**Занятие №13**

 ***Тема занятия:*** *Общение с аудиторией*

**Задание**: *Изучите теоретический материал по теме и ответьте на вопросы:*

1. Что способствует установлению контакта со слушателями?
2. Какие компоненты выступления стимулируют внимание слушателей?
3. От чего зависит выбор конкретного приема мобилизации внимания?
4. Почему нежелателен первый вид положительной реакции аудитории?
5. Почему вопрос слушателя рекомендуется повторить?
6. Почему предпочтительнее отвечать на вопросы кратко?
7. Что дает самоанализ выступления?

Ораторское искусство в той или иной мере было присуще всем цивилизациям – живая человеческая речь всегда была в цене. Истоки европейской риторики, имеющей более чем 2,5-тысячелетнюю историю развития, связывают с античной цивилизацией. Однако существуют свидетельства о риторических традициях в культурах Востока – китайской, индийской. Термин «риторика» имеет греческое происхождение – rhetor – учитель красноречия. Его синонимами являются лат. oratoria (от orare – говорить) – «ораторское искусство, риторика» и исконно русское «красноречие».

Практическая риторика – это и наука, и искусство одновременно. Овладеть хотя бы некоторыми навыками этой науки должен, по нашему глубокому убеждению, любой современный человек. Надо учиться хорошо говорить перед аудиторией в самых разных условиях, а для этого овладеть умением готовить публичные выступления разных жанров. Правилам подготовки хорошей публичной речи, композиции речевого произведения, воздействию на людей словом учит риторика.

Хорошая подготовка к выступлению в значительной мере определяет его успех. Но еще не гарантирует его! Ведь все зависит от того, сумеет ли оратор найти подход к конкретным слушателям, то есть завоевать их внимание, вызвать живой интерес, напряженную работу мысли, эмоциональный отклик. Если этого не произойдет, речь прозвучит "для себя", что, конечно, вряд ли удовлетворит оратора и к тому же вызовет отрицательную реакцию слушателей. Об успехе выступления можно говорить лишь тогда, когда у оратора есть контакт с аудиторией.

**Как установить контакт с аудиторией**

Чтобы почувствовать радость от общения с аудиторией, удовлетворение от того, что сказанные слова возымели действие, нужно не только иметь, что сказать, и знать, как строить выступление. Главное – желание общаться со слушателями и уверенность в том, что это получится.

Успех речи во многом зависит от того, удастся ли сразу же найти подход к слушателям, установить с ними контакт.

Что может мешать установлению контакта? Чаще всего возникновение барьеров восприятия. Чтобы не возник барьер установки, когда предвзятое отношение к выступающему мешает объективно воспринимать его слова, желательно еще до выступления создать у слушателей благоприятное мнение о себе, положительную установку. Если вас некому представить, придется начать выступление с саморекламы, конечно, без неуместного хвастовства.

Очень важно продумать свой имидж. Внешний вид, манера держаться, интонация первых фраз должны импонировать собравшимся. Способствует этому соблюдение такта. В деловом красноречии неопытный оратор порой начинает выступление решительным, безапелляционным тоном. Но кому же захочется во что-то вникать "под давлением"?

Чтобы слушатели воспринимали сказанное, оратор должен установить с ними ***личностный контакт***. Доброжелательное, уважительное отношение вызывает, как правило, ответные чувства.

Если накануне выступления произошло какое-то из ряда вон выходящее событие, которое расстроило или, наоборот, возбудило людей, если вы общаетесь с аудиторией в неудачное время, например в конце напряженного рабочего дня, когда все устали, может возникнуть барьер отрицательных эмоций. Понимая, что это не исключено, нужно заранее узнать обстановку и продумать форму установления ***эмоционального контакта*** со слушателями. Возможно, вначале придется посвятить несколько слов произошедшему накануне событию, которое произвело такое впечатление, а может быть, поднять настроение собравшихся забавной историей. Во всяком случае подходить к своей теме можно лишь после того, как у слушателей появилось рабочее настроение.

Теперь уже от предварительной подготовки оратора будет зависеть, не появятся ли познавательные барьеры, возникнет ли ***познавательный контакт***, при котором только и возможно интеллектуальное взаимодействие.

Важнейшее условие возникновения познавательного контакта – интерес к теме выступления. Интерес неизменно вызывает внимание и тем самым – контакт с оратором.

По каким признакам можно судить о том, что контакт установлен?

Конечно, по поведению слушателей: выражение их лиц, позы, реплики, а то и вопросы свидетельствуют о различной реакции. Задача оратора – внимательно следить за всеми сигналами обратной связи, добиваясь заинтересованности, вопросов, несогласия-только не равнодушия, скуки. Поэтому ни одно хорошее выступление не воспроизводит подготовленный текст. Оно творится на глазах у слушателей, вместе с ними! Именно ощущение сотворчества, сопереживания и дает высочайшую удовлетворенность обеим сторонам.

**Виды внимания аудитории**

Вниманием считают направленность познавательных психических процессов на какой-то объект действительности с одновременным отвлечением от других объектов. Если слушатели внимательны к словам оратора, их мышление и память работают в направлении сказанного. При этом они даже могут не услышать того, что говорит сосед. В коре головного мозга возникает очаг возбуждения, где активно протекают познавательные психические процессы.

В том случае, когда очаг возбуждения, а следовательно, и внимание возникают независимо от воли, сознания, говорят о ***непроизвольном внимании***.

Непроизвольное (неволевое) внимание возникает всякий раз, когда:
1) человек сталкивается с чем-то необычным, неожиданным;
2) в поле зрения или слуха человека попадает то, что его волнует, заботит, соответствует практическим интересам и потребностям;
3) действует сильный, меняющий свою интенсивность или контрастный раздражитель.

Непроизвольное внимание не утомляет, так как оно возникает "само" и не требует нервных затрат. Однако оно неустойчиво, легко переключается на другой объект.

Сосредоточиваясь на каком-то предмете или процессе сознательно, усилием воли, слушатели организуют ***произвольное внимание***.

Произвольное, или волевое, внимание возникает при выполнении обязательной, но неинтересной работы. Оно сопровождается нервными затратами, утомляет, хотя и характеризуется относительной устойчивостью. Если говорить о слушании, произвольное внимание зависит от сложности вопроса и физического состояния слушающих.

Если внимание возникло как сознательное, волевое, но затем поддерживается без всяких усилий со стороны слушателей, т.к. они захвачены выступлением, это проявление ***послепроизвольного внимания***.

Послепроизвольное внимание не утомляет и может длиться весьма долго (пример - ораторы древности, которых слушали по 5-6 часов).

"Секрет" успешных вариантов начала выступления состоит как раз в том, что они вызывают непроизвольное внимание слушателей. Неожиданный вопрос, необычный факт, интересная цифра, пример или зарисовка "из жизни", завораживающая интонация – все это способно сразу же захватить внимание аудитории. Но непроизвольное внимание неустойчиво. Для того чтобы вызвать волевое внимание, которое только и обеспечивает активную работу аудитории, необходимо, чтобы слушатели поняли, почему им нужно слушать это выступление. Этой цели служит введение в тему.

**Начало выступления**

Обычно у оратора есть возможность оказаться заранее в том месте, где ему предстоит выступать, оценить наполненность аудитории, расположение собравшихся и мысленно выбрать то место, где его будут видеть все и он всех, где ему удобно будет пользоваться вспомогательным материалом, если он есть. Прийти заранее важно и для того, чтобы оценить состояние слушателей и решить, нужно ли использовать какой-либо способ установления эмоционального контакта с ними или же собравшиеся готовы воспринимать информацию и будут вполне удовлетворены доброжелательной интонацией.

В любом случае, уверенной походкой выйдя к месту выступления, следует сделать начальную паузу. Пауза позволяет собрать взгляды слушателей и служит как бы приглашением к разговору.

Первая фраза всегда содержит приветствие. Оно не должно быть формальным. Если оратор рад встрече с аудиторией, ему есть что сказать людям, это отразится во взгляде, которым он окинет собравшихся, в улыбке, в приветливой интонации. А если нет... тогда ему лучше вообще не брать слово. После начальной паузы и приветствия обычно в зале еще есть некоторое напряжение, подобное тому, которое бывает, когда в комнату входит посторонний человек. "Какой он? Что скажет? Чего от него ожидать?" - думают присутствующие. Представьте теперь, что вошедший заговорил официальным тоном, стоит как деревянный и ни на кого не смотрит. Все убегут от такого гостя. А что делают в таком случае слушатели? Замыкаются в своих мыслях или находят себе какое-нибудь занятие. Поэтому "первые слова лектора, - говорил выдающийся судебный оратор А.Ф. Кони, -должны быть чрезвычайно просты, доступны, понятны и интересны (должны отвлечь, зацепить внимание)"1. Причем произносить их надо не в пустоту, а глядя на какого-нибудь симпатичного вам слушателя. Как только вы увидите его ответный доброжелательный взгляд, нужно перевести свой взгляд на другого человека и установить контакт с ним. Атмосфера в зале потеплеет. Начало взаимоотношений положено!

