут оптимизировать внимание слушателя, сделать информацию более точной и лаконичной. Да и сам доклад должен рассказываться четко, в нужном темпе, эмоциями и без слов «паразитов».

Навык планирования.

Сам процесс планирования существенно упорядочивает нашу жизнь, делает работу более эффективной и быстрой. Планы и списки – хороший метод сконструировать ваши мысли, понижают издержки, т.е. траты, помогают быстрее добиться цели. ПРИМЕР: СПИСОК ПОКУПОК.

Но, конечно же, это работает не только с продуктами. Планирование времени – очень важно в современном обществе. Также стоит обратить внимание и на «альтернативную стоимость» - т.е. эквивалент чему-либо. Планирование как раз является частью этого явления. К примеру, за 100 рублей мы можем купить молоко и хлеб домой, а можем купить билет в музей. Тем самым мы выбираем, на что же потратить эти деньги. Купив билет, вместо продуктов, мы обозначили альтернативную стоимость им.

Навык расслабления и стресса.

Влияние стресса на организм человека неоднозначно. С одной стороны стресс вреден организму, ведь мы нервничаем, внимание рассеивается, появляется депрессия и т.д. Но в малых количествах стресс полезен, ведь вырабатывается адреналин, который и заставляет вас работать быстрее и более продуктивно. Стоит отметить, что со стрессом нужно бороться самостоятельно, без таблеток, алкоголя.

Если у вас в жизни стрессовая ситуация стоит сделать две вещи: расслабить тело и расслабить душу. Для первого поможет фитнес, йога, дыхательная гимнастика и многое другое, а для второго – хорошая книга, музыка.

Навык принятия решений.

Каждый день мы принимаем множество решений от «что купить в магазине» до «в какой институт идти учиться». И каждое из них определяет наш день и жизнь в целом. Помним, что многие решения вообще происходят на автомате. Например, выпить ли воды. Но даже они становятся неавтоматическими, когда мы выходим из зоны комфорта. Подобные случаи помогают нам двигаться вперед.

Подытожив, стоит отметить, что публичное выступление – это сложный процесс, которому необходимо учиться долгое время. Это не означает, что вы просто встаете у сцены и говорите. Если вы хотите достичь успеха, то даже перед малым выступлением перед малой аудиторией вам нужно усердно готовиться и рассмотреть все пункты, о которых мы сегодня с вами поговорили.



Методы эффективного воздействия на аудиторию

Хорошая публичная речь — это искусство. Ораторы знают, что внимание и доверие аудитории необходимо завоевать. Почему аудитория не ждет любого оратора с распростертыми объятиями? Почему аудиторию, как правило, необходимо «расшевелить», «достучаться» до нее?

Во-первых, **аудитория инертна**. Будучи собрана вместе, аудитория обычно уже имеет определенное мнение, чем и объясняется часто ее некоторый изначальный скептицизм по отношению к оратору: «Ну что он может нам рассказать?»

Конечно, часть аудитории может быть заинтересована в получении информации, однако таких людей в аудитории обычно около 30%; примерно 60% не имеют мотивации, и их надо заинтересовать, а 10% обычно вообще «пробить» не удастся: это негативная аудитория, которой ничего не будет интересно из услышанного. Таким образом, *основная часть аудитории инертна*, что создает эффект пассивного сопротивления аудитории оратору.

Во-вторых, **аудитория склонна сопротивляться воздействию**, которое пытается оказать на нее оратор, в силу стремления каждой личности противостоять внушению.

Данные факторы могут быть помехой на пути достижения успеха в вашем обращении к аудитории. И именно поэтому очень важно знать все методы эффективного воздействия на аудиторию.

Первым из таких методов является **уверенность в себе**. Если человек будет зажат, скован, говорить себе под нос и трястись перед аудиторией, то это, как минимум, не впечатлит их, а наоборот оттолкнёт. А если перед ними стоит уверенный в себе человек, с громким приятным голосом и хорошей харизмой, волей-неволей это расположит аудиторию к вам, заинтересует и всем будет интересно, что ТАКОЙ человек может ещё и рассказать?

Вторым, но не менее важным методом является **умение использовать все коммуникативные стили**. Для начала давайте дадим определение данному методу. **Коммуникативный стиль взаимодействия** — это привычные, устойчивые способы поведения, присущие данному человеку, которые он использует при установлении отношений и взаимодействии с другими людьми. Но прежде чем более подробно изучить данный аргумент, хочу вам задать вопрос: Какие вы можете привести примеры коммуникативных стилей взаимодействия?

Существует несколько видов коммуникативных стилей:

- **доминантная** (снижение роли других в коммуникации);
- **драматическая** (преувеличение и эмоциональная окраска содержания сообщения);
- **спорная** (агрессивная или доказывающая манера коммуникативного общения);
- **успокаивающая** (расслабляющая манера общения, имеющая целью снижение тревожности собеседника);
- **впечатляющая** (поведение, ориентированное на то, чтобы произвести впечатление на партнера по переговорам);
- **точная** (нацеленная на точность сообщения);
- **внимательная** (проявление интереса к тому, что говорят собеседники в ходе коммуникативного процесса);
- **воодушевленная** (частое использование невербального поведения - контакт глаз, жестикуляция, движение тела);
- **дружеская** (открытое поощрение собеседника);
- **открытая** (представляющая стремление выражать свое мнение, чувства, эмоции).

Использование всех коммуникационных ролей значительно окрашивает ваше выступление разными эмоциями. Поэтому, выйдя из зала люди будут ощущать некую эмоциональную и чувственную близость с вами.

Третьим методом воздействия является **обращение ко всем потребностям присутствующих**. Для вашей аудитории важно знать, что вам не всё равно. Что вы пришли не

просто отчитать сессию/лекцию/урок, а что вы заинтересованы сами в том, что вы говорите, заинтересованы своей аудиторией. Им важно чувствовать, что ты «свой человек» и разделяешь их интересы.

