


МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тульский государственный университет»

Медицинский институт
Кафедра «Психиатрия и наркология»

Утверждено на заседании кафедры
«Психиатрия и наркология»
«26» января 2021 г., протокол № 6

Заведующий кафедрой
 Д.М. Иващенко

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
к самостоятельной работе
по дисциплине (модулю)
«Психология лидерства и командной работы»**

**основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы бакалавриата**

по направлению подготовки
54.03.01 Дизайн

с направленностью (профилем)
Дизайн интерьера

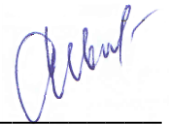
Форма обучения: очная

Идентификационный номер образовательной программы 540301-02-21

Тула 2021 год

Разработчик методических указаний

Иващенко Д.М., зав. кафедрой ПИН, к.м.н., доцент
(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)



(подпись)

1. Синдром эмоционального выгорания (СЭВ).

Синдром эмоционального выгорания – это комплекс симптомов, характеризующийся постепенной утратой эмоциональной вовлеченности в деятельность, нарастанием умственной и физической усталости, личностной отстраненности от содержания труда. Проявляется равнодушием к работе, формальным выполнением должностных обязанностей, негативизмом в отношении коллег, клиентов, пациентов, невротическими и психосоматическими расстройствами. Диагностикой синдрома занимаются психологи и психиатры, используется метод беседы, а также ряд специфических опросников. Лечение проводится методами психотерапии.

Понятие «синдром эмоционального выгорания» введено в психологию американским психиатром Г. Фрейденбергером в 1974 году. Синонимичные названия – эмоциональное сгорание, перегорание, психическое выгорание, профессиональное выгорание. Синдрому подвержены специалисты, работа которых предполагает постоянное глубокое взаимодействие с людьми. В группе риска находятся врачи, психологи, учителя, преподаватели, социальные работники, спасатели, служащие правоохранительных органов. Распространенность СЭВ среди таких специалистов достигает 80-90%. Эмоциональное выгорание чаще выявляется у работников, стаж которых превышает 10 лет. Существует гендерная предрасположенность, в числе больных преобладают женщины.

Причины

Факторы, способствующие развитию СЭВ, активно исследуются клиническими и социальными психологами, психиатрами, кадровыми специалистами. Установлено, что ведущую роль играют психологические особенности и общее состояние здоровья человека, содержание и организация процесса труда. Причины эмоционального сгорания могут быть распределены на три группы:

Личностные. Отсутствие мотивации к выполнению деятельности может быть связано с неоцененностью работы, недостатком автономности (свободы действий). Эмоционально сгорающими чаще оказываются люди, склонные к сочувствию, проявлению гуманности, увлекающиеся, сопереживающие, одержимые навязчивыми идеями.

Организационные. Вероятность развития синдрома увеличивается при отсутствии четких обязанностей и справедливого распределения ответственности. Зачастую в коллективах повышена конфликтность и конкуренция, совместные усилия не согласованы, существует дефицит времени и/или материальных ресурсов, успешный результат достигается редко.

Содержательные. Синдрому выгорания способствует напряженная психоэмоциональная деятельность. Она включает различные виды личностного взаимодействия, переработку и интерпретацию сложной информации, принятие решений, несение ответственности за результат. К

особой группе относится трудный контингент, с которым необходимо работать – тяжелобольные, правонарушители, конфликтные клиенты.

Патогенез

Эмоциональное выгорание обычно связывают с определенными профессиями, однако данному синдрому также подвержены домохозяйки, молодые мамы, творческие личности. Патогенетические механизмы частично совпадают с таковыми при развитии стресса, организм испытывает постоянное продолжительное воздействие неблагоприятных факторов. На первом этапе разворачивается фаза сопротивления – используются физиологические и психологические резервы (изменяется уровень активации ЦНС, выработка гормонов), человек чувствует напряжение, но успешно с ним справляется. Интерес и удовлетворенность работой сохранены.

Второй этап – фаза истощения. Утрачивается способность организма противостоять стрессу, негативные факторы (организационные, содержательные, личностные) приводят к нарушениям на физиологическом и психологическом уровне. Снижается мотивация, заинтересованность деятельностью, нарастает подавленность настроения, раздражительность. На третьем этапе истощение проявляется стойкими эмоциональными и соматическими расстройствами: развивается депрессия, обостряются хронические болезни, возникают новые заболевания на психосоматической основе.

Классификация

СЭВ рассматривается исследователями как многокомпонентный и поэтапный процесс. Классификации на основе составляющих синдрома подробно описывают его клиническую картину. Процессуальные модели рассматривают динамику развития выгорания через возрастание эмоционального истощения, в результате которого формируются негативные установки по отношению к субъектам деятельности и труду. Среди теорий, выделяющих стадии синдрома, широко известна пятиступенчатая классификация Дж. Гринберга:

Медовый месяц. Отношение к работе положительное, доминируют энтузиазм и увлеченность. Факторы стресса не вызывают напряжения.

Недостаток топлива. Накапливается усталость, возрастает апатия. Без дополнительной стимуляции, усиления мотивации продуктивность снижается.

Хронический процесс. Развивается повышенная раздражительность, чувство подавленности, обостряется неудовлетворенность работой, появляются мысли о бесперспективности будущего. Постоянная усталость сменяется физическими недомоганиями.

Кризис. Здоровье ухудшается, возникают хронические заболевания, частично или полностью снижающие работоспособность. Усиливается депрессия, неудовлетворенность качеством жизни, собственной продуктивностью.

Пробивание стены. Соматические и психические нарушения обостряются, могут стать угрозой жизни. Формируется дезадаптация в профессиональной сфере, семье, дружеских отношениях.