Первые фразы, которые позволяют установить эмоциональный контакт с аудиторией, называют ***зачином***. Зачинов, этих своеобразных зацепляющих "крючков" вступлений, существует множество: "...что-нибудь неожиданное, какой-нибудь парадокс, какая-нибудь странность, как будто не идущая к делу (но на самом деле связанная со всей речью), неожиданный и неглупый вопрос и т.п." Зачином может служить обращение к непосредственным интересам слушателей, привлечение внимания к рекламному названию выступления, оригинальная цитата, интригующее описание, интересный факт, впечатляющая цифра, вопрос или даже цепочка вопросов, ссылка на газетный материал или книгу (например, "в одном из последних номеров газеты "Аргументы и факты" был напечатан..."), прием сопереживания (например, "недавно я стал свидетелем такого разговора..."), комплимент собравшимся, шутка или остроумное замечание и прочее, можно также использовать предмет или наглядное пособие. Зачин должен быть занимательным, соотноситься с содержанием речи, а главное – создавать эмоциональный контакт с аудиторией. Обычно контакт устанавливается, если выступающему удается заговорить о том, что людей волнует, и затем искусно перейти к теме своего выступления. Другой беспроигрышный вариант- заговорить о своих чувствах по поводу сегодняшней встречи, этой темы и т.п. Выражение эмоций всегда вызывает внимание, но здесь важно чувствовать меру.

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

Итак, в общем случае вступление состоит из двух частей: зачина и введения в тему. Задачи вступления – вызвать интерес к выступлению и овладеть вниманием аудитории, добиваясь при этом, чтобы непроизвольное первичное внимание переросло в сознательную сосредоточенность; установить взаимопонимание и завоевать доверие слушателей, подготовить их к восприятию темы.

**Способы удержания внимания**

Вступление способно захватить слушателей. Но как же сохранить и поддержать их внимание в течение всего выступления, чтобы "...избежать ситуации, когда четверть слушателей занята "перевариванием" содержания выступления, а три четверти борются со сном"?

Прежде всего сохранению внимания способствует ***логическая организация речи*** (последовательность, непротиворечивость, обоснованность). В этом случае оратор ведет мысль аудитории за собой. Слушателей привлекает такое построение изложения, по ходу которого возникают вопросы, а ответы на них рождаются в процессе совместного поиска или последующего изложения.

Поддержанию внимания аудитории способствует ***проблемная ситуация*** в речи, подача фактов или идей в противопоставлении.

Слушатели с напряженным вниманием следят за таким выступлением, при котором в излагаемом материале все время раскрывается новое содержание. Если выступление не содержит ничего нового, оно только остается без внимания, но и вызывает у слушателей ощущение досады и раздражения. Поэтому важнейшее условие поддержания внимания к выступлению – его ***содержательность***, то есть новая, неизвестная слушателям информация или оригинальная интерпретация известных фактов, свежие идеи, анализ проблемы.

Изложение должно быть ***доступным***, что во многом обусловлено, как уже говорилось, культурой речи оратора. Включение терминов, способы определения понятий продумываются заранее. Сделать выступление понятным и доходчивым помогает использование примеров и наглядных пособий, художественных средств языка, рациональное сочетание теоретических положений с фактами, паузы для осмысления услышанного.

Способна заворожить слушателей выразительность речи оратора – меняющаяся интонация, красочные словесные образы, оригинальные сравнения, меткие выражения.

Кроме того, поддерживают внимание разнообразные ***приемы изложения***, рассмотренные ранее. Они произносятся с разной интонацией, и это тоже оживляет речь. Диалогизация речи, вопросно-ответный ход, обращение к слушателям настолько эффективны, что способны спасти положение, когда аудитория начинает засыпать.

О. Эрнст советует применять и ***драматизацию*** речи: эмоциональное и наглядное изображение относящихся к теме событий.

Поддерживает внимание ***сопереживание***, возникающее, когда оратор увлеченно описывает события, затрагивающие чувства и интересы аудитории. В зале при этом возникает заинтересованная тишина.

Не остаются равнодушны слушатели и к ***доверительности***, когда оратору удается связать предмет речи с собственным опытом, собственными размышлениями.

Разговорная речь обычно сочетается с естественной, ***непринужденной манерой изложения***, которая хорошо действует на слушателей, приглашает к совместному размышлению и разговору. Манера изложения проявляется в позе, жестикуляции, выражении лица, звучании голоса. Жесты, идущие "от сердца", усиливают эффект речи, делают ее более выразительной, помогают убедить слушателей.

Наконец, очень важны ***убежденность*** и ***эмоциональность*** оратора. Если он искренен, эти качества не только удерживают внимание слушателей на проблеме, но позволяют ему заразить собравшихся своим отношением к ней.

Необходим ***умеренный темп речи***, такой, чтобы слушатели успевали следить за ходом мыслей оратора, усваивать сказанное, записывать, если есть необходимость.

В речи обязательны ***паузы***. Именно во время пауз идет осмысление сказанного, появляется возможность задать вопрос.

Оратору, обладающему чувством юмора, не приходится прибегать к специальным приемам для поддержания внимания. Юмористическая окраска эпизодов, остроумные замечания в процессе содержательного выступления позволяют слушать такого оратора как угодно долго. Однако чувство юмора – природный дар. И если оно не развито, надо хотя бы это осознавать. Неловко становится, когда видишь человека на трибуне, который усиленно смешит сам себя. Говорят, что юмор – как ходьба по канату. Никогда не знаешь, чем это закончится. Более безопасны в этом смысле юмористические зарисовки - парадоксальные примеры, забавные истории из жизни великих людей, исторические анекдоты и т.п. Впрочем, их тоже нужно уметь рассказывать. Обычно они вызывают оживление, снимают усталость, заставляют слушать.

Постоянный ***зрительный контакт*** позволяет следить за реакцией слушателей и управлять их вниманием. "Глаза не только "слушают" - они и "отвечают", - замечает Р. Хофф. Если почувствуется непонимание или равнодушие в ответном взгляде, есть возможность спасти положение, пояснив сказанное или сказав нечто, что заденет слушателей за живое. Если же оратор смотрит куда-то вдаль, разглядывает носки своих ботинок или уткнулся в свои записи - он и не заметит, что слушатели "отключились" и его выступлению грозит провал.

Говорить и смотреть нетрудно. При условии, что вы свободно владеете материалом и хотите, чтобы этот, и этот, и вон тот человек поняли вас и вам поверили. Если контакт установлен с какой-то частью зала по закону эмоционального заражения он охватывает всех. А контакт без взгляда не устанавливается. Поэтому из всех перечисленных компонентов хорошего выступления, пожалуй, именно этот больше всего "держит" аудиторию.

Во время выступления нередко наступает момент, когда внимание слушателей ослабевает. Для ***мобилизации внимания*** существует целый арсенал приемов.

При первых признаках утомления аудитории следует воспользоваться приемами, стимулирующими непроизвольное внимание. Проще всего ***изменить звучание голоса***: интонацию, темп речи, силу звука. Этой же цели служит пауза.

Можно привести пример, затрагивающий непосредственные интересы слушателей, или рассказать короткую забавную историю (анекдот). Так называемые ***"освежающие отступления"***звучат неожиданно и потому позволяют слушателям отдохнуть.

Советуем время от времени переключать внимание слушателей, это мобилизует его, оно как бы получает толчок. **Переключение внимания** происходит, например, когда оратор умело завершает один вопрос и называет следующий. Еще больший эффект дает показ наглядных пособий, а также предложение что-то записать, ответить на вопрос, сделать несложное вычисление, сопоставить два мнения – словом, любая работа слушателей.

***Диалог с аудиторией*** инициирует все виды внимания.

В некоторых случаях помогает ***прямое указание*** на то, что рассматриваемый вопрос очень важен, пригодится в дальнейшем и т.п. Этот прием стимулирует волевое внимание, однако злоупотреблять им не стоит.

**Как завершать выступление**

Опытные лекторы считают, что лучше закончить выступление на минуту раньше, чем позже. Если выступление подходит к концу, и слушатели проявляют признаки утомления, лучше не "взбадривать" их различными приемами, а подумать о завершении выступления. Пауза, слова: "итак", "заканчивая выступление" и т.п. переключают внимание, оно получает дополнительный импульс и в зале обычно устанавливается тишина.

Достаточно типично для информационных речей заключение, в котором подводится итог сказанному.

В агитационных речах заключение несет большую нагрузку. Ведь надо, чтобы слушатели не только осмыслили, но и эмоционально "пережили" сказанное, чтобы это воодушевило их, подтолкнуло к действиям. Поэтому в убеждающих речах в заключении может еще раз прозвучать основная идея выступления – то, в чем оратор убеждал аудиторию, – но в яркой форме.

Подготовить заключение, как мы уже говорили, надо заранее, но так как ни одно выступление не происходит точно так, как предполагалось, ведь реакцию аудитории в точности предсказать невозможно, то заключение может отличаться от заготовленного. Например, вы хотели закончить яркой цитатой, но чувствуете, что она не будет воспринята. Лучше отказаться от нее и, быть может, ограничиться выводами и пожеланием аудитории.

Главное – заключение должно быть непосредственно связано с главной идеей выступления, быть естественным, подчеркивать связь оратора с аудиторией, быть мажорным, оптимистичным по духу.

**Реакция слушателей на выступление**

"В 90-е годы XX века, когда все привыкли с легкостью изменять ход событий одним нажатием на кнопку дистанционного управления телевизором, ничего не может быть хуже для оратора, чем мелькнувшая в голове у слушателя мысль: "Как скучно. Ничего не происходит. Пойду-ка я отсюда". Такой оратор безнадежно устарел!"