Ещё одним методом воздействия на аудиторию является включение в свою речь **дополнительных речевых средств** таких как: факты и статистика; примеры; сравнения; цитаты. Данный метод позволяет скрасить даже научную и самую скучную лекцию, позволяет её понять с более бытовой точки зрения.

Пятый метод включает **использование специальных сенсорно-технических средств**. Например, аудиальные, визуальные, кинестетические, одоральные. Как известно, человек лучше воспринимает то, с чем он соприкасается. Поэтому ораторы хорошо используют данный метод в своих выступлениях, ибо он воздействует напрямую на органы чувств человека, следовательно, соприкасается непременно с ним.

Одним из методов взаимодействия является **активное вовлечение аудитории**. Если вы задаёте вопросы в зал, вызываете на сцену или проводите какие-либо деловые игры, то успех у аудитории вам обеспечен. Когда вы имеете контакт со зрителем, вовлекаете его в процесс, даёте ему быть частью самого выступления, то такие выступления, как правило, лучше запоминаются и ославляют много положительных эмоций.

И последний, но не маловажный метод эффективного взаимодействия состоит из эмоциональной включенности аудитории. Шутка, анекдот, личный опыт – всё это располагает зал к вам. Даёт ощущение дружеской беседы, в которой можно поговорить серьёзно, с юмором, и тогда ваша аудитория превращается не в собрание разных/чужих людей, а в большую компанию друзей и знакомых.

4. «Волшебные фразы»

Разобравшись с методами воздействия на аудиторию, давайте с вами поговорим о том, какими «волшебными фразами» мы можем приковать внимание зала к нам.

Конечно, воздействие этих фраз не являются магическими, в них нет ни приворота, ни порчи, но эти фразы сплавивают, объединяют людей, на первый взгляд совершенно разных.

Одними из таких фраз являются **фразы-обобщения**. «Как известно», «общеизвестный факт», «с этим согласны, и учёные, и психологи» – такие слова дают уверенность в том, что вы хотите донести до аудитории. По такому же принципу работают и **фразы объединения**. Например, если вы скажете «как нам с вами известно» – дадите понять, что вы с ними заодно, что у вас одни цели, одни мысли, одни чувства. Аналогичные фразы внушают доверие и создают близость вас, аудитории и целого мира.

Если вам нужно что-либо внушить вашей аудитории, то и для таких случаев припасены свои фразы – **фразы-внушения**. «Вы же понимаете», «это же очевидно» – данные фразы не дают повода вашей аудитории усомниться в ваших словах. Как можно усомниться, ведь это же действительно элементарно?

И выделяют такие фразы, как **экспертные**. Когда вы приводите факты, слова каких-либо профессоров, как уже говорилось ранее, это привлекает внимание аудитории, служит неким



красителем вашего выступления. А вы попробуйте сказать: «Как свидетельствует статистика...» – и вы сразу увидите, что внимание вашей аудитории сразу оживится.

Умеете ли вы слушать?

Сегодняшняя наша тема посвящена умению слушать и слышать. Этот навык, мы осваиваем с детства, но далеко не все это умеют.

Вопрос залу: оцените свой навык умения слушать, поднимите руку те, кто оценивает себя на 3 балла, на 4 балла, на 5 баллов.

А теперь оцените свое умение услышать другого человека (получен и понятен смысл и содержание сообщения). Поднимите руку те, кто оценивает себя на 3 балла, на 4 балла, на 5 баллов.

Давайте проведем эксперимент (каждому участнику раздается лист формата А4)

Сейчас мы выполним с вами интересное упражнение. Главное условие, не смотреть ни на кого и слушать мою инструкцию. У каждого из вас есть лист. Все листы одинаковой формы, размера, качества, цвета. Слушайте внимательно и выполняйте следующее:

- сложите лист пополам; - оторвите правый верхний уголок; - опять сложите пополам; - снова оторвите правый верхний уголок; - сложите лист пополам; - оторвите правый верхний уголок

Продолжите эту процедуру, пока она будет возможна. Теперь раскройте свою красивую снежинку и посмотрите, какие снежинки получились у ваших соседей.

Вывод. Вы видите, что у многих снежинки получились совершенно разные, хотя информация была одинакова для всех. Мы все по-разному слышим информацию, воспринимаем ее и действуем.

Умение слушать является критерием коммуникабельности. Исследования показывают, что не более 10% людей умеют выслушивать собеседника спокойно и целенаправленно. Принято считать, что при установлении контакта главная роль отводится говорящему, но анализ общения показывает, что слушатель далеко не последнее звено в этой цепи. В процессе слушания реализуются 2 важнейшие коммуникативные функции: восприятие информации и осуществление обратной связи.

Научитесь слушать и воспринимать не только ушами, но и глазами и каждой частичкой своего существа. В искусстве общения умение слушать является, чуть ли не главным качеством, которое поможет преодолеть многие трудности в жизни.

Правильно воспринимать слова собеседника гораздо сложнее, чем, кажется на первый взгляд. Слушание – это активный вид спорта. Вы должны активизировать всю энергию и подготовиться к ответному броску мяча.

Пассивное слушание даёт мало результатов, активный процесс требует сосредоточения сил и энергии. Просто слушать – значит, в точности воспринимать то, что говорит ваш собеседник. Однако активное слушание мобилизует все ваши чувства и аналитические способности. Если вы владеете искусством слышать, ваш собеседник сообщает гораздо больше и даже формулирует свои мысли яснее, потому что он осознаёт, что его внимательно слушают.

Причина, по которой большинство людей не в состоянии адекватно воспринимать слова собеседника, заключается в том, что скорость мышления человека в 2 раза быстрее, чем скорость говорения. Поэтому слушателю кажется, что он уже понял, о чем хотел сказать его собеседник. Поэтому зачастую происходит искажение информации.