Симптомы эмоционального выгорания

Синдром психического выгорания проявляется как реакция на продолжительный стресс с последующей депрессией, при этом симптомы связаны со сферой труда, профессиональной деятельностью. Базовая триада проявлений – чувство безразличия и психического истощения, дегуманизация, негативное восприятие себя как специалиста. На эмоционально-волевом уровне формируется равнодушие к рабочим процессам, неуверенность в собственной компетентности (силах, навыках, знаниях), разрушение личных идеалов, утрата профессиональной мотивации, раздражительность, недовольство, плохое настроение. В зависимости от стадии СЭВ данные признаки возникают иногда и только в рабочее время либо проявляются постоянно, распространяясь на семейные и дружеские отношения.

На социально-поведенческом уровне определяется стремление к изоляции: контакты с окружающими сводятся к минимуму, ограничиваются непосредственными обязанностями – обслуживание пациентов, клиентов. Инициативность, энтузиазм заметно снижаются. Человек стремится избежать ситуаций принятия решений, несения ответственности. При неудачах склонен обвинять окружающих (начальство, систему). Часто выражает недовольство по поводу рабочей нагрузки, оплаты, организации условий труда. В суждениях преобладают пессимистические прогнозы. Попытки «бегства» от действительности реализуются через злоупотребление алкоголем, применение наркотических средств, переедание.

Физические проявления СЭВ включают хроническую усталость, мышечную слабость, вялость, частые головные боли, нарушения сна, аппетита, подверженность инфекциям (снижение иммунитета), перепады кровяного давления, головокружение, приступы потливости или озноба, потемнение в глазах, ноющие боли в суставах, особенно в области спины. Человек с большим трудом просыпается по утрам, с неохотой идет на работу, долго «включается» в трудовой процесс, увеличивает продолжительность и частоту перерывов. Он не успевает выполнить задачи своевременно, в итоге растягивает рабочий день до позднего вечера, переносит выполнение заданий домой. Такой режим только усиливает СЭВ, лишая нормального отдыха.

Осложнения

На поздних стадиях эмоциональное выгорание осложняется психосоматическими заболеваниями и депрессией. Характерно развитие осложнений, препятствующих выполнению профессиональных обязанностей. Среди наиболее распространенных – сезонные инфекции (ОРВИ, ангина, грипп), мигрени, артериальная гипертония, остеохондроз. Заболевания становятся своеобразным подсознательным защитным механизмом, обеспечивают перерыв, отдых от основной деятельности. Депрессия возникает из-за неудовлетворенности работой, ощущения

собственной «бесполезности». Она снижает работоспособность, приводит к дезадаптации на работе и в семье.

Диагностика

Необходимость диагностики СЭВ осознается пациентами на последних стадиях, когда проявляются соматические нарушения, становится выраженной депрессия и раздражительность, нарастает профессиональная и семейно-бытовая дезадаптация. Обследование проводится врачом-психиатром, психологом, психотерапевтом. Используются клинические и психодиагностические методы:

Опрос. В беседе с больным врач обращает внимание на наличие трех ключевых признаков СЭВ: истощения, персональной отстраненности, ощущения утраты собственной эффективности. Все симптомы отражают изменения в ведущей деятельности – профессиональной, бытовой, воспитательной, творческой.

Специфическая психодиагностика. Стандартизированными методами обнаружения СЭВ являются опросники. Наиболее распространено применение теста MBI (Maslach Burnout Inventory), опросников эмоционального выгорания В. В. Бойко и Е. П. Ильина. Результаты отражают выраженность симптомов, риск дезадаптации, стадию процесса истощения.

Общая психодиагностика. Дополнительно проводится исследование эмоционально-личностной сферы пациента. Более широкий взгляд на имеющиеся отклонения позволяет определить уровень депрессии, тревожности, выраженность психосоматических расстройств, риск агрессивного и аутоагрессивного поведения. Используются комплексные методики исследования личности (СМИЛ, опросник Айзенка, метод цветовых выборов).

Лечение синдрома эмоционального выгорания

Для устранения эмоционального выгорания необходима помощь психолога, психотерапевта, поддержка семьи и коллег. Немаловажную роль играет мотивация пациента – готовность изменить привычки, режим отдыха и труда, оценку себя и своей работы. Для достижения стойкого результата важен комплексный психо-медико-социальный подход, который включает:

Психотерапию. Сеансы направлены на изменение личностных установок пациента относительно профессиональной деятельности, формирование мотивации и заинтересованности работой, умение распределять ресурсы (время, силы) на различные сферы жизни. Психотерапия проводится в форме бесед, выполнения упражнений, домашних заданий.

Медикаментозное лечение. Препараты подбираются психиатром индивидуально, схема терапии зависит от клинической картины. Нередко назначаются антидепрессанты, противотревожные средства, седативные и стимулирующие лекарства на растительной основе.

Общеукрепляющие мероприятия. Больным показано соблюдение режима дня: полноценный сон ночью, регулярные умеренные физические

нагрузки, правильный рацион. Для восстановления работоспособности рекомендован курс массажа, санаторно-курортное лечение.

Прогноз и профилактика

При своевременной диагностике и лечении синдром выгорания имеет благоприятный прогноз. Его проявления хорошо поддаются психотерапевтической и медикаментозной коррекции. Так как в основе СЭВ лежит физическое и психическое истощение, профилактика должна быть нацелена на укрепление здоровья и выработку навыков преодоления стресса. Необходимо ежедневно выделять время для отдыха, не переносить рабочие задачи на выходной день, использовать методы психологической разгрузки – спорт, подвижные игры, занятия творчеством, хобби. Для поддержания физического здоровья важно придерживаться правильного питания (достаточно калорийного, насыщенного витаминами, микроэлементами), гулять или работать на свежем воздухе, спать не меньше 7-8 часов в сутки.

Публичное выступление.