У слушателей естественны и такие мысли:

- Стоило ли мне сюда приходить?

- Скажет ли он хоть что-то, чего я не знаю?

 - Интересно, что он вообще за человек?

- Искренен ли он или говорит потому, что так надо?

- А может быть, ему просто выгодно это говорить?

- Что думают обо всем этом другие?

- Стоит ли мне записывать?

- Интересно, что они строчат (или почему они не пишут)?

- А пригодится ли мне это?

- Я действительно его понимаю, или мне это только кажется?

- Сколько еще времени это будет тянуться?

- А не вздремнуть ли мне?

- Кажется, что-то интересное пропустил... Что он сказал?

- А в общем-то он ничего.

- Во дает! Точно...

Эти мысли внимательный оратор читает во взгляде и позах слушателей. Язык телодвижений называют подсказкой для оратора. В зависимости от того, удалось ли оратору убедить аудиторию в справедливости своей точки зрения, различают положительную и негативную реакции слушателей.

К положительной реакции относятся:

1) одобрение позиции оратора;

2) переход на его позицию;

3) открытое выражение несогласия - конфликтная реакция, которая тоже желательна, так как дает возможность переубедить слушателя-оппонента.

Важно различать и негативные реакции. Это проявление недоброжелательного отношения к оратору и соглашательская реакция - формальное согласие, когда вас вроде бы и слушают, но ни интереса, ни протеста не проявляют. В этом случае информация усваивается пассивно, а точка зрения самого человека не меняется.

Существуют способы классификации реакции слушателей и по другим основаниям, например: по отношению к воспринимаемой информации; по умению понять смысл сообщения.

Наконец, возможно отсутствие всякой реакции на слова выступающего. Например, из-за состояния здоровья слушателя или потому, что он попал на выступление случайно. Направлять всю силу воздействия на таких слушателей не имеет смысла.

Об искусстве оратора судят по тому, сумел ли он "соглашателей" превратить в оппонентов, а оппонентов – в союзников. Последнее можно сделать, обратившись к слушателям с вопросом, побуждающим их высказать свое мнение. Иногда для выявления скрытой позиции провоцируют тайного оппонента на спор. Конечно, такой прием надо применять осторожно, лишь прекрасно владея искусством полемики, имея в запасе убедительные аргументы и будучи уверенным в том, что у собеседника спокойный характер.

В большой аудитории обычно наблюдаются все виды реакции, так как всегда есть вероятность того, что на выступление попал человек, которого эта тема вообще не интересует. Поэтому, если кто-то открыл книгу, или усиленно что-то пишет, хотя вы ничего, что следовало бы записать, не говорите, или погружен в свои мысли, не удивляйтесь и не корите себя. Выступление можно считать неуспешным, лишь если значительная часть собравшихся равнодушно молчит или откровенно мешает оратору.

Представим себе и такую ситуацию: подавляющее большинство слушателей согласно кивают. Может быть, им все это хорошо известно? Зачем тогда было выступать?!

**Ответы на вопросы**

Об эффективности выступления свидетельствует количество вопросов и их содержание. Обычно вопросы задают после выступления. Но позволительно это делать и в ходе его.

Ответы на вопросы могут исправить или испортить впечатление от выступления.

Уяснив вопрос, не спешите отвечать на него, не пытайтесь сообщить слушателям все, что вам известно по данному поводу. Нельзя превращать свой ответ в дополнительную лекцию! Ответ на вопрос должен быть предельно кратким.

Прежде всего определите, почему возник тот или иной вопрос.

Уточняющие вопросы задают любознательные слушатели с целью соотнести имеющиеся знания с новыми.

Разъяснительные вопросы возникают из-за неточности изложения или непонятливости слушателей.

Дополнительные вопросы выходят за рамки темы. Они свидетельствуют о том, что у слушателей появился интерес к проблеме.

Полемические вопросы обнаруживают несогласие с позицией выступающего. Они ценны тем, что позволяют изменить мнение одной из сторон.

Наконец, под видом вопросов некоторые слушатели высказывают свою точку зрения по какому-нибудь поводу.

Чтобы правильно реагировать на поставленный вопрос, необходимо уяснить его суть. Если вопрос сформулирован неясно, многословно, переформулируйте его и повторите вслух, предварительно уточнив: "Вы хотите узнать..." Если вопрос задан четко, но тихо, его необходимо повторить для всех.

Уточняющие вопросы всегда приятны.

На разъяснительные вопросы отвечать следует обязательно. Конечно, недопустимы реплики: "Я же об этом говорил!" или, что еще хуже: "Как же вы не поняли!"

На дополнительные вопросы ответить желательно. По крайней мере подскажите, где можно найти информацию.

Ответ на полемический вопрос иногда переходит в дискуссию. Если у оппонента есть единомышленники, дискутируйте в аудитории. В противном случае можно поспорить наедине. Никогда не уходите от вопросов, которые звучат как своеобразный вызов и связаны с желанием проверить позицию оратора. Ответ обязателен! Только сохраняйте выдержку и чувство юмора!

Если слушатель воспользовался правом задать вопрос для того, чтобы высказаться, нужно, спокойно выслушав его, сказать примерно следующее: "Спасибо за ценное дополнение".

Любые вопросы свидетельствуют о том, что выступление слушали. А это уже хорошо!

**Анализ проведенного выступления**

Хорошим оратором невозможно стать, только лишь освоив теорию из учебника. Самообладание, способность к импровизации, умение "читать" состояние слушателей и быстро реагировать на него, искусство отвечать на вопросы – все это совершенствуется от выступления к выступлению. И помогает в этом доскональный, по возможности объективный самоанализ каждого выступления. Его лучше вести в общей тетради, куда следует записывать все выступления.

Схема анализа выступления может быть такой:

• Место и время выступления.

• Тема.

• Уложился ли в отведенное время.

• Удачное в проведении выступления.

• Почему я считаю это удачным.

• Недостатки в проведении выступления.

• Почему возникли?

• Выводы (соотношение удач и недостатков).

• Реакция аудитории; реплики слушателей. Выводы.

• Вопросы.

• Мои ответы.

• Мой ответ, который может мне пригодиться в дальнейшем.

• Как бы я сейчас ответил на вопрос, с которым не справился в аудитории.

• Оценка выступления в целом.

• Мое настроение после выступления. А сейчас?

• Что мне следует делать, чтобы следующее выступление было еще лучше.

Любопытно читать свой дневник через некоторое время. Он дышит жизнью! Он учит жить, то есть совершенствовать себя.

**Занятие №14**

 ***Тема занятия:*** *Построение публичного выступления*

**Задание:** *Изучите теоретический материал и подготовьте публичное выступление на медицинскую тему.*

**Структура публичного выступления**

 Учение о порождении речи характеризует правила создания текста (речи). Эти правила составляют 5 классических элементов (идут еще от античной риторики), которые характеризуют, как воз­никает содержание речи, как оно (содержание) организуется и как это содержание, этот смысл получает словесное выражение. Та­ким образом, учение о порождении речи исследует путь от мысли к слову и включает:

**1.** Изобретение мысли (тщательная подготовка материала).

**2.** Расположение материала (план).

**3.** Запоминание (освоение материала).

**4**. Словесное выражение.

**5.** Произнесение материала.

Любое выступление начинается с темы, её формулировки.

**Фор­мулировка темы** должна удовлетворять ряду требований:

**1)** бытьконкретной и точной,

**2)** соответствовать основной идее и содержа­нию речи,

**3)** должна заинтересовать будущих слушателей.

 Тема может непосредственно выражать главную идею речи, иногда название темы даётся в виде вопроса, на который следует дать ответ («Что такое научно-техническая революция?»). Подобные названия рассчитаны на привлечение особого интереса слушателей.

 Любое выступление, любая публичная речь произносится с определенной **целью**. Цель содержит желаемый от выступления результат. В зависимости от цели подразделяются и виды речей:

* *информационные* (повествовательные, описательные, объяснительные);
* *агитационные* (воодушевляющие, убеждающие, побуждающие к действию);
* *развлекательные.*

Цель выступления нельзя отождествлять с темой. Ре­зультат от выступления не всегда бывает немедленно ощутимым, он может проявиться в будущем. Всё в выступлении должно быть подчинено достижению цели: и композиция, и иллюстративный материал, и стиль, и средства выразительности.

 При подготовке к выступлению следует иметь в виду, что любое публичное выступление состоит из трёх частей, которые в свое время были выделены Аристотелем («Риторика»): *вступления, основной части и заключения*. Марк Квинтиниан, античный автор «Двенадца­ти наставлений о риторике», выделил еще одну важную часть пуб­личного выступления – *обращение к слушателям*. Его цель – при­влечь внимание к оратору, расположить к нему аудиторию.

 Хорошее выступление определяется глубиной содержания (сутью) и формой изложения (стилем).

***Основные части публичной******речи***

**Вступление**

 Вступление, небольшое по объёму, обычно составляет 5 – 10% от всего времени выступления.

*Цели вступления:*

* Вызвать интерес;
* Овладеть вниманием аудитории;
* Установить взаимопонимание и доверие;
* Подготовить аудиторию к восприятию речи.

 *Формы вступления* могут быть различны. Например:

1. Оратор сообщает, какие вопросы он намерен раскрыть в речи.