Умение слушать – это качество вырабатывается постепенно.

Возьмите себе за правило слушать более 50% времени. Если вы 50% времени тратите на собственные высказывания, это значит, что вы говорите слишком много, а слушаете слишком мало.

Опыт показывает, что люди, склонные перебивать собеседника, как правило, не отличаются умением слушать. (Это не относится к беседе близких людей).

Люди, которые отличаются умением слушать, более болезненно реагируют, если собеседник их перебивает, ну а кто слушать не умеет, воспринимает это спокойно.

Вопрос залу: *«А теперь спросите себя, заденет ли вас, если во время разговора кто-то прервёт вашу шутку или перебьёт в то время, когда вы отстаиваете своё мнение».* Поднимите руку.

Исследования показали, что мужчины гораздо чаще перебивают женщин. Одна из причин этого расхождения заключается в своеобразной демонстрации силы, своего превосходства.

Одна из причин того, что люди невнимательно слушают своего собеседника, носит чисто психологический характер. Обычно в процессе разговора каждый подсознательно боится услышать плохие новости. Иногда про таких людей говорят: «Он слышит только то, что хочет слышать».

Пагубные последствия для деловой или личной беседы может иметь манера слушать в стиле: «да, но...». Вы уже заранее воспринимаете оборонительную позицию по отношению к собеседнику. Следует контролировать себя и стараться не употреблять подобной формулировки в разговоре. Воздержитесь от таких ответов:

- «Да, но почему вы всегда сваливаете всё на меня»;
- «Да, но мне не нравится ваш тон»

Будет лучше, если вы ответите:

- «Я понимаю вас» делаем паузу и продолжаем: «Тут вот какое дело...» и продолжаем высказывать своё мнение.

Некоторые много говорят из-за болезненной неуверенности в себе. Внутренняя неуверенность может вообще лишить человека способности слушать. Мысли его блуждают, перескакивают с предмета на предмет и в результате он теряет способность воспринимать слова собеседника. (В этом случае можно использовать несколько упражнений на дыхание ...)

Если вы устали и испытываете упадок сил, ваша способность слушать истощается. Вы должны осознавать это. В таких случаях вы должны сказать собеседнику: «Не могли бы вы говорить немного помедленнее. У меня был сегодня трудный день».

Избегайте предвзятых мнений и предубеждений. Многие невнимательно слушают из-за того, что не ожидают услышать что-либо ценное от других. Довольно часто мы настроены критически к представленной информации, нам кажется, что мы эту информацию уже знаем, ничего нового мы не услышим. И совершают при этом ошибку. Каждый человек может вынести из беседы что-то существенное и важное для себя. Но для этого нужно настроить себя по отношению к информации и говорящему не скептически и негативно, а постараться вникнуть в содержание речи и найти для себя полезную информацию. Для этого требуются определенные усилия.

Находясь на занятиях, постарайтесь принять информацию, которую мы доносим до вас, даже если вам кажется, что вы это уже знаете. Вникните в нее, и вы наверняка узнаете что-то новое. Главное, применить услышанное на практике: «Теория без практики МЕРТВА!».

Слушая внимательно своего собеседника, вы больше узнаете о том, что его интересует. Человек должен не только сам быть внимательным слушателем, но и настоятельно требовать этого от других.

Как научиться слушать. *Практические советы: стр. 106-109 «Умение вести переговоры»*
* Устраните отвлекающие факторы ... Какие отвлекающие факторы сейчас могут быть у нас? (телефон...)

- Считаем до 3 ... Если вам хочется прервать выступающего, высказать свою точку зрения, чтобы остановить свой порыв и не вызвать конфликт, остановите себя сосчитав до 3 и подумайте, стоит ли это делать в данный момент.

- Попросите собеседника выразаться яснее, если вам не понятна какая-то информация.

- Развивайте навык концентрировать свое внимание.

Работа в малых группах.

Вербальные приёмы активного слушания.

Невербальные приёмы активного слушания

Слайды Узелки на память «Как слушать и понимать собеседника»



Как правильно задавать вопросы.

Общение – это главная часть жизни человека, ведь именно благодаря общению, мы научились быть обществом. Но какое общение без вопросов. «Как дела?», «Во сколько ты вернешься?», «Что случилось?», «Как это сделать?» - это те, вопросы, который каждый из нас периодически задает для того, чтобы получить ту информацию, которая нам всем необходима. Вопросом можно расположить к себе человека, можно поставить его в максимально некомфортные условия, некоторые вопросы уместны, а некоторые нет. Обо всем этом мы поговорим с вами сегодня.

Для начала стоит отметить, что вопрос - это манипуляция по своей сути, ведь мы поворачивает ход бесед именно туда, куда нам надо, именно поэтому очень важно уметь задавать вопросы ПРАВИЛЬНО. Если на свой вопрос вы получили не тот ответ, который вам нужно, значит, вы подали его неправильно. Вопросы используются повсеместно, в любой сфере жизни, есть и те, кто зарабатывает этим деньги, например, журналист, репортер. Для этих людей крайне важно уметь делать это правильно, ведь одно неосторожное слово может спровоцирует агрессию или неприязнь, что сократит объем доступной информации. Чтобы не попасть в такие ситуации, разберемся. Какие вопросы вообще существуют.

Виды вопросов:

1. Практические вопросы.

То есть взаимосвязь теории с практикой. Например, «Анализируя ситуацию, как бы вы поступили на этом месте?»

2. Простые вопросы.

Это обычное уточнение фактов, событий, определенной информации. Например, «Как дела?»

3. Оценочные вопросы.

Тут все просто, выясняется, в чем отличие, почему это хорошо, а это плохо. Например: «Как лично вы оцениваете данную стратегию?»