Существует довольно много классификаций публичных выступлений. Для практического обучения искусству публичного выступления наиболее целесообразно подразделение публичных выступлений на виды по их функции, т.е. по цели, которую ставит оратор в своем выступлении. Иногда подобную классификацию называют классификацией жанров публичного выступления.

Виды публичных выступлений по цели:

- Информационные
- Протокольно-этикетные
- Развлекательные
- Убеждающие

Цели, которые ставит перед собой оратор, могут сочетаться, в результате чего выступления могут приобретать комплексный характер. Можно, например, говорить об информационно-этикетных, информационно-развлекательных, информационно-убеждающих выступлениях, возможны также и другие смешанные типы.

В риторике также различают виды публичной речи по форме:

- Доклад
- Сообщение
- Выступление
- Лекция
- Беседа

Выступление обычно строится по традиционной трехчастной композиции: вступление, основная часть, заключение. Данная композиция традиционна, аудитория ждет именно такой композиции. Именно такое

построение выступления облегчает аудитории восприятие устного выступления.

1. Понятие публичной речи

Публичная речь - явление творческое, сложное. Чтобы добиться нужного эффекта, оратору необходимо много работать. Будет ли это хорошо подготовленная речь или блестящая импровизация, она всегда результат накопленного опыта, знаний и умений. Оратор должен уметь подготовить выступление по заданной теме, уметь изложить материал, установить контакт со слушателями, отвечать на вопросы, быть готовым ко всяким неожиданностям.

Публичное выступление представляет собой процесс передачи информации, основная цель которого - убедить слушателей в правильности тех или иных положений.

Хорошая речь насчитывает десять элементов: объективность, ясность, образность, целенаправленность, повышение внимания, повторение, неожиданность, смысловую насыщенность, лаконизм, юмор.

Ораторской речью называют воздействующую, убеждающую речь, которая обращена к широкой аудитории, произносится профессионалом речи и имеет своей целью изменить поведение аудитории, её взгляды, убеждения, настроения. Стремление говорящего изменить поведение слушателя может касаться самых разных сторон его жизни: убедить голосовать за нужного депутата, склонить к принятию нужного решения, побудить покупать его определённые товары. Таких конкретных целей существует бесчисленное множество, но в любом случае воздействующая речь направлена на внеязыковую действительность, в сферу жизненных интересов, потребностей слушателя. Умение убеждать всегда ценилось обществом. Особенно велика роль профессионала речи в сфере политики, общественной деятельности. Возрастание роли воздействующей речи в обществе привело к возникновению учения, которое разрабатывало теорию этой разновидности речевой деятельности. Такое учение называется риторикой.

Для общества в целом основная цель обучения языку состоит в том, чтобы научить каждого члена общества облекать любую социально значимую информацию в соответствующую речевую форму.

Подготовка речи начинается задолго до выступления и состоит из нескольких этапов, например, по предложению немецкого ученого Х. Леммермана, таких:

- сбор материала,
- отбор материала и его организация,
- обдумывание материала,
- подготовка тезисов или плана,
- стилистическое оформление,
- написание текста выступления,
- мысленное освоение,

- проба речи.

Кроме первого, подготовительного этапа, следующий этап - это подготовка к конкретному выступлению. Она определяется видом ораторской речи, зависит от темы, целей, состава аудитории.

Подготовка речи начинается с определения ее темы. Тема должна быть не абстрактной, а ясной и понятной для слушателей, точной и лаконичной. Тема может быть выбрана самим автором или ее может определить случай, ситуация.

Тема раскрыта, если освещены все выбранные аспекты, приведено достаточное количество нужных фактов, когда вывод логически вытекает из содержания лекции и слушателям все понятно. Затем определяют цель выступления, так как в одном случае цель - информировать слушателя, в другом - заставить слушателя переживать, в третьем - принять позицию автора. Так, задача информационной речи - дать слушателям новые знания. Информационная речь содержит факты, события, размышления и выводы. Развлекательная речь призвана доставить слушателям удовольствие, снять стресс. Агитационные речи убеждают слушателей, воодушевляют, побуждают к действию. Часто эти цели бывают объединены. Необходимым элементом подготовки является оценка состава слушателей и обстановки. Оратор заранее должен выяснить, какова предполагаемая численность слушателей, социальный состав аудитории, возраст, образовательный и культурный уровень, национальность. В отдельных случаях - вероисповедание. Также необходимо узнать, где будет проходить выступление - в большом зале, маленьком помещении, какова акустика выбранного помещения, не тесно ли будет слушателям. Следующий этап работы - подбор материала для конкретного выступления.

Выступающий должен изучить официальные документы, справочную и научно-популярную литературу, обобщить наблюдения и размышления. В ходе этой работы рекомендуется делать записи, выписывать цитаты, цифры, факты, вести картотеку. Как бы мастерски ни владел оратор речью, текст речи необходимо готовить заранее. Подготовка заранее написанного текста имеет много преимуществ. Его можно проверить, исправить ошибки, внести дополнения и изменения, можно показать кому-либо для проверки. Кроме того, когда оратор работает над речью, он еще раз тщательно продумывает все детали выступления. Чтобы речь прозвучала, дошла до слушателей, чтобы оратор не уклонялся от темы, нужно расположить материал определенным образом. Поэтому очень важна композиция выступления - составление, расположение материала выступления. В композиции можно выделить пять частей: зачин, вступление, основная часть, заключение, концовка речи. Но отдельные части ее могут отсутствовать.

2. Виды публичного выступления

Ораторская речь бывает развлекательной, информационной, воодушевляющей, убеждающей, призывающей к действию.

Публичная речь в различных ситуациях общения преследует разные цели, но, как правило, она прагматична, поэтому должна быть продуманной, логически выстроенной. В деловом общении, профессиональной сфере традиционно используются определенные виды речей.

1. Информационная речь.