2. Во вступлении подчеркивается, в чём состоит важность темы для слушателей.

3. Оживляет речь пример из художественной литературы, прове­дение аналогии между предметом речи и примером из литературы.

4. Используется цитата из официальных источников, докумен­тов, авторитетных авторов.

5. Задаётся риторический вопрос (т. е. вопрос, не требующий ответа).

6. Во вступлении используются риторические восклицания. Например, известно такое восклицание Цицерона: *«О времена! О нравы!».*

7. Приводится пример из местной жизни, из жизни слушателей и устанавливается аналогия с предметом речи.

8. Опытный оратор может привести пример из собственной жизни или анекдот, если они связаны с темой выступления и уместны в данной аудитории.

9. Иногда для привлечения внимания используют «шоковую» технику, т. е. начинают речь с фигуры парадокса (парадоксального утверждения) и раскрытия темы «от противного».

**Заключение**

Большую роль в любой речи играет заключение(конец речи).

*Цели заключения:*

* Суммировать сказанное;
* Сделать выводы;
* Усилить интерес к предмету речи;
* Закрепить впечатление от речи.

 Заключение составляет примерно 5% времени выступления. Оно (заключение) не должно содержать дополнительных новых све­дений, мыслей; должно дать возможность слу­шателям припомнить содержание речи (на слух не всё хорошо запоминается), должно «закруглить» речь. Главное требование к заключению: последняя «нота» должна быть высокой и жизнеутверждающей, должна активизировать слушателей, если даже речь шла о трудных вопросах, поэтому заключение может содержать призыв к какому-то действию. В заключении можно выразить бла­годарность слушателям за внимание.

**Основная (главная) часть**

Основная часть речи посвящается раскрытию темы и содержит изложение сведений, доказательства.

 *Цели основной части:*

* Сообщить информацию;
* Обосновать свою точку зрения;
* Убедить аудиторию;
* Побудить слушателей к конкретным действиям.

 Самые *частые ошибки*, допускаемые в основной части:

1) вы­ход за пределы рассматриваемого вопроса;

2) усложнение отдельных положений речи, когда они включают сразу несколько вопросов;

3) перескакивание с одного вопроса на другой;

4) большой круг рассматриваемых вопросов (в речи не должно быть более пяти основных положений, иначе вни­мание слушателей рассеивается).

*Способ раскрытия темы* (в риторике это обозначается терми­ном *изобретение*) должен содержать в себе следующие признаки:

* правильность
* новизну
* уместность

Все высказанные мысли должны быть логически связаны и вытекать одна из другой.

Общая цель аргументирующей речи – убедить аудиторию согласиться с говорящим в спорном вопросе, доказать правоту гово­рящего. Для этого чётко должен быть сформулирован *тезис* гово­рящего – «ответ на спорный вопрос», «способ решения пробле­мы». При этом оратор должен предполагать, как его тезис будет воспринят аудиторией, От этого зависит способ доказательств в речи (типы аргументов см. далее).

 Уже *во вступлении* надо:

 **а)** заинтересовать слушателей вопросом;

 **б)** расположить слушателей к себе.

Для этого существует несколько приёмов.

 1. Возможна похвала в адрес аудитории, но не слишком явная.

 2. Нужно показать, что оратор не намерен «давить» на аудито­рию, влиять на неё. Оратору следует показать свою объективность в решении вопроса, заинтересованность в общем согласии. Поэто­му необходимо избегать таких слов: *Вы должны*, *Вам придётся*, *я заставлю Вас* и т. п.

 Лучше употреблять слова и выражения, смяг­чающие категоричность речи: *вероятно, по-видимому, возможно* и т.п., риторические вопросы: *Можно ли предположить, что*.*?*, *Не лучше ли признать, что...?* и т. д.

**Основные виды аргументов**

В основной части как информирующей, так и аргументирующей речи, используются аргументы (довод, доказательство), поэтому эти два типа речей очень близки между собой.

Аргументы делятся на две группы:

 1) аргументы рациональные, или «аргументы по делу»;

 2) аргументы иррациональные (психологические), или «аргу­менты к человеку», «доводы к аудитории».

 К аргументам **рациональным** относятся:

 **а)** Факты. Ср.: Факты – упрямая вещь. Однако следует иметь в виду, что не всегда оратор располагает всеми данными. Чаще всего в распоряжении оратора (или спорящего) имеются только отдельные факты, они могут быть и типичными, и частными, а на их фоне делается общее заключение. Поэтому к аргументу-факту следует относиться критически, аналитически. Это касается и ста­тистических данных результатов социологических опросов, так как погрешности в методике сбора этих данных могут привести к иска­жению фактов, реальности.

 **б)** Обращение к авторитетам – один из распространённых ви­дов аргументов. При этом оратору следует знать, что в данной аудитории упоминаемые авторитеты действительно признаваемы, уважаемы.

 **в)** Законы, теории, аксиомы, традиционно принятые в данном обществе.

 К **иррациональным** аргументам относится обращение к чувствам, желаниям, интересам адресата. Эти аргументы чаще всего затрагивают чувство собственного достоинства собравшихся (присутствующие оцениваются как рассудительные, благородные, здравомыслящие люди, т. е. даётся положительная характеристика аудитории), материальные, социальные интересы публики, благополу­чие, свободу, привычки слушателей.

 Именно благодаря этому виду аргументов в дискуссиях часто переходят от дела «на лица», когда оценивается уже не предмет спора, а оппонент.

 Оба вида аргументов в риторике различаются по их силе и выделяются *исчерпывающие*, *главные* и *спорные* аргументы.

 *Исчерпывающие* аргументы, чаще всего один, – это такие ар­гументы, которые полностью доказывают правоту какого-то мне­ния, положения. Такие аргументы встречаются редко.

 *Главные* аргументы – это различные факты, убеждающие в реальности чего-либо. Теоретики судебной речи отмечают, что са­мые сильные аргументы должны быть даны в конце судебной речи.

 *Спорные* аргументы могут служить «за» и «против» доказыва­емой позиции.

 Подбирая аргументы для доказательства выдвигаемого поло­жения (тезиса), оратору необходимо помнить о требованиях к ар­гументам.

*Аргументы должны быть:*

* истинными
* непротиворечивыми
* доказанными независимо от тезиса
* достаточными

Если аргументы не являются истинными, это или специальный приём обмана слушателей (часто приём пропаганды), или их ис­пользование приводит к логической ошибке, которая называется *«ложное основание»,* или *«ложное заблуждение».*

Недостаточность аргументов приводит к тому, что положение, кото­рое следует доказать, не вытекает из приведённых аргументов. Истин­ность аргумента должна быть доказана независимо от тезиса. Наруше­ние этого правила приводит к логической ошибке *«порочный круг»,* когда тезис доказывается посредством аргументов, а аргументы явля­ются тезисом *(Бригада добилась успеха, потому что работала успешно).*

 Для оратора важно и то, насколько определённо, ясно, точно, непротиворечиво сформулирован выдвигаемый и защищаемый им **тезис**.

 Если тезис сформулирован не совсем определённо, он в споре может легко подменяться другим, его можно двусмысленно толковать, в результате очень часто наблюдается в дискуссиях ***«подмена тезиса»,*** когда переходят к обсуждению другой проблемы. Если ведётся дискуссия, то необходимо убедиться не только в точности, определённости собственного тезиса, но и тезиса, выдвинутого оп­понентом, убедиться, что тезис оппонента понимается точно.

 Неопределенность, общность формулировки тезиса может приво­дить и ко второй ошибке, которую часто допускают неопытные ораторы, — ***«потере тезиса»****,* когда оратор легко теряет главную нить рас­суждений и начинает говорить «вообще». Разновидностью *«подмены тезиса»* является *«фигура умолчания»,* т. е. замалчивание невыгодных фактов и событий. Это сознательная «ошибка» очень часто встречается в трактовке целых исторических периодов в развитии общества.

*Любое доказательство состоит из трёх элементов:*

* тезиса
* аргументов
* логической связки (формы логической связи) между тезисом и аргументами

**Занятие №15**

 ***Тема занятия:*** *Деловое общение*

**Задание**: *Изучите теоретический материал по теме и ответьте на вопросы:*

1. Что такое деловое общение?
2. Какие формы делового общения существуют?

3. Какая форма делового общения является наиболее распространенной?
3. Чем отличается прямое общение от косвенного?
4. Что такое техники общения?
5. Какие приёмы повышения эффективности общения существуют?
6. Какие виды эффективного слушания существуют?
7. На какие группы подразделяются аргументы?

**Деловое общение** – это процесс взаимодействия, при котором происходит обмен деловой информацией и опытом работы, предполагающим достижение определённого результата в совместной работе, решение конкретной проблемы или реализацию определённой цели.

Деловое общение реализуется в различных формах:

* деловая беседа
* деловые переговоры
* деловые совещания
* публичные выступления

Спецификой делового общения является наличие регламента, то есть подчинение установленным ограничениям, которые определяются национальными и культурными традициями, принятыми на данной территории, профессиональными этическими принципами, принятыми в данном профессиональном круге лиц.

Деловое общение условно делится на **прямое** (непосредственный контакт) и **косвенное** (когда во время общения существует некая пространственно-временная дистанция, то есть письма, телефонные разговоры, деловые записки и т.д.).