4. Уточняющие вопросы («То есть»; «Если я вас правильно понимаю...»)

5. Интерпретационные вопросы.

Такие вопросы требуют уточнений, пояснений, а также согласия с интерпретацией фактов или версией, приведенной собеседником. В данном случае участник разговора должен

резюмировать: подтвердить либо опровергнуть что-то, либо удостоверить, либо признать несоответствующим действительности. Например, «Итак, это значит, что мы подписываем договор?»»

6. Творческие вопросы («Что было бы, если бы данная ситуация разворачивалась 2000 лет назад?»»)

7. Сократовские вопросы.

Вопросы, которые задавал Сократ своим ученикам, чтобы они пришли к определенному выводу. В настоящее время данные вопросы также широко используются для повышения продуктивности и уровня ответственности в группе, организации или команде. Например, «Вы знаете, что успех всей команды зависит от усилий каждого ее участника?», «Вы выкладываетесь полностью?», «Вы заинтересованы в процветании фирмы?». Стоит отметить, что такие вопросы чаще всего предполагают ответ ДА/НЕТ, что максимально приближает человека к анализу.

8. Конкретизирующие вопросы.

Вводятся словами например, точно, конкретно. Помогает собеседнику понять на чем стоит акцент в вопросе, более полно показывает ситуацию. Например, «Не будете ли вы так любезны привести пример?», «Что конкретно обозначает понятие "альтруизм"?».

9. Повествовательные вопросы.

Данные вопросы требуют, чтобы собеседник, отвечающий на них, взял на себя роль рассказчика или стороннего наблюдателя, описывающего какие-либо процессы и события. Например, «Как вам праздник на предприятии?»»

10. Вопросы – ситуации.

С помощью вопросов - ситуации собеседник, использующий их, выстраивает гипотетическую последовательность фиктивных событий. Например, «Представим такую ситуацию: мы согласны принять ваше условие, когда в этом случае вы готовы начать?»»

11. Вопросы - мостики.

Выдающийся журналистский прием: помимо собственно вопроса он содержит и какое-то утверждение — констатацию фактов или даже оскорбление, и это развернутое высказывание определяет содержание ответа собеседника. Таким образом, разговор фиксируется на определенных темах, а дискуссия ведется вокруг содержания заданного вопроса. Например, «Вы — эксперт в области управления проектами. Как вы считаете, мы учли все необходимые критерии?»»

12. Вопросы- фильтры.

Эти вопросы фильтруют или отбирают некоторые темы разговора, фокусируют внимание только на определенной тематике. Например, «Конечно, нам интересна ваша карьера, однако ограничимся пока сегодняшним днем — чем вы сейчас занимаетесь?»»

13. Вопросы-связки.

Эти вопросы построены на переносе высказываний или выводов из одной тематической области в другую. Например, «Вы отличный тренер любительской футбольной команды. Скорее всего, вы применяете ваш тренерский опыт и в бизнесе, и он помогает вам успешно руководить подчиненными?»»

Итак, рассмотрим основные методы, благодаря которым можно получить желаемый ответ:

1. Ни в коем случае не нужно начинать вопрос с частицы «не». С высокой долей вероятности человек, который является вашим собеседником, ответит на него отрицательно. Аргументировать это просто – фактически за него уже создан ответ, ему остается только подтвердить предположение. Соответственно стоит избегать вопросов: «не хотели бы вы?», «не желаете ли вы?», «не поможете ли вы?».
2. Если есть необходимость получить четкий положительный ответ, то не спешите с основным вопросом. Перед тем как запросить у человека интересующую вас информацию, задайте ему три легких вопроса, ответ на который будет однозначно положительным, звучит как «да». На четвертый вопрос человек ответит не столько по инерции, сколько осознанно, и ответит положительно. Этот опыт проводился многими психологами и очень часто применяется на несговорчивых людях, которые могут достаточно сложно идти на контакт, доказывая свою точку зрения.
3. Правильно подходите к созданию вопроса-просьбы. Практика показывает, что человеку неудобно дважды подряд отвечать отрицательно тому, кто задавал вопрос и попросил помощи. Поэтому если есть необходимость что-то попросить и получить на это положительный ответ либо разрешение, то оставьте основной вопрос на потом. А вот первый вопрос сделайте похожим.
4. Выбор без выбора. Эта методика также достаточно известна, и подразумевает под собой постановку вопроса таким образом, чтобы любой из ответов, который дает вам человек, был удобен для вас. Например: «Ты хочешь увидеться в понедельник утром или во вторник вечером?». По факту вы даете человеку возможность выбрать, и он может располагать между имеющимися вариантами. На самом же деле в вопрос вы можете вставить те факты, которые удобны для вас в любом случае.

Необходимо помнить о том, что спланированные вопросы, а также варианты ответов на них, помогут не только поддержать беседу, но еще и узнать ту информацию, которая была целью самой беседы. Итак, что же необходимо иметь в виду?

1. Цель беседы и ее итог. Перед тем как задавать вопросы человеку, необходимо понимать, что в итоге вы хотите узнать или получить, какой результат для себя желаете вынести?
2. Нужно формулировать достаточно простые и краткие вопросы. Лучше задать пару дополнительных, чем запутать человека одним длинным предложением.
3. Постарайтесь заранее один и тот же вопрос сформулировать несколькими вариантами
4. Не забывайте задавать дополнительные уточняющие вопросы. Собеседнику это укажет на то, что у вас есть желание узнать как можно больше информации, соответственно такой показатель вызовет уважение. Для вас это возможность получить максимум необходимой информации.
5. В большинстве случаев старайтесь задавать вопрос, начиная со слова «почему?». Так вы подталкиваете человека к размышлению. Он задумается, почему и по каким причинам произошел тот или иной фактор.
6. Будьте готовы самостоятельно отвечать на вопросы. Если это не просто обычная беседа, а желание получить как можно больше информации, то ожидайте, что шквал вопросов будет обрушиваться и на вас. Естественно, смотрите заранее, какие темы для вас приемлемо обсуждать, а от какой тематики лучше отказаться.
7. Если вы чувствуете, что не получили ответ, который вам нужен, продолжайте беседу.
8. Не создавайте давление в вопросах, меньше своей позиции, больше мнения другого человека, за исключением вопроса-провокации.

