

Техника публичного выступления

1. Определение цели выступления.

Определите до начала выступления свои цели, они могут: информировать слушателей рассказ о чем-то новом; убедить слушателей подготовка слушателей к признанию способа решения проблемы; побуждение к действию вызвать желание, что-либо изменить. Зачастую выступление объединяет все три цели, но какая то из них обычно главная. Чтобы реализовать цели выступления необходимо знание аудитории. Речь, резонирующая с представлениями и желаниями слушателей, достигает желаемого результата.

2. Соберите информацию о вашей аудитории.

Сбор информации осуществляется в соответствии с логическими уровнями: среда (окружение) - привычный стиль поведения - способности (знания) - убеждения (мнения, ценности, предубеждения) - само представления (профессиональные и личностные) - миссия (общие цели, которые поддерживает большинство аудитории). Необходимо знать о (лидерах мнений) - это люди задающие тон оценкам и мнениям группы. Уточняется возрастной состав, специалисты перед вами или дилетанты, социальное положение, степень осведомленности о предмете выступления, личные и общественные интересы, степень близости докладчика к слушателям (знакомы вам нелюди или нет). Это все стабильные признаки аудитории. Перед выступлением проясняются для себя ситуативные показатели, а именно: эмоциональное состояние собравшихся их ожидания. Собрав, эти данные вы можете понять в каком виде вы можете быть представлены собравшимся. Тут много выборов: подчеркнуть свой статус, возраст, принадлежность к определенной группе, обозначить род занятий и степень профессиональности.

Помните - срабатывает эффект выступающего.

3. Конструируйте свой образ.

Выступающий с трибуны аудитории кажется экспертом и вызывает доверие. Усилить впечатление об искренности человека и доверие к нему (а следовательно и эффект воздействия) возможно, если он ясно и выпукло аргументирует позицию, которая заслуживает доверия в том, что она явно не затрагивает его прагматические интересы и не приносит ему никакой выгоды (а лучше если противоположна интересам коммуникатора) и если он явно в

лоб не пытается повлиять на аудиторию. Наиболее существенным при выступлении является (внешний знак авторитета) титул, звание и прочее. Обозначающие ценность личности через ее социальную роль.

4. Определите свою роль.

Изучив аудиторию, перед которой вы собираетесь выступать определитесь с ролью, которую вы будете использовать при выступлении. Исследователь А. Добрович считает, что для успешного психологического воздействия нужна особая социально-психологическая роль: (Если вы способны по отношению к своему слушателю выступить в роли божества - считайте, что он уже загипнотизирован. С той же секунды как признал вас таковым). Специалисты по суггестивной лингвистике подчеркивают необходимость для суггестивного воздействия на аудиторию таких ролей, иначе возникает проблема восприятия. А.Добрович предложил набор ролей имеющих суггестивное воздействие: роль покровителя - могучий, властный, но добрый к тебе человек, опора в бедах, утешение в страданиях, предмет благоговения. Роль кумира - необязательно могуч, необязательно добр, но знаменит, пользуется всеобщим восхищением. Роль хозяина или господина - любое слово закон, к вам он совсем не добр, но не подчиниться значит навлечь на себя большие беды, при послушании вы имеете ряд выгод вас приблизят, обласкают. Не сумеете угодить - пеняйте на себя. Роль авторитета - этот обладает ограниченной властью, но к нему нельзя не прислушаться иначе сядешь в лужу. Роль виртуоза или ловкача - вы умеете совершать невозможное: хорошее или плохое неважно, вы завораживаете своей ловкостью. Роль удава - он видит ваши слабые места, и вы не на миг не верите, что способны с ним справиться. Ломать и топтать вас ему приятно. Роль дьявола - вы олицетворяете зло. Зло ради зла, а не во имя какой-то цели. Поза, жесты выражение глаз, манера речи передают социально-психологическую роль выступающего, поэтому необходима тренировка для вживания в роль. Отрабатывается роль через отождествление себя с кем-либо наиболее соответствующим ей.

5. Подготовка речи.

Выступление не должно содержать более семи основных идей, так как больше никто не запомнит. Важна краткость выступления. Способность к запоминанию информации очень ограничена, один из способов запомнить побольше информации - связать ее в виде пакетов. Необходимо хорошо структурированное содержание выступления так как способность успешного восприятия речи у слушателя сохраняется в течении 15 минут. Речь лучше