**Культура делового общения** предполагает:

* высокую коммуникативную культуру, то есть искусство говорить (в том числе публично) и слушать;
* умение объективно воспринимать и правильно понимать партнёра;
* умение строить отношения с любым партнёром, добиваясь эффективного взаимодействия на основе обоюдных интересов.

Стороны делового общения взаимосвязаны: умение правильно воспринимать и принимать партнёра или аудиторию помогает найти нужные доводы, а владение ораторским искусством – их изложить. Всё это необходимо для успешного делового контакта, в ходе которого проявляется умение взаимодействовать с партнёром: занять нужную психологическую позицию, преодолеть барьеры в общении, выйти на соответствующий уровень общения.

Культура делового общения предполагает знание и соблюдение норм делового этикета. Умение создать благоприятную атмосферу делового разговора способствует взаимопониманию и взаимодействию. Атмосфера взаимного доверия необходима для положительного исхода беседы. Недружелюбно настроенный собеседник будет отвергать и вполне разумные предложения, перенося на них своё негативное отношение к партнёру.

**Техники общения** – это приёмы повышения эффективности делового общения, основанные на психологических особенностях восприятия.

Рассмотрим психологические механизмы восприятия, на которых базируются техники общения.

Эффективное общение предполагает знание и использование правил и приёмов речевого воздействия.

**Приёмы повышения эффективности общения (техники общения)**

1. Успешность делового общения во многом зависит от **умения** **слушать** **собеседника**. Слушание – это сложный процесс, требующий навыков культуры общения. Неэффективное слушание не обеспечивает правильного понимания мыслей, чувств собеседника и обсуждаемой проблемы, не способствует установлению доверительных отношений между партнёрами по общению. Эффективное слушание способствует пониманию обсуждаемой проблемы и приводит к её решению.

Выделяют два вида эффективного слушания: рефлексивное и нерефлексивное.

**Нерефлексивное слушание** – это умение внимательно молчать, не вмешиваясь в речь собеседника своими замечаниями и комментариями. Внимательное молчание подразумевает слушание с использованием невербальных средств: кивков, мимических реакций и контакта взглядами. Используются речевые приёмы: «Ммм», «Да-да», «Да – я согласен», «Да – я понимаю» и т.п.

Нерефлексивное слушание необходимо в тех случаях, когда собеседник проявляет какие-то чувства (например, гнев), хочет обсудить волнующий его вопрос или желает высказать свою точку зрения.

**Рефлексивное слушание** – это процесс расшифровки смысла сообщений и установления активной обратной связи с говорящим.

Рефлексивное слушание позволяет устранить искажения информации в процессе общения, помогает точнее понять смысл высказываний собеседника.

2. На эффективность деловой коммуникации влияет **выбор языковых средств**. Необходимо ориентироваться на собеседника, говорить с партнёром на его языке.

3. **Подчёркивание общности** является эффективным приёмом общения. Общие интересы, позиции, даже общие проблемы и трудности помогают расположить к себе партнёра по общению. Рекомендуется быть скромным в самооценках и не навязывать собеседнику свою позицию в категоричной форме.

4. Говоря о повышении эффективности делового общения, нельзя обойти вниманием **аргументацию**. Аргумент – это логический довод, подтверждающий или опровергающий какую-либо мысль. **Аргументация** – это способ убеждения кого-либо посредством значимых логических доводов. Аргументы необходимы для доказательств и обоснований справедливости взглядов, намерений, занимаемой позиции в дискуссии. Они различаются по степени воздействия на ум и чувства людей и подразделяются на три группы: сильные, слабые и несостоятельные. Сила или слабость аргументов определяется не с позиции говорящего, а с позиции лица, принимающего решение на основе представленной информации. Сильные аргументы невозможно опровергнуть, разрушить. Они не вызывают критики, их нельзя не принимать во внимание. Слабые аргументы вызывают сомнение. Несостоятельные аргументы позволяют разоблачить, дискредитировать собеседника, использовавшего их.

**Правила аргументации и убеждения**

* ***Закон встраивания.*** Аргументы следует встраивать в логику рассуждений партнёра, не ломать логику собеседника.
* ***Закон минимализации аргументов.*** Человеческое восприятие ограничено, поэтому для убедительности количество аргументов не должно превышать трёх-четырёх.
* ***Закон диалектичности (единства противоположностей).*** Следует говорить не только о плюсах своих доказательств, но и о минусах. Это демонстрирует объективность, обезоруживает оппонента и придаёт вашим аргументам больший вес.
* ***Закон объективности и доказательности.*** Используйте те аргументы, которые принимает ваш собеседник. Не путайте факты и мнения.
* ***Закон демонстрации равенства и уважения.*** При аргументации демонстрируйте уважение к партнёру и его позиции.
* ***Закон постепенности.*** Не стремитесь быстро переубедить партнёра. Лучше это делать постепенно и последовательно.
* ***Закон этичности.*** В процессе аргументации не допускается неэтичное поведение: агрессия, высокомерие, обман, манипуляции.

**Деловая беседа** является наиболее распространённой и чаще всего применяемой формой делового общения.

Запомните, что *во время беседы ни в коем случае нельзя:*

- перебивать речь собеседника;

- негативно оценивать его высказывания;

- подчёркивать разницу между собой и партнёром;

- резко убыстрять темп беседы;

- избегать вторжения в личную зону партнёра;

- не желать понять психическое состояние партнёра в момент беседы.

*Деловая беседа состоит из пяти фаз:*

1. Начало беседы.
2. Передача информации.
3. Аргументирование.
4. Опровержение доводов собеседника.
5. Принятие решений.

В зависимости от назначения деловые беседы могут иметь цели:

- побудить работника, делового партнёра, клиента к определённым действиям;

- закрепить хорошие отношения с сотрудником;

- повысить удовлетворённость работника разными аспектами трудовой деятельности, содержанием работы, условиями труда, режимом деятельности и т.д.

- обеспечить коллективное сотрудничество в рамках отдела, фирмы, между организациями;

- обеспечить лучшее взаимопонимание.

**Занятие №16**

 ***Тема занятия:*** *Этические нормы служебных взаимоотношений*

**Задание**: *Изучите теоретический материал по теме и ответьте на вопросы:*

1. Какие требования необходимо соблюдать при официальном общении?
2. Что такое речевой этикет?
3. Какую основную функцию выполняет речевой этикет в деловом общении?
4. Что такое устойчивые формулы общения?
5. В какие тематические группы объединяются формулы общения?

6. В чём заключается проблема общеупотребительного обращения в неофициальной обстановке?

7. Чем отличается приказ от просьбы?

8. Какие выражения нужно использовать при отказе на просьбу?

Официальное общение протекает в служебном помещении — офисе, приемной, конференц-зале и т.д.

Официальное общение может быть и внутрикорпоративным, на­пример, протокольное деловое общение, представленное жанрами со­брания, совещания, совета руководителей.

Официальная обстановка требует соблюдения соответствующих этикетных норм речевого поведения:

• обязательного двустороннего Вы-общения по отношению к со­беседнику любой возрастной группы и любого социального положе­ния;

• строгого соблюдения этикетной рамки общения (слов приветст­вия и прощания);

• использования этикетных стандартных формул вежливости *("будьте добры", "будьте любезны", "разрешите мне ..."т.п.).*

***Речевой этикет*** – это выработанные обществом правила речевого поведения, обязательные для всех членов общества, национально-специфичные, устойчиво закреплённые в речевых формулах, но в то же время исторически изменчивые.

В установлении контактов деловых партнёров знание этих правил, практическое знание словесных форм учтивости, вежливости обретает особую значимость, поскольку успешность любых переговоров предопределяется, с одной стороны, их информационной насыщенностью и точностью постановки вопросов, а с другой – умением партнеров создать неконфликтную, доброжелательную атмосферу сотрудничества.

 Для делового общения важна прежде всего регулирующая функция речевого этикета: выбор формулы обращения и соответствующей тональности контакта регулирует характер отношений собеседников. Именно речевой этикет регулирует в языковых формах отношения: начальник — подчиненный, руководитель — рядовые участники и т. п. Выбранные средства обращения к партнёру (завершения контакта или привлечения внимания и пр.) должны вызывать нужную реакцию.

***Устойчивые формулы общения*** – типовые готовые конструкции, которые регулярно употребляются при общении. Такие формулы помогают организовать общение с учётом социальных, возрастных и психологических факторов, а также сферы общения. Они достаточно легко группируются тематически. Назовём некоторые из них и представим речевые формулы, наиболее характерные для официально-делового общения.

 ***Знакомство***

В официальной обстановке принято такое начало знакомства:

*- Разрешите (позвольте) с Вами познакомиться!*

*- Позвольте представиться!*

Говорящий как бы просит предварительное разрешение вступить в контакт, назвать себя. Такие речевые формулы не только отражают желание познакомиться, но исключают категоричность, оставляют за партнером право согласия/несогласия (весьма условное: говорящий не ждёт ответа). Во второй формуле оттенок официальности выражен более ярко. Далее говорящий называет свою ***фамилию, имя, отчество*** (лучше именно в такой последовательности и в именительном падеже):

*- Иванов Борис Фёдорович,*

 Возможно использование глагола «зовут» — и тогда предложение лучше расчленить:

- *Меня зовут Ирина Сергеевна* (возможен родительный падеж — *Ириной Сергеевной*), *моя фамилия — Иванова* (именит. п.).