Логика речи.

Какими качествами должен обладать язык оратора? Ни один перечень определений не даст исчерпывающего ответа на этот вопрос. Но, в частности, учащийся должен достичь:

- а) грамотной правильности;
- б) точности;
- в) уместности;
- г) экономичность;
- д) оригинальности языка.

Указанные качества придают речи прямолинейный, сильный и непринужденный характер.

Точность: из-за отсутствия точности в языке оратора слушатель лишен возможности составить ясное представление о его идеях.

Отвлеченный язык: если вы говорите о простых предметах или вещах физического порядка, личного значения, следует пользоваться наиболее подходящими конкретными терминами.

Ничего не говорящие обозначения: у ленивого оратора удобные, привычные обороты речи заменяют критическое мышление. Он слишком часто использует такие оценки, как превосходно, хорошо, нехорошо, очень хороший актер, великолепный, необыкновенный и т. д. Он может сказать «полно значения» и не сказать, в чём состоит значение. Он отзовется «один из наиболее выдающихся», и не объяснит, чем, собственно, «выдающийся» этот другой человек. Не смотря, на видимый интеллект, такие термины лишь аффектированные общие места.

Очень мало известно об «увесистых» словах, хотя они обладают большой эффектной силой, чем другие, благодаря прочным приятным или неприятным ассоциациям, которые они вызывают. «Увесистые» слова могут быть сильным оружием, потому что они направлены непосредственно на эмоциональное восприятие. Если оратор говорит: «Мой противник - лжец!» Он применяет слово, сверх переполненное таким ассоциативным смыслом, которое не только оскорбляет оппонента, но и аудиторию. Сказав, что противник «умышленно позволил себе неправильное действие» или «сознательно извратил факты», оратор действительно выразит то же, но без излишней эмоциональной нагрузки.

Сравнительные формы «увесистых» слов и выражений: умер, скончался, протянул ноги, приказал долго жить; благоухание, аромат, запах, дух, вонь.

Хотя нельзя отказаться от «увесистых» слов, пользоваться ими следует осторожно, с сознанием того, что производимое ими впечатление оправдывается фактами.

Экономичность: отсутствие ясности и силы - обычный результат многословия, наиболее частого и наиболее дорогого порока как устной, так и письменной речи. Его порождают многие причины;

- 1) неясность мышления, ведет к повторениям и неожиданным отклонениям;
- 2) недостаточный словарный запас, вызывающий обращение ко многим словам в тщетных попытках найти одно настоящее;
- 3) тостословие из-за отсутствия многословия;
- 4) склонность к самолюбию, толкающая на длинные высокопарные речи, и чрезмерная обстоятельность вместо надлежащего отбора материала.

Преодолеть многословие - все равно, что провести прополку сада, где полезные растения не отличить от сорняков. Даже если отрывок написан и отредактирован, не всегда легко ткнуть пальцем в слова-паразиты.

Наиболее распространенный вид многословия:

- общие вводные предложения
- применение излишних определений

Например: иногда прибегают к 2 или более прилагательным, когда достаточно одного: скучный, утомительный вечер; наш священный и наивысший долг; проголодавший и изнемогающий от недоедания.

Такого же порядка ошибочно заключение в злоупотреблении преувеличениями. Эта привычка ослабляет выразительность языка:

«я положительно уверен...»

«я докажу, не оставив у вас и тени сомнения...»

Видимо, вам придется согласиться, что при более тщательной обработке речи в отношении формулировок предложения ставится проще и короче, что будет отвечать современным вкусам в ораторском искусстве и литературе.

Обратите внимание, насколько пропорционально большое место в современных лучших произведениях занимает простая и короткая фраза. Элегантность риторических оборотов производит сильное впечатление. Но сначала научитесь стилю радиокомментаторов.

Язык и не может и не должен быть совершенно самобытным.

Весьма редко возникает новое слово, и найти новое выражение - далеко не обычное явление, тем не менее, язык у одних ораторов свеж и оригинален, а у других он тусклый, банальный. Очень часто в противоборство вступают 2 стиля ведения: оригинальная идея и стереотип.

Оригинальная идея - точно выражаемая, уже есть оригинальное выражение. Обычно терминология обращается к чувственным восприятиям - как не покажется странным, выражения производящие самое сильное впечатление, наиболее подвержены опасности потерять свою самобытность из-за частого употребления. Таким образом, возникают стереотипы.

Стереотип - это избитое выражение, но потерявшее точный смысл в следствии всеобщего употребления. Это штамп. Оратор, если особенно приходится выступать не с заранее написанной или заученной речью, попадает под власть стереотипов. Стараясь поддержать плавный ход речи, они, естественно, прибегают к таким оборотам, которые часто слушали. Некоторые ораторы даже культивируют стереотипы, полагая, что слушатель сочтет их остроумными:

Например: описание: пестрая толпа, этот знаменательный случай, красный как кумач. Самое главное - оттачивайте ваши мысли так, чтобы в нужный момент приходили настоящие слова, свои слова.

- избегайте изъезженных пословиц и поговорок:

«лучше поздно, чем никогда»,

«сидеть у моря и ждать погоды»,

«повторение - мать учения»,

- нельзя пренебрегать менее известными:

«излишняя добродетель может стать пороком»

«философия - микроскоп мысли»

Настоящий оратор не может рассчитывать только на здравый смысл и импровизацию. Необходимо овладеть логическими законами доказательной, аргументированной речи. Эти законы, прежде всего, распространяются на словесное определение понятий, логические доводы, доказательства своей точки зрения. Важным качеством эффективности публичного выступления является логичность и доказательность речи.