всего записывать на карточки блоками. Особое внимание следует уделить началу и концу речи. Первые слова - настройка на аудиторию, поэтому начало должно быть ярким. Завершающая фраза резюмирует выступление, она должна звать к действию. Сама речь должна быть образной, чем рассказывать о чем-то проще это продемонстрировать. Для эмоционального воздействия используются следующие приемы: закон дремлющего эффекта. Любая информация усваивается аудиторией лучше, если в этой информации есть элементы, рассчитанные на психологический протест. Из закона следуют два важных принципа: принцип настороженности - быстро и прочно усваивается информация об угрозе, при этом остальная информация блокируется; принцип резонанса - хорошо усваивается информация, касающаяся самой аудитории. Этот закон реализуется в методах создания сенсаций и эмоциональной доминанты. Сенсация - новость, рассчитанная на эмоциональное острейшее восприятие, она может, как привлекать внимание к чему либо, так и отвлекать. Эмоции подавляют критическое восприятие. Мощным эффектом обладает цепь запланированных сенсаций, когда каждая последующая подкрепляет предыдущую. Повозка с оркестром прием использует стремление человека быть как все. Прием символизации - делается намеренный акцент на сценах несущих в себе символическую информацию. Это делается обязательно после необходимого комментария. Ассоциативное связывание-связь между отдельными событиями, фактами или явлениями, отраженными в сознании и закрепленными в памяти человека. Ассоциации бывают трех видов: ассоциации по смежности, в основе пространственные и временные отношения между предметами и явлениями (то, что запомнилось как смежное, соседствующее); ассоциации по сходству - когда новый предмет похож на ранее известный; ассоциации по контрасту - ассоциируются резко отличающиеся противоположные факты и явления. Перед выступлением вы должны рассчитать, какие именно ассоциации оно должно вызвать, при этом само сообщение должно выглядеть нейтрально. Замаскированные стимулы, содержащиеся в выступлении, должны направлять сознание человека к определенным ассоциативным связям, что усиливает эмоциональное воздействие. На этом построены многие приемы манипуляции, например (красно-коричневые) объединены в одну группу, а слово (главари) запускает ассоциацию (банда). Ассоциативное связывание применяется также с помощью тщательного отбора порядка этих сообщений. Человеческому мышлению свойственна инерция - впечатление, полученное от предыдущего сообщения, в какой-то степени накладывается на последующее. С помощью ассоциативного связывания определенное явление наделяется дополнительными чертами.

Ссылки на авторитет. При умелом применении эти ссылки оказывают мощнейшее воздействие на аудиторию, необходимо только сослаться на значимые для аудитории личности, мнения которых воспринимаются некритично. Свидетельства простых смертных. Применение куммулятивного эффекта, наслаивание многих свидетельств в одном выступлении. При конструировании речи важно учитывать особенности подачи информации. Варьируя ею, можно добиться разнообразных реакций аудитории. Применяются следующие методы: Новость, сообщенная шепотом. Обычная новость, полученная с заговорщическим видом, приобретает уникальный характер и сам факт способствует самоутверждению, а в целом это ведет к закреплению в памяти этой информации. Сам же автор снимает с себя ответственность за ее достоверность. Парадокс повтора - при однотипной информации процесс отупения прямо пропорционален количеству немотивированных повторов. Повторяя основной тезис, иногда слегка меняя формулировку, можно добиться закрепления его в сознании слушателей. Необходимо не переборщить, так как может включиться принцип защиты, информация, не цепляющая индивида, забывается, прежде всего. Метод ограниченного совпадения точек зрения. Точка зрения, поддерживаемая аудиторией, не критикуется, даже если не устраивают оратора. Работа ведется исподволь, имеющиеся точки зрения конвертируются, до приемлемых для выступающего смыслов. Метод создания фактов. Передаются действительные факты затем действительные неправдоподобные и выдуманные правдоподобные факты - сомнения, вызванные второй категорией фактов развенчиваются легко, а факты третьей категории проникают в сознание автоматически. Метод объективного подхода заключается в подборе фактов и умелом их комментировании. Путем исключения некоторых малоизвестных фактов или их добавления можно выявить несуществующую тенденцию. Метод исторических аналогий. В истории можно найти любой необходимый пример. Метод апеллирования к общественной потребности. Хорошо тем, что обращается к эмоциям минуя интеллект.

Для этого применяются следующие методы:

- 1.Фрагментации - подача информации единым потоком, когда уловить тенденцию практически невозможно. подача такого количества новостей так называемый (белый шум) что сортировка их невозможна.
- 2.Отвлечение - отвлечь внимание аудитории от неудобной коммуникатору информации. Древнегреческий полководец Алкивиад отрезал у своей собаки

хвост и водил ее везде с собой (Пусть народ лучше занимается моей собакой, чем мной говорил он). Метод немедленности - оперативное решение вопросов иногда приводит к полному непониманию происходящего.

6. Выстраивайте речь в соответствии с законами восприятия.