 Далее называется ***профессия, должность, место работы***:

- *Менеджер компании «Таймс».*

 Если знакомство предваряет деловые контакты, в которых говорящий уполномочен представлять определенную организацию, следует добавление:

- *Я представляю фирму «Салют»...*

- *Я уполномочен вести переговоры от имени ...*

 В ситуациях делового общения будущих партнеров часто представляет друг другу посредник:

*- Познакомьтесь, пожалуйста...*

*- Разрешите вас познакомить...*— называется имя, фамилия, отчество каждого из знакомящихся (в именительном падеже).

 Вариант: те, кого знакомят, поочерёдно называют друг другу свою фамилию, имя, отчество.

 В случае представления одного человека группе лиц:

*- Разрешите вам представить нового сотрудника…*

*- Позвольте познакомить вас ...*

 Как правило, посредник определяет роль каждого из знакомящихся в предстоящем общении (разовом или более длительном, постоянном):

- *Познакомьтесь, пожалуйста..., представитель фирмы «Салют», член правления акционерного общества.*

 В ответной реплике важно подчеркнуть удовлетворенность по поводу состоявшегося знакомства:

- *Очень приятно!*

*- Очень рад!*

*- Очень рад с Вами познакомиться* (возможно добавление имени-отчества нового знакомого).

 Реплика может быть расширена:

- *Мне очень приятно, что мы познакомились...* и т.п.

 Как правило, деловое знакомство предполагает обмен визитными карточками:

- *Позвольте вручить Вам мою визитную карточку.*

*- Мои «координаты» указаны в визитной карточке.*

 Бе­седа и знакомство начинаются с обращения, но для того, чтобы разговор не шёл обезличенно, нужно чаще исполнять «мелодию» обращения: именно она показывает собеседнику, что он как личность вам интересен. А это самый простой путь достижения взаимопонимания.

 ***Обращение*** — элемент речевого этикета, связанный с началом общения, который выражается в адресации к собе­седнику по имени, отчеству, фамилии, должностному или профессиональному признаку. Можно равнодушно сказать «Здравствуйте», кивнуть головой и пройти мимо. Но лучше поступить иначе – сказать, например, «Здравствуйте, Александр Васильевич!», тепло улыбнуться ему и остановиться на несколько секунд. Такое приветствие подчёркивает ваши добрые чувства к этому человеку, он поймёт, что вы цените его, да и звучание собственного имени – приятная мелодия для любого человека.

 Обращение без имени – обращение формальное: будь то подчинённый или начальник, сосед по лестничной площадке или попутчик в общественном транспорте. Обращение по имени, а ещё лучше - по имени и отчеству – это обращение к личности. Произнося имя, отчество, мы подчёркиваем уважение человеческого достоинства, демонстрируем душевное расположение. Такое приветствие говорит о культуре человека.

 Обращение имеет несколько целей. *Во - первых*, это обычное выражение вежливости и оказание уважения собеседнику. *Во - вторых*, это указание на то, что конкретная информация будет направлена тому, кому адресовано данное обращение. *В - третьих*, обращение снимает обезличивание, т. е. показывает заинтересованность в личности другого как в субъекте делового или иного общения. *В-четвёртых*, обращение вызывает положительные эмоции у собеседника и соответственно чувство удовлетворения от них, и, как следствие, обращение формирует чувство взаимной симпатии, расположения. Согласно этому, обращение — не просто элемент речевого этикета, следование долгу вежливости, а также и психологический приём управления общением. Прямое обращение к собеседнику — по имени или имени и отчеству создаёт доверительный контекст деловой беседы. Косвенными обращениями могут служить упоминание заслуг собеседника, включение в беседу таких выражений:

*- Как вам известно, Иван Иванович,…*

*- Очень приятно было ознакомиться с вашим мнением по этому вопросу, Николай Степанович,…*

*- Уверен, Мария Ивановна, что вас это не оставит равнодушной*… и т. п.

Общение предполагает наличие ещё одного слагаемого, ещё одного компонента, который проявляет себя в области социальных отношений и является универсальной формой обращения, употребление которого предписано обществом в целом. Это такие слова, как *господин, госпожа, господа, товарищ, товарищи, гражданин, гражданка, граждане, коллеги и* т.д. Норма употребления и сама форма такого обращения окончательно не установлены, вызывают разногласие, являются больным местом русского речевого этикета. Поэтому на встречах, собраниях люди иногда испытывают чувство внутреннего дискомфорта, поскольку не знают, как обратиться друг к другу.

 На улице, в магазине, в городском транспорте всё чаще слышится обращение *мужчина, женщина, дед, отец, бабуля, парень, тётенька, дяденька.* Подобные обращения не являются нейтральными. Они могут восприниматься адресатом как неуважение к нему, даже оскорбление, недопустимое фамильярничание. Отсюда возможны грубость в ответ, выражение обиды, ссора.

 В последнее время обращение *господин, госпожа* воспринимаются как норма на заседаниях Думы, в передачах по телевидению, на различных симпозиумах, конференциях. Параллельно с этим на встречах представителей власти, политических деятелей с народом, а также на митингах выступающие с речью стали использовать обращения *россияне, сограждане, соотечественники.* В среде государственных служащих, бизнесменов, предпринимателей, преподавателей вузов нормой становиться обращение *господин, госпожа* в сочетании с фамилией, названием должности, звания. Трудности возникают в том случае, если директор, профессор – женщина. Как в таком случае обратиться: *господин профессор* или *госпожа профессор*?

 Обращение *товарищ* продолжают использовать военные, члены партий коммунистического направления, а также рабочие многих заводских коллективов. Учёные, преподаватели, врачи, юристы отдают предпочтение словам *коллеги, друзья*. Обращение *уважаемый, уважаемая* встречается в речи старшего поколения.

 Слова *женщина, мужчина*, получившие распространение в последнее время в роли обращения, нарушают норму речевого этикета, свидетельствуют о недостаточной культуре говорящего. В таком случае предпочтительнее начинать разговор без обращений, используя этикетные формулы: *будьте любезны…, будьте добры…, извините…, простите….*

Таким образом, проблема общеупотребительного обращения в неофициальной обстановке остаётся открытой.

 ***Приветствие и прощание***

 Особенность употребления этих речевых формул состоит в их сочетании с невербальными средствами (жест, улыбка и пр.), выражающими внимание, доброжелательность, готовность к контакту. Для делового общения характерны стилистически нейтральные приветствия (*здравствуйте, добрый день*) и стереотипы прощания (*до свидания*). Возможно употребление стилистически повышенных формул:

- *Приветствую Вас!*

*- Позвольте попрощаться...*

 При обращении к аудитории, даже небольшой:

*- Господа! Разрешите (позвольте) приветствовать вас!*

 При межличностном общении некоторую сложность могут представлять этикетные особенности невербального общения и использование реплик, уточняющих и дополняющих формулы приветствия или прощания вопросами, которые должны подчеркнуть интерес говорящего к собеседнику.

 Так, *первым* должен произносить приветствие:

- человек, вошедший в помещение (по отношению к присутствующим);

- младший по возрасту (по отношению к старше­му);

- мужчина (по отношению к женщине);

- подчиненный (по отношению к начальнику).

 Рукопожатие, как дополнительная невербальная форма приветствия и прощания, используется в зависимости от степени знакомства собеседников и от ситуации общения.

 Предписание этикета: мужчина не может первым подать руку женщине. Воспользоваться ли этой формой приветствия — решает женщина.

 Достаточно знакомые между собою люди при встрече после приветствия обычно задают вопросы о делах, о здоровье, о семье собеседника. Сколько вопросов целесообразно задать? Насколько подробными могут быть ответы? Напомним об одном из постулатов общения — постулате количества информации: сообщается столько, сколько нужно для данной цели общения. В данном случае цель — приветствовать и выразить общие знаки внимания («*Мне небезразлично ваше самочувствие»* и пр*.*).

 Следовательно, вопросы о самочувствии и делах — по существу дань этикету и лучше дать краткие и нейтральные варианты ответа:

*- Как дела?*

*- Не могу пожаловаться... (нормально..., вроде бы ничего* и т. д.) — И в свою очередь задать собеседнику один - два аналогичных вопроса.

 ***Поздравление, благодарность***

 Значение слов «поздравляю», «благодарю» закреплено устойчивой формой употребления глагола и определяется как одновременный акт и речи, и действия. При этом можно, например, пожать собеседнику руку, что будет уже дополнительным оттенком действия.