Первейшая задача оратора, еще в процессе подготовки к публичному выступлению, продумать до мельчайших подробностей логику своего выступления, аргументацию своих доводов и обобщений.

Логическая схема доказательства

Логическая схема доказательства складывается из 3 элементов: тезиса, аргументов, доводов и способа доказательства.

Тезис - это исходное положение, истинность которого стремится доказать оратор. Важно, чтобы в истинности тезиса был уверен сам оратор.

Формулируя тезис, надо учесть, чтобы он был ясным и четким, не содержал в себе противоречия. Расплывчатость тезиса - наиболее частая ошибка неопытного оратора.

Аргумент - это логический довод, истинность которого проверена и доказана практикой, несомненна. Аргумент является необходимой частью каждого доказательства. Самыми сильными аргументами являются факты, истинность которых не подвергается сомнению.

Доказательство может быть прямым и косвенным. При опоре на прямой способ доказательства аргументы непосредственно обосновывают истинность тезиса. При косвенном - истинность обосновывается путем доказательства ложности противоположения. Логическая аргументация может быть развернута в 3 вариантах:

- индуктивно (от частного к общему)
- дедуктивно (от общего к частному)
- в сочетании 1 и 2 одновременно

При индуктивном доказательстве следует продумать и отобрать:

- а) наиболее существенные и убедительные факты
- б) такое количество фактов и примеров, чтобы их анализ и обобщение давали убедительный вывод, заключение.
- в) факты должны быть близки и понятны аудитории

Дедуктивное доказательство требует, чтобы исходное теоретическое положение было общепризнано. Несомненно, для этого необходимо, чтобы:

- а) слушатели были знакомы с исходным теоретическим положением, либо оно не должно вызывать сомнений
- б) переход от общего к частному должен сопровождаться не любыми примерами, а наиболее яркими и убедительными.

Очень часто ораторы допускают логические ошибки при определении понятий, типичной ошибкой является перечисление двух - трех признаков понятий, на основе которых и дается определение.

Наиболее распространенным способом определения понятия является определение, указывающее на принадлежность к общему роду или на выделение специфических (видовых) различий, которые отличают данную вещь от всех других вещей рода.

Например: «Творчество - это такой вид человеческой деятельности, результатом которой является создание новых, оригинальных духовных и материальных ценностей».

Родовое понятие – «человеческая деятельность»

Видовые отличия – «создание новых, оригинальных духовных и материальных ценностей».

В процессе логически правильных, доказательных рассуждений с неизбежностью достигается определенности, ясность, непротиворечивость и обоснованность заключений и выводов.

Логические и психологические доводы речи

Речь - средство, отклик аудитории - цель.

Речь служит этой цели, если она вызывает реакцию слушателя.

В информационной речи желаемый отклик - стремление знать; в агитационной - воля к целеустремленному мышлению и действию.

Как можно достичь такой реакции?

Двумя путями:

1. предоставляя доводы, склоняющие к убеждению и действию.
2. взывая непосредственно к чувствам слушателя.

Для удобства назовем эти два способа воздействия логический и психологический.

При изучении способов воздействия на аудиторию следует помнить, что они существуют отдельно друг от друга. Они являются средством активизировать убедительность своего материала и всех приемов составляющих содержание речи.

Логические и психологические доводы нельзя отделить друг от друга. Логическое предположение часто подкрепляется примерами, непосредственно влияющими на желания и чувства. С другой стороны они и сами не редко обладают наиболее привлекательной силой. На желания и чувства. С другой стороны они и сами не редко отличаются наиболее привлекательной силой. На желания и чувства людей главным образом оказывают влияние такие явления, которые при ближайшем анализе представляются их сознанию как логические основания. Кроме того, чем выше чувственный уровень слушателей, тем больше они будут полагаться на разумные доводы, склоняясь к убеждению и действию.

Убеждать - вовсе не значит просить нечто за ни что.

Доказательство - не скучный, утомительный процесс. Он может быть увлекательным делом.

Люди всегда хотят знать почему? Когда приходится убеждать, необходимо создать атмосферу благожелательного отношения к вашему предложению или наоборот, вызвать явное отрицание.

Какие бы методы решений, общие всем видам, не применялись к речи с целью воздействия, они должны быть логическими. Все логические доводы делятся на индуктивные и дедуктивные.

Психологические доводы - желания. Желание поступать честно, можно добиться, вызвав отвращение к бесчестному поведению. Стремление к физическому благополучию возникает в результате изображения страданий, обусловленных слабым здоровьем.

Физическое благополучие

Экономические интересы

Общественные интересы

Развлечения

Чувство собственного достоинства

Публика не любит открытой лести. Ей больше по душе, когда только подразумевается ее здравый смысл, пронизательность. Люди постараются ответить на вызов готовностью показать, из чувства соревнования, что они не хуже других. Равным образом какой-нибудь намек словом или делом, что публика бестолкова, безусловно, отвратит ее раз и навсегда не только от вас, но и от того, что вы добиваетесь от неё.

- Истина и право.....

«Ни один человек, совершая любой поступок, не думает в тот момент, что творит неправо дело». Как бы слаб или зол ни был человек, он старается оправдать свои действия в собственных глазах. Ваша задача, там, где истина и право представлены неприятными - затруднить порочное оправдание зала.

Подготовка речи

1. Выбор темы

Выбирайте тему, связанную с вашим личным опытом и по которой вы сможете в случае необходимости получить дальнейшую информацию в библиотеке или другом месте. Тема должна быть интересной и для вас и для ваших слушателей.