Сила влияния информации зависит не только от ее убедительности, но и от порядка предъявления в речи. Закон очередности - значимые события сообщаются в первую очередь. Закон предшествования. Любая информация усваивается аудиторией в первом толковании. Любая попытка изменить толкование воспринимается как новая информация. Поэтому так важна первичность подачи информации и - особенно, комментариев. Иннокуляционный (прививка) эффект. Суть в том, что если человек изначально формирует отрицательную установку на сообщение, то он как бы иммунизируется от последующей информации. Применяется когда имеется сообщение о поступлении нежелательной информации необходимо упредить ее другим сообщением, формирующим у аудитории негативное восприятие нежелательной информации. Закон последовательности говорит, что в ситуации, когда два выступающих защищают альтернативные друг от друга точки зрения, то большее значение начинает приобретать временная последовательность предъявления сообщений. Сообщение первого оратора станет более влиятельным для аудитории, если интервал между сообщениями был небольшой, однако интервал между последним выступлением и решением аудитории должен быть большим. Это эффект первичности. Вторая тактика Эффект недавности срабатывает в пользу второго выступающего. Необходимо чтобы разрыв между выступлениями был как можно больше, а промежуток между вторым сообщением и решением аудитории - как можно меньше. Поэтому если вы не первый коммуникатор сделайте перерыв, тяните время и вас ждет успех.

7. Максимально используйте возможности языка.

Речь желательно выстраивать с учетом визуального, аудиального, кинестетического восприятия - это придает речи зримость, мелодичность, выпуклость. Она лучше воспринимается аудиторией, хорошо воздействуют речевые формулы, применяйте приемы убеждения. Дополнительные методы: метод забрасывания грязью применяется в конфликтных ситуациях и заключается в подборе таких эпитетов и терминологии, которые дают предмету разговора четкую этическую оценку. Метод более эффективен с применением приемов семантического манипулирования. Суть в том, что для сообщения тщательно отбираются вызывающие либо позитивны, либо

негативные ассоциации и таким образом, влияющие на восприятие информации. Семантическое манипулирование может за счет используемых слов исказить суть факта, события внешне сохраняя объективную форму. Например, глагол (изменить) вызывает у исследуемой аудитории ощущение неуверенности, неизвестности и определенного риска.

8. Организуйте пространство для выступления.

Официальная речь лучше воспринимается в зале с трибуной для выступления, чем в домашней обстановке. Неофициальное выступление лучше проводить в неформальной обстановке сдвинуть ряды стульев и сесть поближе к аудитории.

9. Настройка на аудиторию.

Необходимо завладеть аудиторией с помощью следующей методики:

1. Незаметно напрягите мышцы и быстро расслабьтесь;
2. Представьте, что вы можете зажечь светящиеся линии-шнуры, идущие одновременно с двух сторон от основания позвоночника и от макушки головы;
3. Примите решение завладеть комнатой или пространством, в котором находитесь;
4. Представьте что зажгли еще четыре шнура от основания позвоночника до нижних углов комнаты или того объекта на который хотите повлиять;
5. Представьте, как четыре светящихся шнура от верхней точки вашей головы соединяются с верхними углами потолка;
6. Знайте, что вы владеете пространством и контролируете все, что будет происходить;
7. Замечайте внутренние переживания, вы ощущаете себя высоким?
8. Освоившись в пространстве, представьте множество световых нитей соединяющих вас с аудиторией, почувствуйте состояние аудитории. Если линии где-то оборваны или запутались мысленно восстановите их. Пусть свет свободно течет между вами и аудиторией.

10. Выступление.

Создание контекста - настроиться на аудиторию, добиться резонанса, создать впечатление, что сейчас произойдет, что-то необычное, представьтесь собравшимся, поинтересуйтесь их именами. Если люди

незнакомы можно создать для их взаимодействия контекст - совершить совместные действия : переставить стулья, столы, пересесть поближе. Не начинайте говорить, пока не наступит тишина, возьмите паузу аудитория сама наведет порядок. Или говорите очень тихо, чтобы вас услышать слушателям придется замолчать. установите зрительный контакт с аудиторией. Останавливайте свой взгляд по 2-3 минуты на каждом слушателе: вы показываете свою заинтересованность и контролируете реакцию на свое выступление. Переход к теме беседы для привлечения внимания лучше всего рассказать историю притчу анекдот. Экспериментируйте с голосом. Хорошо работает метод волнообразной речи суть в повышении и понижении интонации. Принято говорить о нежелательном с пониженной интонацией, а о желательном, положительном - с повышающейся. Стандартный шаблон привлечения внимания с помощью интонации: понижающаяся при описании проблемы, повышающаяся к концу описания - пауза - повышение интонации при описании решения. Ключевые моменты речи выделяются голосом или жестом. Вовлекайте аудиторию в обсуждение. Задавайте вопросы, выясняйте особое мнение, провоцируйте спор. Проявляйте гибкость - после вхождения в резонанс необходимо его всячески поддерживать, делайте вид, что бы не происходило в зале так и было задумано.

11. Адекватно реагируйте на критику.

Вам задают провокационный вопрос - выслушайте, поблагодарите и уточните его позицию. Используйте методику расшифровки смыслов и рефрейминг, применяйте психологическое айкидо: соглашайтесь с нападающим и доведите до абсурда, пригласите его на трибуну и он скоро всем надоест.

12. Закрепление достигнутого результата.

Следите за аудиторией: как только увидели, что желаемый результат, достигнут, завершайте выступление. Конец речи, как и начало, более всего запоминается, необходим особый оборот речи призыв к действию, яркий пример, цепляющая эмоции цитата.