 В деловом общении употребляется как нейтральная форма речевых единиц, так и стилистически повышенная (особенно в письменной речи). Выбирается тот вариант, который наиболее приятен, предпочтителен для собеседника:

*- Разрешите мне поздравить (передать поздравления от имени...);*

*- Позвольте мне поблагодарить (выразить благодарность);*

*- Примите нашу благодарность (наши поздравления);*

*- Не могу не поблагодарить за ...*

 То же можно сказать и об ответных формулах благодарности:

*- Я признателен (признательна) за внимание... (за поздравление; ... за то, что...)*

*- Примите мою благодарность (за что?) ...*

 Вариант усиления экспрессивности речевых единиц:

*- Я Вам очень, (глубоко, чрезвычайно) признателен (благодарен).*

*- У меня не хватает слов, чтобы отблагодарить Вас...*

 Выражение благодарности, усиленное комплиментом:

*- Спасибо. Вы очень внимательны.*

*- Благодарю Вас. Вы так любезны.*

Однако в ситуациях повседневного делового общения **поздравления** стилистически нейтральны:

*- Вас можно поздравить с завершением работы?*

*- Примите поздравления: наш проект принят.*

Этикет делового общения предполагает **благодарность** (сдержанно-корректную, а не эмоциональную) в ответ на положительную оценку вашей деятельности:

*- Благодарю. Мне очень приятно (я рада) слышать такой отзыв о своей работе; слышать такие слова (о чем?)*

 Наиболее же распространённая форма благодарности — обычное и самое традиционное для русского этикета «спасибо», используемое в самых различных ситуациях:

*- Спасибо за помощь (за совет, за предостережение).*

*- Спасибо за внимание.*

 Употребление последней формулы соотносится прежде всего с ситуацией официального предоставления участнику общения слова или права задать вопрос докладчику или лицу, проводящему пресс-конференцию.

 Закончив выступление, говоривший благодарит за внимание аудиторию:

*- Спасибо (благодарю) за внимание.*

 Задавая вопрос, говорящий заранее благодарит за ответ, поскольку слово ему предоставляется только один раз (поблагодарить отвечавшего после ответа он не сможет):

*- Как вы думаете... (формулировка вопроса)? Спасибо.*

 ***Комплимент***

 Комплимент — элемент речевого этикета, в котором содержится некоторое преувеличение положительных качеств человека. Механизм комплимента включает в себя следующее: произнесение приятных слов, преувеличивающих качества собеседника, вызывание у него чувства удовлетворения, образование положительных эмоций, создание расположения к себе или кобсуждаемому вопросу, что настраивает собеседника на дальнейшее сотрудничество.

 При выслушивании комплимента срабатывает также психологический феномен внушения, вследствие чего человек старается «дорасти» до качеств, подчёркнутых в комплименте.

 Принято делать комплименты женщинам, ибо им это нравится. На самом деле выслушивать комплименты (но не лесть!) любят все, просто реакция мужчин бывает не так заметна. Слабость к комплиментам объясняется тем, что комплимент удовлетворяет важ­нейшую психологическую потребность человека — по­требность в положительных эмоциях. Собеседник, удовлетворяющий эту потребность, становится желан­ным собеседником.

 Многие люди испытывают положительные эмоции, выслушивая ***лесть*** в свой адрес. Однако в деловом общении предпочтительнее именно ***комплименты, имеющие следующие существенные отличия от лести*:**

- лесть, как правило, прямолинейна, однозначна, проста и понятна, комплимент же предполагает разночтение, в ходе которого человек сам домысливает суть высказанного;

- лесть подразумевает чрезмерное преувеличение положительных качеств личности, чаще всего приписывание достоинств, которых нет, комплимент же лишь опосредованно указывает на наличие у человека ряда положительных качеств;

- комплимент способен вызвать у собеседника приятные чувства; лесть по своей природе может вызвать отторжение и спровоцировать обратную реакцию:

лесть грубее и имеет больше шансов быть отвергнутой из-за неправдоподобности.

 Комплиментарное воздействие в деловом общении требует определённого искусства.Существуют особые ***требования к комплименту.*** Основными из них являются следующие:

- сосредоточить внимание не на внешних достоинствах со­беседника, а на его внутренних, душевных качествах;

- выделить не очевидные, а скрытые достоинства собеседника (чем больше скрытых достоинств удаётся подчеркнуть в партнёре, тем более искренними покажутся ему слова собеседника);

- быть искренним при высказывании комплимента (или хотя бы убедительно производить впечатление искрен­ности);

- строить комплимент на фактической основе, при этом ис­пользовать в нём факты, известные обоим партнёрам;

- быть кратким при высказывании комплимента (комплимен­тарное высказывание должно содержать одну-две мысли, не более, простая конструкция заведомо будет понята);

- не включать в комплимент поучений (комплимент дол­жен констатировать наличие характеристики, а не содер­жать рекомендации по её улучшению);

- в комплименте не должно быть двусмысленных оборотов, двусмысленность может вызвать совсем не те чувства и ас­социации, на которые рассчитывает автор комплимента;

- следует лишь немного преувеличивать отражаемое в ком­плименте положительное качество (большое преувеличе­ние может быть воспринято как издевательство);

- не следует делать комплимент относительно тех качеств, от которых человек хотел бы избавиться;

- следует использовать такой эффективный приём, как комплимент на фоне антикомплимента самому себе (усиленное воздействие этого комплимента связано с тем, что он вызывает удовлетворение сразу двух потребностей собеседника: потребности в усовершенствовании какой-то своей черты характера и потребности в удовлетворе­нии своей установки на критику партнёра по деловому разговору); такой контрастный метод побуждает собеседника к ответной любезности, а обмен любезностями— хорошее начало любого разговора (во всяком случае, лучше, чем обмен колкостями и нападками);

 - быть максимально конкретным при высказывании комплиментов, конкретные и персонифицированные комплименты кажутся людям более искренними и откровен­ными; для этой цели, в частности, следует использовать слова «потому что...» с последующим описанием очевид­ных наблюдений:

 Делая комплименты, следует учитывать половозрастные особенности собеседника.

 Так, *для молодых людей* небезразлично, насколько они раскрепощены, имеют ли собственное мнение, в престижном ли учебном заведении учат­ся или учились, независимы ли от родителей, насколько привлекательны, име­ют ли жизненный опыт.

 *Для взрослых людей* значимы социальный статус, успешность деятельности, наличие результатов профессионального труда, здоровье, имидж и многое другое, что может и должно стать предметом искреннего восхищения.

 *В пожилом возрасте* ценностные ориентации во многом объективно меняются, например, для бабушки или дедушки быва­ют очень важны: успехи их детей, признание окружающими накопленного опыта, желание передать этот опыт своим последователям и др.

 *Для муж­чины* особо значимы его умственные способности, финансовое положение, успешность карьеры, социальный статус, целеустремленность, решитель­ность и ряд других качеств, которые в идеале должны составлять имидж преуспевающего мужчины.

 *Для женщины* значимы внешний вид, красота лица и фигуры, женственность, образование, финансовое положение (соб­ственное или мужа), карьера (для бизнес-леди), внутреннее обаяние и еще очень многое, на что следует умело обращать внимание, когда объектом комплиментов является женщина).

 Следует обратить внимание на то, что желаемый эффект до­стигается не только при использовании *явных, но и* ***скрытых комплиментов*** (под скрытыми комплиментами понимаются такие, которые, неявно влияя на собеседника, создают атмосферу доверия во взаимоотношениях).

 К числу скрытых комплиментов можно, в частности, отнести:

- проявление искреннего интереса к собеседнику (чтобы интерес был действительно искренним, важно постараться найти в человеке то, что на самом деле по-человечески интересно: что-то из его биографии, работы, событий, свидетелем которых он был, хобби и др.);

- частое упоминание имени собеседника (запомнивший имя собеседника демонстрирует по отношению к нему нечто большее, чем просто уважительное отношение).

 Как часто надо говорить комплименты? Как можно чаще. Любому, кто хоть в какой-то степени достоин доброго слова. Именно практикой достигается лёгкость и непринуждённость комплимента, что делает его естественным и неотразимым.

 Люди обычно принимают комплименты благосклонно, ибо всякому приятно уже то, что ему говорят что-то хорошее, и легко прощают возможные промахи, особенно если не будет посторонних свидетелей. Поэтому учиться делать комплименты лучше один на один. Однако если комплимент хорош, то большее впечатление он производит, когда делается при свидетелях.

 Поскольку мужчины не особенно избалованы комплиментами, то они и менее требовательны к их качеству. Вот почему тренироваться в этом искусстве лучше на мужчинах.

 Очень полезно для начала поставить себе задачу: ни дня без комплимента! Ибо комплимент начинается с желания его сказать. Найдите, что лично вам нравится в собеседнике, что вы хотели бы позаимствовать у него. И скажите об этом. Например, вы видите, что хозяин кабинета разбираеткучу бумаг на столе. Почему бы вам не посочувствовать ему:

 *- Ну и много же у Вас дел! Столько сил отнимают! А Вы при этом ещё и выглядите отлично.*

 Готовясь к деловому разговору, целесообразно заранее подготовить небольшой набор комплиментов для разных случаев, ситуаций, людей.

Присматривайтесь к тому, как люди работают, и не упускайте случая выразить им своё одобрение. Скажите им негромко:

*- Ловко это у вас получается!*

Даже если вы стеснительны, преодолейте себя и всё-таки скажите.

 Простота (если не примитивность) описанных сюжетов тем не менее не говорит о неэффективности комплимента. Мы отвыкли говорить друг другу приятное, и каждый внутренне готов услышать грубость. Хороший комплимент по душе человеку, лицо его озаряется улыбкой. Хорошее настроение и улыбка имеют приятное обыкновение передаваться собеседнику. Вы тоже непроизвольно улыбнётесь, ваше настроение тоже улучшится. Так что польза здесь всем.

Успехов вам на этом поприще!

 ***Просьба, совет***

Речевые единицы этих тематических групп обозначают побуждение к действию и требуют ответных реплик (прежде всего—согласие / несогласие).