2. Решение вопроса о цели речи

Если тема «Восхождение на горные вершины», вы можете формулировать свое намерение в виде «Я хочу рассказать...». В основном вы задаетесь целью информировать, дать описание, а не склонить слушателей к тем или иным взглядам или действиям. Но если вы считаете, что должны оградить слушателей от трудного восхождения без должной подготовки, то ваша цель приобретает уже агитационный характер, так как вы стремитесь оказать влияние на их поведение.

3. Содержание.

Если представить, что завтра вам предстоит публичное выступление, то вы неизбежно начнете волноваться и размышлять, что говорить, как говорить, как добиться того, чтобы ваше выступление было интересным и убедительным - вот далеко неполный перечень вопросов, которые вы, так или иначе, задаете себе.

Действительно, достигнет ли ваше выступление цели, справитесь ли вы со своими задачами как оратор - зависит во многом и от того, владеете ли вы ораторским искусством. Вместе с тем ораторский успех зависит от эффективности работы над содержанием каждого отдельно взятого публичного выступления.

Из чего же конкретно складывается содержание выступления? Что для этого нужно?

Способность к импровизации, эрудиция и многие другие достоинства оратора - это лишь предпосылки ораторского успеха, который может и не состояться, если не вложен труд в разработку содержания выступления.

При углубленном подходе к разработке содержания не лишне будет знать и использовать классическую схему ораторского искусства.

В ее основе лежит 5 этапов:

1. Подбор необходимого материала, содержания выступления /изобретение речи/.
2. Составление плана. Распределение собранного материала в необходимой логической последовательности /порядок/.
3. «Словесное выражение», литературная обработка речи, насыщение ее содержания.
4. «Память», запоминание текста речи.
5. «Разыгрывание», произнесение речи с соответствующей интонацией, мимикой, жестами.

Обратимся к некоторым сторонам, условиям ораторского творчества на этапе подготовки содержания выступления:

1 условием успешного подбора и отбора содержания выступления является выбор темы. Важно, чтобы тема была близка вам, интересна, лично значима для вас.

2 условием является регулярность и систематичность работы над подготовкой материала выступления.

3 условием является составление списка литературы по теме предстоящего публичного выступления. Работа с этой литературой. И использование дополнительной справочной информации.

4 условием успешной подготовки выступления является осведомленность по самой новейшей литературе, последним газетным публикациям.

5 условие - упорная работа над композиционно - стилистическим построением публичного выступления, логикой изложения материала и непосредственно речевой культурой.

После того как сбор необходимого материала к публичному выступлению завершен, материал логически выстроен, скрупулезно отредактирован, можно положить текст в ящик стола и выступать, опираясь на короткий план или тезисы.

4. Собираение информации

Лучше всего, если вы для своего выступления будете подбирать материал из нескольких источников: газеты, журналы, библиотеки. Это позволит вам лучше ориентироваться в теме вашего выступления. И слушателям будет интересно узнать различные точки зрения.

5. Введение

Введение должно быть ярким, запоминающимся, сразу наводящим на суть выступления. Известно, что в выступлении больше всего запоминается начало и конец.

6. Развитие главной части речи.

При построении главной сделайте, чтобы план и вспомогательные данные были интересны и понятны. Организуйте идеи по мере ваших возможностей.

7. Заключение

Заканчивайте речь кратким заключением, обобщением основных идей, любой цитатой, любой иллюстрацией, выражающей ваш замысел. Или и то и другое.

Виды речи

Общая цель.

Так в чём же заключается общая цель? Общая цель может заключаться в том, чтобы: *развлечь, информировать, убедить, воодушевить, призвать к действию.*

В известной мере возможно и сочетание этих целей. Например, цель развлекательного порядка иной раз не обойдется без информации и даже без элементов воздействия. Речь, побуждающая к действию, не будет иметь успеха, если она не поучительна, не занимательна, не вдохновляет и не убеждает. Необходимо выделить преобладающую установку и с этим соотношением строить свою речь. Рассмотрим виды речи и цели, которые они преследуют.

Развлекательная речь

Такая речь не содержит иной цели, кроме заключенной в ней самой. Она сама по себе должна развлечь и потешить слушателя. Можно сказать, что ее цель - просто поддержать внимание и интерес слушателя, то есть занимательность, интерес, как самоцель. Ее часто слышишь там, где люди встречаются, чтобы в приятном обществе провести время. В ней юмор, много личного, ирония, насмешливая серьезность. В такой речи неизбежны шуточные нападки и т.д.

В таком случае недружелюбный тон оратора неуместен, т. к. нарушает дружескую атмосферу. Развлекательная речь, в противоположность другим, не нуждается в единстве развития. Но, последнему, всё же отдается предпочтение.

Если вы придаете к мысли, что уместна развлекательная речь, нужно решить каков должен быть характер развлекательности. Должна ли речь быть юмористической или нет? Если нет, то это описание или рассказ.

Если да, то подумайте о шуточных нападках на образ жизни, привычки и поведение людей, и не забудьте про себя. (КВН, сатирики)

Развлекательная речь не имеет большой практической цели и следовательно ей редко уделяется внимание. Но добрая шутка благожелательный тон - неотъемлемая часть речей всех видов.

Информационная речь.

Задача информационной речи - не только пробудить любознательность, но и дать новое представление о предмете. Она может быть повествованием, описанием, объяснением. Повествование - это движение; описание расчленяет предмет, показывает частности и придает им наглядный вид, как картине, объяснение показывает, каков предмет в действии или каково его устройство.

Информационная речь должна отвечать следующим требованиям:

а) в ней не должно быть ничего спорного;

В информационной речи любой вопрос находит свое разрешение при соблюдении условий: вопрос должен быть связан с тем, что уже существует или представляет подлинную правду. Он не может вызывать спора, верить или не верить и что делать.