Ее цель обогатить слушателей новыми знаниями, пробудить любопытство. Способами создания информационной речи являются описание, повествование, рассуждение. Информационная речь должна пробуждать внимание к затронутой проблеме, в ней не должно быть спорных моментов, должен быть подобран современный материал с примерами и иллюстрациями. В практике вуза часто используются информационные речи студентов на семинаре, при защите реферата, курсовой и дипломной работ. Они обычно включают: определение темы, предмета исследований, методику работы, обзор имеющейся литературы по этой теме, новизну и практическое применение.

Один из распространенных видов публичных выступлений в вузе - научный доклад - сообщение о постановке проблемы, о ходе исследования, о его результатах. Он содержит новые сведения, во многом определяется наличием авторской точки зрения. С ним студент выступает на семинаре или, например, на научной конференции. Он готовится так же, как и другие устные выступления, кроме того, обязательно нужно прочесть текст вслух перед выступлением, составить план.

Таким же образом готовится защита реферата. Выступление включает: объявление темы и цели работы, указание на источники, содержание работы, включающее цитаты, факты, значимость, имеющиеся точки зрения.

Информационная речь ставит своей задачей не только пробудить любознательность, но и дать новое представление о предмете. Она может быть повествованием, описанием, объяснением. Она должна соответствовать следующим требованиям:

- В ней не должно быть ничего спорного;
- Она должна вызывать пытливість;
- Она должна удовлетворять запросы слушателя;
- Сообщение должно быть актуально.

2. Речи, обращенные к чувствам (речи по специальному поводу)

Делятся, как правило, на протокольную речь (рамочную), траурную речь, торжественную речь, речь в дружеском кругу. Произнесение такого рода речей обычно вызывает трудности из-за того, что необходимо правильно выбрать момент, уметь уловить настроение слушателей именно в этот момент, уметь выразить чувства и ожидания слушающих. Необходимо говорить коротко и понятно, но при этом выразительно. Речь должна быть оригинальной и запоминающейся.

Во всех областях деятельности распространена протокольная (рамочная) речь, она не является центром мероприятия, но как бы обрамляет

событие. К протокольным речам относятся презентации, приветственные и благодарственные речи, всевозможные открытия (выставок, зданий, мемориалов и др.).

В начале приветственной речи необходимо открыть мероприятие, по поводу которого собрались зрители и слушатели, приветствовать всех собравшихся, приветствовать докладчика и представить его слушателям.

В конце приветственной речи благодарят докладчика и выступающих, обосновывают благодарность и прощаются с аудиторией. Таким образом, в начале и в конце мероприятия рамочная речь состоит из трех пунктов, и совершенно лишним будет рассматривать содержание доклада или характеризовать докладчика, пространно и трафаретно говорить.

Цель торжественной речи - создать праздничное настроение. Как правило, она создается заранее и должна быть короткой, оригинальной, запоминающейся. Речь по поводу юбилея или дня рождения может содержать приветствие, повод, перечисление ответственных моментов, краткую характеристику деятельности, в ней могут приводиться примеры из жизни, выражаться благодарность и пожелания на будущее.

Речь в дружеском кругу, при деловом общении и личном общении имеет разные формы. Например, готовясь к выступлению перед коллегами, нужно предусмотреть следующие моменты:

- приветствие и указание на смысл мероприятия,
- обзор проделанной работы коллегами, лучше с каким-либо рассказом или шутливым комментарием,
- выражение надежды на дальнейшее сотрудничество,
- пожелания.

Для подобных выступлений существуют следующие рекомендации:

- говорите с волнением в голосе, при этом выступление более сочувственно воспринимается аудиторией;
- помните, что для слушателей важнее их цели, а не цели оратора;
- не начинайте выступление со смешной истории, если она не несет никакой информации;
- не следует говорить чересчур медленно;
- в речи должны быть неожиданные переходы;
- подводите итоги не только в конце, но и в продолжение речи;
- разрешайте аудитории спорить с вами;
- не забывайте о юморе.

Развлекательная речь не содержит иной цели, кроме заключающейся в ней самой. Она сама по себе должна развлечь и потешить слушателя. Её часто услышишь на банкете, или в ином месте, где люди встречаются, чтобы приятно провести время.

Воодушевляющая речь - Агитационные речи в общем можно разбить на 3 группы: речи с целью воодушевить; речи с целью убедить; речи с целью

вызвать активную реакцию. На деле эти три подвида нередко перекрывают друг друга. Большинство речей с целью убедить вызывают действенные порывы.

Убеждающая речь - убедить - значит логическими доводами доказать или опровергнуть какое либо положение. Такая речь стремится определить образ мышления и поведения, но не представляет собой призыва к непосредственному действию.

Призывающая к действию речь - слушателя призвали к новому, к продолжению или прекращению прежнего. Призыв к действию бывает прямым и косвенным. Действие может наступить, когда-нибудь или немедленно. Красноречие тоже имеет своё деление на роды и бывает:

1. Социально политическое красноречие (политическая речь, митинговая речь, агитационная речь)
2. Академическое красноречие (лекции, научный доклад, научное сообщение)
3. Судебное красноречие (обвинительная речь, защитительная речь, речь обвиняемого в свою защиту)
4. Социально бытовое красноречие (похвальная речь, застольная речь, поминальная речь)
5. Богословско-церковное красноречие (проповедь, речь на соборе).

3. Оратор и аудитория

Публичное выступление - это устное монологическое высказывание с целью оказания воздействия на аудиторию. В сфере делового общения наиболее часто используются такие жанры, как доклад, информационная, приветственная и торговая речь.