Следует сразу оговорить разграничение: приказ и просьба. Приказ — это официальное распоряжение того, кто облечён властью. Речевое оформление приказа принято только в сфере делового общения, но и здесь следует сделать оговорку: в полной мере это относится к письменным деловым распоряжениям. В устной речи, в повседневном деловом общении и языковые средства и интонации приказа следует исключить: негативный характер воздействия такого обращения к подчинённым очевиден. Официальное распоряжение с достаточным основанием можно назвать просьбой, вы­полнение которой обязательно. Это соответственно отражается в речевых формах:

*- Прошу вас написать ответ на это письмо.*

*- Подготовьте, пожалуйста, отчёт... и т.п.*

 Общепринятое понятие «просьба» — это обращение к кому-либо, призывающее удовлетворить какие-нибудь нужды, желания и побуждающее к действию.

 Основной формой выражения просьбы (как и совета) является повелительное наклонение глагола (*напишите об этом; поставьте вопрос* и пр.). Слова вежливости (*пожалуйста, будьте добры*) используются в деловой речи значительно реже, чем в обиходно-разговорной («*Будьте добры, переделайте это*» — в устах вышестоящего может звучать иронически). В обращении к коллеге, равному по возрасту, по служебному положению использование таких конструкций естественно:

*- Будьте любезны, передайте мне...*

*- Пожалуйста, позвоните ...*

*- Будьте добры, пригласите к телефону...*

Достаточно устойчивая форма официальной просьбы — сочетание глагола «прошу» с инфинитивом — используется прежде всего в ситуациях коллективного общения:

*- Прошу желающих выступить.*

*- Прошу предоставить мне слово.*

*- Просим соблюдать тишину.*

 В этих случаях возможно употребление и существительного «просьба» + инфинитив:

*- Просьба соблюдать регламент.*

*- Просьба не затягивать представление отчётов.*

 Оттенок некатегоричности, желательности придаёт просьбе использование глаголов в сослагательном наклонении:

*- Мне бы хотелось, чтобы Вы написали о ...*

*- Было бы хорошо, если бы Вы сделали...*

 Подобное выражение просьбы как бы означает, что говорящий предполагает возможные возражения и готов их выслушать (такие ситуации тоже нередки, и хороший руководитель должен это учитывать).

 Некатегоричность просьбы подчёркивается формулами:

*- Приходите завтра, если это удобно для Вас (если это Вас устраивает).*

*- Если Вы не возражаете, я попрошу Вас ...*

*- Разрешите попросить Вас ...*

Этикетные формы некатегоричной просьбы и совета сравнительно близки по значению и речевым средствам. Различие состоит в том, что при просьбе результат речевого действия направлен в пользу говорящего, просящего:

*- Прошу Вас сделать... (Я в этом заинтересован);*

а при совете результат направлен в пользу собеседника:

*- Советую Вам... попробуйте сделать так (это в Ва­ших интересах).*

Обращаться к собеседнику с советом стоит в том случае, когда он ожидает совета, нуждается в нём. Однако нередко люди спрашивают совета только для того, чтобы утвердиться в уже принятом решении. Поэтому, прежде чем советовать, необходимо получше разобраться в ситуации. Совет должен звучать тактично, ненавязчиво и убедительно, важна аргументация: почему следует поступить так, а не иначе.

 Не меньшего такта требует и ответ: выражение согласия (несогласия — тем более), благодарности за совет.

Здесь в речевых конструкциях преобладают глаголы в форме условного наклонения, передающие побуждение в мягкой, подчёркнуто некатегоричной форме:

*- Хотелось бы Вам посоветовать...*

*- Позволю себе посоветовать Вам ...*

*- Почему бы Вам не поехать ...*

 Особенно рекомендуется использовать такие формулы речевого этикета, которые привносят в совет (или просьбу — здесь граница между ними по существу стёрта) оттенок обсуждения с собеседником:

*- Как Вы относитесь к тому, чтобы...*

*- Как Вы смотрите на то, чтобы...*

*- Не будете ли Вы против того, чтобы ...*

 Вежливость просьбы или совета обеспечивается и вопросительными конструкциями:

*- Не хотите ли Вы принять участие (в чём?) ...?*

*- Не могли бы Вы ответить на этот вопрос?*

 ***Согласие, отказ***

 Согласие, разрешение формулируется следующим образом:

*- Сейчас (незамедлительно) будет сделано (выполнено).*

*- Пожалуйста (разрешаю, не возражаю).*

*- Согласен отпустить вас.*

*- Согласен, поступайте (делайте) так, как вы считаете нужным.*

Если на просьбу предстоит ответить отказом, то он должен прозвучать приветливо и спокойно. Для этого необходимо выдержать небольшую паузу перед ответом. Отказ будет не мгновенной реакцией, в которую невольно вкладывается раздражение и неприязнь, а взвешенным решением. Ведь людей чаще всего обижает не столько отказ, (он огорчителен, но оставляет надежду), сколько сопутствующая ему несправедливая незаслуженная враждебность (тут-то никакой надежды не остаётся). Большинство собеседников поймёт, что у вас есть причины для отказа, и не станет задавать лишние вопросы. Кстати, на эти «лишние вопросы» надо иметь готовый вежливый ответ:

*- Поверьте, это не мой каприз. Рад бы, но не смогу.*

 При отказе используются выражения:

*- (Я) не могу (не в силах, не в состоянии) выполнить вашу просьбу.*

*- В настоящее время это (сделать) невозможно.*

*- Поймите, сейчас не время обращаться с такой просьбой.*

*- Простите, но мы (я) не можем (не могу) выполнить вашу просьбу.*

***Извинение***

 Степень серьёзности проступка, за который следует принести извинения, может быть самой различной. В деловом общении это может быть опоздание на заранее назначенную встречу, несвоевременное выполнение обещания или просто — непродуманные слова, доставившие неприятность другому человеку. Причины могут быть также различными: и объективными (болезнь, нарушения в работе транспорта и т. п.), и субъективными (просто забыл). Конечно, нужно быть пунктуальным, но ... избежать таких ситуаций практически невозможно — значит, нужно сразу же попытаться сгладить неловкость, не допустить воз­никновения конфликта. Нужно принести извинения в той форме, которая наиболее уместна в данном случае. И если в отношениях личных ещё возможны какие-то сомнения или отсрочки, то своевременные корректные извинения в сфере деловых отношений — аксиома.

 Языковые средства выражения речевого этикета зависят как от степени проступка, так и от степени официальности ситуации. Например, наиболее употребительная формула извинения за незначительный проступок:

*- Извините (извините, пожалуйста) (за что?) за опоздание, за беспокойство...*

*- Прошу извинить меня (приношу свои извинения)* - формула для обращения к группе лиц.

 Оттенок усиления официальности содержится в речевых формулах:

*- Приношу свои (свои глубокие) извинения.*

*- Я должен извиниться перед Вами (принести извинения).*

*- Я не могу не принести извинения Вам.*

*- Разрешите извиниться перед Вами.*

*- Разрешите извиниться за ...*

Наконец, наиболее серьёзные проступки (невыполнение данного слова, тем более, нарушение обязательства) требуют извинения в развёрнутой форме (возможно — письменного) с уточнением причин, из-за которых обещание не было выполнено:

- *Разрешите принести извинения по поводу (чего?)…*

*- Убедительно прошу извинить меня: я не смог выполнить своего обещания, поскольку должен был срочно выехать в командировку.*

 При указании причины используются такие предлоги, союзы, союзные слова: *так как, потому что, из-за того, что* и др.

 В письменной речи используются обороты, характерные только для официально - делового стиля, имеющие следственное значение:

*- Я не смог этого сделать ввиду того, что... (в связи с тем, что) совещание было неожиданно отложено.*

Естественно, извинения не следует откладывать, а ещё лучше — предупреждать ситуации, в которых может произойти нечто непредвиденное для партнёра (исключить повод для последующих извинений, сделав это заблаговременно). Например, если вы не успеваете прийти на встречу или предполагаете, что можете опоздать — позвоните человеку, с которым встреча назначена:

*- Прошу меня извинить: я не смогу быть у вас в 12 часов. Если можно (если это для вас удобно), перенесём время встречи на полчаса позже?*

*- Это возможно. Итак, встречаемся в 12.30. Благодарю Вас за звонок.*

Так принято отвечать на извинение-предупреждение.

В большинстве ситуаций небольших проступков ответа на извинение при личном общении просто не требуется: кивок головою или одобрительный взгляд подскажут собеседнику, что вы не сомневаетесь в непреднамеренности случившегося и что его извинение принято. Наиболее часто употребляемые ответы:

*- Пожалуйста.*

*- Не стоит извинения.*

Реакция на извинение по телефону (тем более, на письменное извинение) должна прозвучать, поскольку партнёр ждёт этого, но и здесь ответ должен быть корректным и немногословным:

*- Я принимаю ваши извинения.*

 Общение – это сложная деятельность, по крайней мере, двух партнеров. Поэтому учёт не только собственных интересов говорящего, но и постоянное внимание к собеседнику, к его особенностям и нуждам – важное условие подлинного общения.

 Язык даёт в наше распоряжение в каждой ситуации речевого общения несколько синонимичных форм, и мы вольны выбрать наиболее подходящую. Речевой этикет задаёт нам те рамки речевых правил, в пределах которых должно проходить общение.