б) пытливость

Характерная для информационной речи черта заключается в том, что она пробуждает любознательность слушателя. Если заранее не возникли вопросы, вызванные удивлением, недоумением или сомнением, ваш долг поставить их.

в) она должна удовлетворять запросам слушателей

Другая ваша обязанность заключается в ответе на все поднятые вопросы, которые удовлетворили бы слушателя. Нельзя брать за доклад об устройстве атома, если вы не проработали эту сложную проблему до предельной ясности.

г) сообщение должно быть актуальным

С одной стороны информационную речь едва ли можно отличить от развлекательной, т.к. в ней содержится в большом объеме элементы, вызывающие интерес - конкретность, новизна, конфликт, контраст, юмор.

Например - волнующая новая повесть.

А с другой стороны - информационная речь приближена к агитационной.

При всех условиях, имеющая познавательное значение, развлекательность должна вызвать у слушателя впечатление, что познание, которые он носит с собой, стоили времени и внимания.

Убеждающая речь.

Убедить - значит логическими доводами доказать или опровергнуть какое-либо положение. Это чисто логическая задача. На практике эти речи рассматривают как агитационные, в которых любыми методами - логическим или иными - оратор убеждает согласиться с ним в спорном вопросе. Но хотя такая речь стремится определять образ мышления и поведения. Она не представляет собой призыва к непосредственному действию.

Как и всякая речь, она должна быть интересной. Но ее интересный характер - в самом вопросе или в его спорности. Интерес, который оратор должен вызвать, если он еще не возник у слушателя, можно определить вопросом: «Чему же верить? Что делать?» Две основные ошибки сопутствуют выбору предмета речи: или обращаться к теме, не представляющей реального или потенциального интереса, или обсуждают вопрос, который не в состоянии разрешить или хотя бы помочь его разрешению. Как избежать таких ошибок?

а) выбирайте действительно спорный вопрос.

Если прежде чем вы начнете говорить, все уже согласны с вами, то незачем возбуждать интерес к теме и что-то решать. А если речь оказывается бесцельной, слушатели будут скучать и жалеть о потерянном времени.

б) выбирайте содержательную тему.

Люди хотят, чтобы их развлекали и познакомили с предметом, который интересен или сам по себе, или благодаря остроумной и увлекательной форме изложения. Вопросы, касающиеся убеждений, по своей сущности практичны и серьезны. Скучно было бы слушать шуточные споры на тему, кто умнее мужчины или женщины, или что появились раньше яйцо или курица.

Многие вопросы настолько далеки от слушателя, что представляют чисто аналитический интерес. Все же люди склонны думать, что если даже обсуждаемый вопрос ни к чему не приведет, то он их в какой-то мере непосредственно касается.

в) выбирайте разрешимый вопрос

Это вовсе не значит, что вы в одной речи сможете разрешить любой обсуждаемый вопрос. Но вы должны что-нибудь сделать для возможного решения. Некоторые содержательные спорные вопросы неразрешимы, поскольку еще отсутствуют фактические и поддающие учету данные. Последнее относится, например, к предсказаниям на будущее. Если вы остановитесь на проблемах, которые основываются только на теориях,

позаботьтесь, чтобы они вызывали интерес, были правдоподобны и тем самым оправдали ваш выбор.

Призывающая к действию речь.

Слушателя призвали к действию: к новому, к продолжению или прекращению прежнего - его убедили. Призыв к действию может быть прямым либо косвенным. Но имеется в виду действие слушателей, а не отсутствующих.

Агитационная речь - ей свойственны отличительные черты других речей:

- фактические данные
- пробуждать психическую восприимчивость
- приводить к согласию

и только ей присущий фактор

- заставить слушателя почувствовать потребность сделать то, о чём его просит оратор

При выборе агитационной темы нужно проверить ее содержание с точки зрения следующих признаков:

- вызовет ли она достаточный интерес?
- способны ли слушатели к действию?
- возрастной ценз
- не слишком ли сильна оппозиция?

Конкретная цель

Нежелание прямо и ясно изложить основную мысль - частое явление у ораторов. Опасный, вызывающий недоумение недостаток!

В самом деле, разве речь подействует на слушателя, если вся его энергия уходит на то, чтобы только разгадать намерения оратора?

В то время как общая цель определяет, какой реакции Вы хотите добиться, конкретная - ясно показывает, что слушатель должен знать, чувствовать и делать.

Конкретное тематическое утверждение не должно быть общеизвестной истиной. Ваше дело показать, что нечто, вероятно и возможно, правильно или что тот или иной образ действий, возможен и вероятно должен быть принят. Вы только показываете то или иное мнение, не судя о его правоте.

Формулировка цели

По возможности в самой формулировке конкретной цели отметьте характер интересов аудитории, которые Вы хотели бы затронуть. Например:

- создать ощущение конфликта
- показать контраст
- пробудить любознательность
- возбудить практический интерес
- или вызвать альтруистические чувства.

Название речи

Название речи должно быть:

- конкретным
- уместным
- кратким
- наводящим на цель речи и т. д.

Оглавление:

1. Требования к выступлению.

2. Методы воздействия на аудиторию.
3. Умеете ли вы слушать.
4. Как правильно задавать вопросы.
5. Логика речи.
6. Подготовка к выступлению и выбор темы

Используемая литература:

1. Сопер П.Л. Основы искусства речи. М: Прогресс - Академия, 1992 г.
2. Мальханова И., Школа красноречия, АИФ ПРИНТ, М., 2001г.
3. Инджиев А.А. Язык делового общения. Ростов-на-Дону «Феникс». 2007г.
4. Макс Аткинсон Выступать легко. М. Альпина. 2010г.
5. Сарабьян Э. Научитесь говорить так, чтобы вас услышали. М. Астрель. 2012г.