С.Ф. Иванова в работе "Специфика публичной речи" (М., 1978) выявила индивидуальные речевые типы:

1) Рационально - логический. Ораторы этого типа склонны к анализу явлений, к рассуждениям и строгой аргументированности своих и чужих поступков. Их подготовка к любому высказыванию отличается последовательным отбором и строгой систематизацией материалов, обдумыванием и разработкой подробного плана. Этот выношенный план как бы "сидит у них внутри", и ораторы во время выступления не пользуются им. Их часто заботит другое: как сделать свою речь более яркой, эмоциональной, какие подобрать примеры, чтобы заинтересовать аудиторию. "Логиками" чаще всего бывают сангвиники.

2) Эмоционально - интуитивный. Представители этого типа говорят страстно, увлеченно, пересыпая свою речь остротами, каламбурами, но не всегда могут уследить за жесткой логической последовательностью речи и "свести концы с концами". План своих выступлений пишут не всегда, считая, что он их сковывает. Наблюдается совпадение эмоционального речевого типа с холерическим темпераментом.

3) Философский. Ораторы - "философы" более или менее эмоциональны, склонны к анализу, иногда бывают очень организованны в

своей работе, а иногда без всякой видимой организации раскрывают какой-нибудь один вопрос, добираются до корня, и вдруг, как лучом света, озаряют все найденной идеей. Их общая черта - стремление к исследованию, глубокому осмыслению явлений прямо на глазах у слушателей, желание и умение вовлечь в этот процесс аудиторию. Чаще всего данную группу составляют люди флегматического темперамента. Лирический, или художественно - образный. Глубокая эмоциональность, лиризм, внутреннее волнение, острая впечатлительность, проникновенность - черты, характерные для типа. Чаще всего в основе его - характер утонченный, меланхолический.

Самое высшее проявление мастерства публичного выступления - это контакт со слушателями, то есть общность психического состояния оратора и аудитории. Эта общность возникает на основе совместной мыслительной деятельности, сходных эмоциональных переживаний. Отношение говорящего к предмету речи, его заинтересованность, убежденность вызывают у слушателей ответную реакцию. Как гласит пословица, слово принадлежит наполовину тому, кто говорит, и наполовину тому, кто слушает.

Необходимо чувствовать аудиторию и уметь корректировать свою речь в зависимости от ее реакции.

Оратор должен иметь широкий круг знаний по многим вопросам, и уметь вести дискуссию на любую тему.

Главные показатели взаимопонимания между коммуникантами - положительная реакция на слова выступающего, внешнее выражение внимания у слушателей (их поза, сосредоточенный взгляд, возгласы одобрения, кивки головой, улыбки, смех, аплодисменты), "рабочая" тишина в зале. Контакт - величина переменная. Он может быть полным (со всей аудиторией) и неполным, устойчивым и неустойчивым в разные фрагменты произнесения речи. Чтобы завоевать аудиторию, надо установить с ней и постоянно поддерживать, зрительный контакт.

Выступающий обычно медленно обводит взглядом слушателей. Перед началом речи выдерживают небольшую психологическую паузу - 5 - 7 секунд. Речь оратора не должна быть монотонной. Фразы должны произноситься с разной интонацией. Они разделяются паузами. Существует grossпауза, она делается при смысловом переходе, для эмоционального эффекта, и для подчеркивания важности предыдущей или последующей фразы.

В каждое слово речи необходимо вливать как можно больше силы и энергии. Для современной ораторской речи является характерным сочетание логико-аналитических и эмоционально-образных языковых средств.

Практика выступления лучших ораторов показывает, что сухое деловое выступление, сводимое к передаче "голой" информации в современной, хорошо осведомленной аудитории, как правило, остается без внимания, а нередко вызывает скуку и даже раздражение. Как бы не интересна была тема, внимание аудитории со временем притупляется. Его необходимо поддерживать с помощью следующих ораторских приемов:

Вопросно-ответный прием. Оратор ставит вопросы, и сам на них отвечает, выдвигает возможные сомнения и возражения, выясняет их и приходит к определенным выводам. Переход от монолога к диалогу (полемике) позволяет приобщить к процессу обсуждения отдельных участников, активизировать тем самым их интерес. Прием создания проблемной ситуации. Слушателям предлагается ситуация, вызывающая вопрос: "Почему?", что стимулирует их познавательную активность.

Прием новизны информации, гипотез заставляет аудиторию предполагать, размышлять.

Опора на личный опыт, мнения, которые всегда интересны слушателям.

Показ практической значимости информации. Использование юмора позволяет быстро завоевать аудиторию.

Краткое отступление от темы дает возможность слушателям "отдохнуть".

Замедление с одновременным понижением силы голоса способно привлечь внимание к ответственным местам выступления (прием "тихий голос").

Прием градации - нарастание смысловой и эмоциональной значимости слова. Градация позволяет усилить, придать им эмоциональную выразительность фразе, сформулированной мысли.

Прием инверсии - речевой оборот, который как бы разворачивает привычный, общепринятый ход мыслей и выражений на диаметрально противоположный.

Прием апелляции к собственным мыслям.

Среди приемов ораторской речи, существенно повышающих ее эффективность и убедительность, следует особо выделить лексические приемы.

Практически во всех руководствах по ораторскому искусству среди лексических приемов рекомендуется использовать так называемые тропы.

Тропы - это речевые обороты и отдельные слова, употребляемые в переносном значении, которые позволяют достичь необходимой эмоциональной выразительности и образности. К тропам относят сравнения, метафоры, эпитеты, гиперболы...

Сравнение - один из наиболее часто используемых приемов, который обладает большой убеждающей силой, стимулирует у слушателей ассоциативное и образное мышление и тем самым позволяет оратору достичь желаемого эффекта.

Метафора - это перенос названия одного предмета на другой, это речевое сближение 2 явлений по сходству или контрасту. Например:

"Локомотив истории остановить невозможно..."

Эпитет - образное определение предмета, явления, раскрывающее его сущность. Например: "Студент - это не сосуд, который следует заполнить знаниями, а факел, который надо зажечь!.."

Аллегория - иносказательно изображает что-либо. Например: "Однажды прохожий спросил у строителя: "Что ты делаешь?" Тот подумал и ответил: "Не видишь? Вожу камни". Второй строитель на тот же вопрос ответил:

"Зарабатываю деньги!"

Гипербола представляет собой вид тропа, состоящего в преднамеренном преувеличении свойств, качеств предметов и явлений. Например: "Редкая птица долетит до середины Днепра".

Действенным средством контакта являются специальные слова и выражения, которые обеспечивают обратную связь. Это личные местоимения 1 и 2 лица (я, вы, мы, мы с вами), глаголы в 1 и 2 лице (попробуем понять, оговоримся, отметим, прошу вас, отметьте себе, подумайте, конкретизируем и др.), обращения (уважаемые коллеги, дорогие мои), риторические вопросы (Вы ведь хотите услышать мое мнение?). Специфика устной речи проявляется в построении фраз и целых предложений. Считается, что в публичном выступлении предпочтение следует отдавать более коротким предложениям, они лучше воспринимаются на слух и запоминаются. Кроме того, короткое предложение позволяет более вариантно подходить к изменению интонации. Перечисленные языковые средства контакта помогают преодолеть "барьер", служат объединению говорящего со слушателями.

Правила успешного публичного выступления

Предлагаем вашему вниманию несколько правил успешного публичного выступления. Они помогут сделать вашу речь интересной и привлекательной.

1. Подготовка речи

Как известно, все хорошие импровизации тщательно готовятся заранее. Выступление без предварительной подготовки, особенно начинающего оратора, почти наверняка будет провальным. Помните афоризм Марка Твена: «Требуется более трех недель, чтобы подготовить хорошую короткую речь экспромтом».

Вначале сделайте «каркас» или «скелет» будущего публичного выступления:

Определите мотивацию слушания людьми вашего выступления. Для чего это им нужно? Что полезного или интересного они узнают для себя?

Выделите главную идею вашей речи.

Выделите подзаголовки, разделив вашу идею на несколько составных частей.

Определите ключевые слова, которые вы повторите несколько раз, чтобы присутствующие лучше запомнили, о чем вы им рассказываете.

Тщательно продумайте план и структуру будущей речи. Она должна включать введение, основную часть и выводы (окончание)

Подготовив «скелет», начинайте наращивать на нем «мускулы».

Найдите яркие примеры «из жизни», из истории, литературы, которые используете в процессе выступления.

Подготовьте необходимые схемы, иллюстрации, графики для зрительного закрепления информации.

Определите момент в ходе выступления, когда вы обратитесь к аудитории с каким-то вопросом, с просьбой что-то назвать, пересчитать — это поможет присутствующим сконцентрировать свое внимание на обсуждении темы и значительно повысит эффективность восприятия вашего материала.

Напишите полный текст. Особое внимание уделите его началу и окончанию.

Особенностью введения является то, что аудитория по нему очень быстро составит впечатление о вас, и это впечатление будет доминировать на протяжении всего выступления. Если во вступительной части допустить ошибки, их тяжело будет исправить. Важно с самого начала заинтересовать публику удачностью вашего первого выстрела. Для этого во вступительной части можно использовать какую-либо остроумную шутку, рассказать интересный факт или вспомнить выдающееся историческое событие, обязательно связывая их с темой выступления.

Заключительная часть публичного выступления предусматривает подведение итогов. В окончании нужно напомнить ключевые проблемы, затронутые в речи, обязательно повторить все основные идеи. Удачность конструкции последних фраз, усиленная их эмоциональностью, выразительностью, не только вызовет аплодисменты слушателей, но и превратит их в ваших приверженцев.

Главный ваш контролер — время. Внимательно слушать и воспринимать ваши идеи публика может только ограниченный срок, обусловленный психофизиологическими причинами (обычно не более 15-20 минут, потом внимание аудитории начинает слабеть). От вас ожидают коротких, четких, понятных, убедительных и доступных фраз. Следуйте чеховскому: «Краткость — сестра таланта». Учитывайте темпоритм вашей речи. Самая благоприятная скорость для восприятия — приблизительно 100 слов за минуту. При планировании выступления обязательно учитывайте время, которое нужно будет потратить для ответов на вопросы.

Желательно узнать заранее, перед кем вам придется выступать: численность аудитории, ее интересы, взгляды, чего она ждет от оратора, какую реакцию необходимо получить от нее. В зависимости от этих

показателей откорректируйте отдельные моменты своего выступления. Нужно находиться на одном культурном уровне с аудиторией, общаться на ее языке, только в этом случае можно рассчитывать на установление психологического контакта между оратором и слушателями. Не следует затрагивать темы, которые выходят за рамки понимания аудитории.

Проверьте по словарям значения «умных» слов, которые вы используете. Выясните правильность их произношения. Языковые ошибки могут вызвать насмешки в ваш адрес и погубить все выступление, каким бы гениальным оно ни было по содержанию.

Когда речь подготовлена, ее основные положения или тезисы лучше записать на небольшие карточки. Расположите их последовательно. Такими карточками очень удобно пользоваться во время выступления. Если это не двух- трехчасовой доклад, то читать текст не рекомендуется, желательно выучить его наизусть и произносить по памяти, лишь время от времени заглядывая в свои заметки.

Произнесите речь несколько раз вслух (лучше перед зеркалом), чтобы привыкнуть к тексту и хорошо прочувствовать все нюансы. Для шлифовки фраз, интонации, мимики желательна работа с магнитофоном или видеокамерой. Такая предварительная тренировка снизит ваше волнение, позволит почувствовать себя уверенно и намного увеличит вероятность успеха публичного выступления.

2. Место выступления.

Кафедра или трибуна, сцена или балкон, вообще любое возвышение над уровнем пола всегда вызывают страх у людей, которые не имеют достаточного опыта публичных выступлений. Э. Морен называл это «страхом сцены», а Марк Твен рекомендовал тем, кто боится выступления: «Успокойтесь, ведь публика все равно от вас ничего не ожидает». Лучше настроить себя так, будто бы вы в первую очередь сами себе хотите рассказать что-то интересное, одновременно ознакомив с ним и всех присутствующих.

Перед выступлением очень важно изучить помещение, чтобы установить, с какой стороны будут смотреть на вас слушатели. Выбирая место, учитывайте свой рост. Необходимо проверить, все ли смогут вас видеть. Если нужно говорить за трибуной, то при невысоком росте позаботьтесь о том, чтобы под трибуну поместили крепкую подставку. «Говорящая голова» выглядит комично и не сможет долго удерживать внимание зрителей. Необходимо следить, чтобы оратор был виден по грудь.

Если во время публичного выступления придется сидеть, проверьте удобство вашего места. Сидя за столом, нельзя сутулиться и класть на него руки; сидя в кресле, нельзя опираться на подлокотники и спинку, забрасывать ногу на ногу, сцеплять руки на коленях, старайтесь сидеть на краю кресла, немного наклонившись вперед с отодвинутыми слегка назад ногами и прижатыми к полу пятками; необходимо сидеть прямо, свободно, излучая открытость и доброжелательность; смотреть людям в глаза, следить за их эмоциями, жестами и мимикой, всем своим видом демонстрировать заботу и понимание.

3. Одежда

Выступление перед большой аудиторией напоминает спектакль, поэтому большое значение имеет одежда докладчика. Во время публичного выступления оратору приходится сидеть за столом, стоять на высокой кафедре, за трибуной и т.д. Учитывая это штаны и юбки должны быть достаточно длинными, носки — высокими, туфли — быть в полном порядке.

Одевайте те вещи, в которых вы чувствуете себя комфортно, которые не отвлекают вас своим неудобством. У вас ни разу не должно возникнуть мысли: «Как оно на мне сидит?». Лучше не пользуйтесь совсем новыми вещами, которые одеваете впервые. Одежда и обувь не должны доставлять вам внутренний дискомфорт и отвлекать ваше внимание.

Универсальное правило успешного публичного выступления: не допускать дисбаланса между тем, что вы говорите, и тем, как вы выглядите. В официальных случаях лучше использовать средне-темный костюм, белую или цвета слоновьей кости узкую рубашку и элегантный выразительный галстук. Контрастные цвета, хороший костюм помогут сформировать положительное отношение к вам и поспособствуют успеху публичного выступления. Галстук не должен иметь яркого рисунка, чтобы не отвлекать внимание от лица, вместе с тем, он не должен быть одноцветным. Лучше всего подходят галстуки из матовой ткани, темно-синего цвета, цвета красного вина, бордо с едва заметным рисунком. Длина галстука должны быть такой, чтобы ее конец едва прикрывал пряжку на пояском ремне.

Если ваш пиджак имеет две пуговицы, нужно застегнуть лишь верхнюю, если три — только среднюю. Если нет очень большой необходимости, не стоит одевать очки при публичном выступлении, ювелирные украшения также не нужны.

Если оратор — женщина, ее одежда должна иметь длинный рукав, длина юбки — средняя (к середине колена), она не должна быть слишком узкой. Относительно цветов, то здесь требования значительно либеральнее, чем у мужчин: цвет просто должен идти женщине. Женщины тоже должны

избегать ярких массивных украшений. Обувь лучше всего темных цветов с незаметными или однотонными бантами; чулки одинакового с обувью цвета. Очки должны иметь простой дизайн и оправу под цвет волос.

При выступлении в неформальной обстановке (дружеские вечеринки и т.п.) требования к одежде не играют большой роли. Можно одеваться как угодно, однако помните, что если в вашем внешнем виде будет какая-то эклектичная деталь, бросающаяся в глаза (яркая брошь, крикливый галстук кислотных цветов, оригинальный фасон костюма с капризными узорами), то она будет отвлекать внимание от содержания ваших слов. Публика запомнит именно ее и не обратит внимание на то, что вы говорили.

4. Успешное публичное выступление — несколько секретов.

Когда вы заходите в аудиторию, двигайтесь уверенно, не семените и не делайте суетливых движений. Идите своей обычной походкой, этим вы убедите присутствующих, что вы не волнуетесь и никуда не спешите. Когда вас представили, поднимитесь, обязательно подарите залу легкую улыбку и войдите в непосредственный зрительный контакт с аудиторией.

Для того, чтобы показать свою значимость и вызвать уважение аудитории, необходимо контролировать максимально допустимое пространство. Не старайтесь показать себя маленьким человеком и не таитесь где-то в углу сцены. Обязательно займите место в центре или же хотя бы направляйте в центр свой взгляд время от времени. Расправьте плечи, поднимите голову и немного наклонитесь вперед, демонстрируя что-то наподобие поклона перед аудиторией, можно этот жест несколько раз потом повторить.

Когда вы поднялись на подиум, сцену, трибуну или заняли другое место для выступления, не спешите сразу же начинать говорить. Обязательно сделайте паузу. Можете воспользоваться любой возможностью — попросите стакан воды, разложите бумаги, что-то передвиньте. Используйте паузу настолько, насколько вы считаете необходимым, чтобы подготовиться психологически и настроить аудиторию на общение с вами. Если вы сильно волнуетесь, сделайте несколько глубоких вдохов и выдохов перед началом речи. Пауза также вам поможет, чтобы за несколько секунд изучить пространство вокруг вас, прикинуть, как вы его будете использовать. Помните театральную аксиому: чем талантливее актер, тем большую паузу он умеет держать.

Далее не просто охватите глазами, а внимательно осмотрите зал, присмотритесь ко всей аудитории. Остановитесь взглядом на нескольких из присутствующих, которые станут зрительными точками опоры, маяками в вашем выступлении. Потом, в случае необходимости, вы их можете

изменить. Попробуйте подарить ваше персональное внимание как можно большому количеству людей, но обязательно пройдите взглядом по всему пространству зала — слева направо, от первого к последнему ряду. Не задерживайтесь долго в задних рядах и снова переведите свой взгляд на передние места. Помните, что их всегда занимают наиболее заинтересованные люди, в их глазах вы найдете для себя поддержку. Зафиксировав для себя несколько таких зрительных «якорей», начинайте говорить.

Ваша мимика и жесты дают человеку куда больше впечатлений, чем все, что вы произносите. Жестами вы сконцентрируете внимание на важности информации. При жестикулировании существует три правила: первое — не кладите руки в карманы; второе — не прячьте их за спину; третье — не занимайте их посторонними предметами. Руки — это помощники, которые всегда должны быть свободными и готовыми объединиться в единое целое с вашими мыслями.

Нельзя применять «оборонительные» или «защитные» движения тела, например, скрещивание рук на груди, закладывание их за спину. Скрещивание рук демонстрирует неуверенность в том, что человек говорит. Лучше всего занять открытую позу и время от времени демонстрировать улыбку. Постоянно контролируйте свою осанку, спину держите прямой, голову поднятой, двигайтесь естественно.

Во время публичного выступления не застывайте, будто памятник, и не отбрасывайте голову назад, так как этим вы отталкиваете аудиторию и задерживаете поток психологической энергии, который должен динамично влиять на присутствующих. Обязательно двигайтесь. Нужно показать себя живым, энергичным, динамичным. Ваши движения должны быть короткими, точными и убедительными. Когда вы хотите что-то подчеркнуть, подайтесь телом навстречу аудитории или воспользуйтесь жестом приближения вашего тела к присутствующим. Если есть возможность приблизиться к аудитории, то сделайте это тогда, когда вы хотите сообщить ей что-то важное донести и убедить присутствующих в вашей правоте.

Постоянно удерживайте зрительный контакт с аудиторией. Опытный оратор всегда следит за вниманием слушателей, переводя взгляд из передних рядов на задние. Если вы пользуетесь записками, то делайте это очень аккуратно: быстрым и коротким взглядом вниз посмотрите текст и снова поднимите глаза, переводя все внимание обратно на аудиторию.

Учитывайте культурные, национальные, религиозные и прочие особенности аудитории. Например, у китайцев и японцев ваш открытый взгляд в глаза может вызвать отрицательные чувства, так как в восточных культурах это не принято. У кавказских народов прямой твердый взгляд в

глаза мужчине воспринимается как вызов на поединок и т.д. Также с большой осторожностью нужно использовать шутки на национальную или религиозную тематику.

У вас не должно быть замороженного, неподвижного выражения лица. В противном случае вы вызовете равнодушие и скуку у публики. Основа вашей привлекательности как оратора — это легкая приятная улыбка. Попробуйте переход к каждой ключевой теме сопровождать особым изменением на лице: немного поднимите брови или поведите глазами, используйте медленные повороты головы. Если сидите — включайте в дело руки: что-то переведите или измените немного их позицию. Во время сидения все время подчеркивайте свободу вашей позы.

Неоднократное повторение простых выразительных фраз, ярких словосочетаний способствует успеху публичного выступления. Однако старайтесь избегать неуместного и несвоевременного их употребления. Нельзя допускать, чтобы содержание фраз было далеко от мыслей, которые нужно донести до аудитории.

Не демонстрируйте превосходства или легкомысленности при общении с аудиторией, не вещайте «свысока» менторским тоном. Очень серьезно подходите к формулированию ответов на поставленные вопросы — ответы дают возможность еще раз подчеркнуть основные положения вашей речи. Избегайте раздражения, враждебности или сарказма, даже если вопросы неприятны для вас. Куда лучше — спокойствие, доброжелательность и легкий юмор.

Воспринимайте философски любые неожиданности и неловкости — поломку микрофона, падение на пол стакана с водой, внезапную паузу и т.п. Нельзя выдавать своей растерянности и проявлять негативное отношение к отрицательным моментам, которые возникли случайно или же оказались «домашними заготовками» ваших недоброжелателей. Лучше всего реагировать на это с юмором, обыграть в выгодном для себя ключе. Оратор должен контролировать ситуацию, показывать, что все это не препятствует ему, а неприятности не выбивают его из колеи.

Если речь перерывается аплодисментами, необходимо дождаться их окончания и только потом продолжать — чтобы начало вашей следующей фразы было всеми услышано. Также помните о том, что аплодисменты аплодисментам рознь. Речь должна закончиться до того, как утомленные и раздраженные слушатели начнут «захлопывать» выступающего.

Завершая речь необходимо посмотреть в глаза слушателям и сказать что-нибудь приятное, продемонстрировав свое удовлетворение от общения с

аудиторией. Такой позитивный информационный импульс в финале останется в памяти людей, в их восприятии вашего публичного выступления.

Заключение

Вряд ли нужно доказывать, что все виды публичного выступления нуждаются в осмыслении, упорядочивании, самоконтроле. Это и есть культура общения, т.е. речи. Научное осмысление некоторых видов уже имеет свою многовековую историю, иные новы: например, культура внутренней речи, которая, кстати, в жизни человека составляет наибольший, труднейший и самый долгий по времени блок.

Культура мысленной речи - залог успеха внешней, звучащей или написанной, речи.

Сравнительно недавно предметом риторики стала и бытовая речь, кроме дружеской беседы, которой уделил внимание Аристотель.

Возможно, в дальнейшем будут выделены еще какие-то виды речи, их сферы, например, врачебное красноречие, речь в сфере обслуживания - гостеприимства, туризм.