

ОСОБЕННОСТИ ВСТУПИТЕЛЬНОЙ ЧАСТИ ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ

Введение. Статья посвящена тому, как начать выступление перед большой аудиторией, заинтересовать слушателей и сформировать положительное отношение к себе как к докладчику. Научные факты свидетельствуют, что именно начало выступления оказывает самое сильное эмоциональное влияние на слушателя. На основе конференции TED Talk в ходе исследования нами были выделены основные способы начала публичного выступления; аргументирована действенность употребления данных способов. Их применение универсально, однако адресовано преимущественно англоязычной аудитории. Кроме того, в статье приведены примеры нежелательных вариантов начала выступления.

В результате выделено три наиболее эффективных варианта начала выступления.

Основная часть. Выступать перед большой аудиторией всегда сложно, особенно, если говорить на иностранном языке. Для этого нужно тщательно продумать план своего выступления: начальную, основную и заключительную части.

Исследования свидетельствуют, что аудитория вспоминает первые и последние минуты выступления через большой промежуток времени, после того, как они забыли, о чём была его основная часть. Психологи называют это «эффект первичности» [1]. Начальная часть является одной из главных: именно от неё зависит, будет слушать аудитория в дальнейшем или нет.

Большинство людей задают себе вопрос: «Почему я должен слушать выступающего?»

В первые семь секунд слушатели понимают, нравиться ли вы им. А в первые 30 секунд они решают, слушать вас или нет. В дальнейшем уже практически невозможно изменить их мнение. Поэтому особенно важно правильно начать своё выступление [2].

Очень часто встречаются такие выступления, которые начинаются с традиционного «Добрый день, меня зовут Вероника, тема моего выступления...». Часто выступающий начинает свою речь чрезмерно вежливо и посредством шаблонных фраз. В этом нет ничего плохого, но с первых секунд понятно, что это лишь заученное высказывание: говорящий не вкладывает туда никакого смысла и эмоций, он сразу настраивает слушателей на то, что в его выступлении нет ничего нового, инновационного или интересного. Даже если он хочет и готов сказать невероятные новости и открытия в медицине, своим началом он «усыпляет» внимание и интерес слушателей, тем самым теряя связь с аудиторией. Более того, начало выступления звучит предсказуемо и скучно. Вводная часть должна быть «сильной». Представляя себя, говоря «спасибо, что пришли», извиняясь за небольшие неполадки с техникой и спрашивая, слышно ли вас в конце зала, вы не сделали «сильным» начало вашего выступления.

Задачей данного исследования выступает определение стратегий говорящего, которые способствуют привлечению внимания слушателей.

Так как же начать своё выступление и заставить аудиторию слушать вас?

Наиболее яркие примеры «эффективных» выступлений, по нашему мнению, можно найти в конференциях TED Talk.

Миссия TED Talk состоит в распространении уникальных идей. В список выступающих попали такие известные личности, как 42-й президент США Билл Клинтон, нобелевские лауреаты Джеймс Уотсон, Мюррей Гелл-Манн, а также основатель Википедии Джимми Уэйлс [3].

Темы лекций разнообразны: наука, искусство, дизайн, политика, культура, бизнес, глобальные проблемы, технологии и развлечения, но вне зависимости от темы, выступающие вызывают интерес с самых первых слов. Они организуют своё выступление так, что, используя различные приёмы, привлекают аудиторию.

Проанализировав лекции TED Talk, мы выделили наиболее удачные примеры того, как начать выступление. Обратимся к биографии Стива Джобса в качестве примера. Абзацы пронумерованы в обратном порядке: 3 — третье место, 2 — второе место, 1 — первое место.

3. Знаете ли вы, как стать успешным и одним из самых влиятельных людей эпохи?

2. Этот человек купил Pixar Animation Studios (известная американская киностудия, которая выпустила такие популярные мультипликационные фильмы, как «Корпорация Монстров», «Суперсемейка», «История игрушек») за 10 миллионов долларов, а потом продал её The Walt Disney Company за 7,6 миллиардов.

1. Стив Джобс не был долгожданным ребёнком, и спустя неделю его биологические родители отдали его в приёмную семью. В подростковом возрасте он поступил в престижный колледж, однако, проучившись там первый семестр, бросил учёбу. Вскоре он познакомился со своим другом-тёзкой, и в гараже-пристройке в 1976 году был собран первый компьютер под «яблочным» брендом, который определил последующее развитие компьютерной индустрии.

Начнём с третьего места. Правильно поставленный, в какой-то степени даже провокационный вопрос, который важен для аудитории, который может «зацепить» их внимание, который заставит думать о нём, занимает 3-е место в списке лучших вариантов начала выступления. «Знаете ли вы, как стать успешным и одним из самых влиятельных людей эпохи?» — это пример вопроса. Он может быть абсолютно любым, но его цель и задача — заставить аудиторию мысленно участвовать в вашем выступлении. В основном эти вопросы начинаются со слов «как» или «почему».

Хорошим началом может быть вопрос, который непосредственно касается темы вашего выступления. Например: «Многие ли из вас пользуются продуктами компании Apple?».

Второе место — это факт, который аудитории интересен, который может шокировать их. Цель выступающего здесь — вызвать определённые эмоции у аудитории.

Например, «я взяла интересный факт из биографии Стива Джобса. Было интересно узнать про разницу в сумме, за которую Pixar Animation Studios была куплена и продана».

Характер выбора такого «факта» зависит от аудитории (возраст, пол и т. д.) и от темы выступления.

Первое место — это история. Она является наиболее эффективным способом начала выступления. Реальная история из жизни — это то, что помогает наладить контакт с аудиторией, потому что истории о людях, не об объектах, не о вещах, а именно о людях создают тесный контакт между выступающим и слушателями. Если говорить об англоязычной аудитории, то американцы, например, любят истории реальных людей, особенно бедных, которые не имели никакой надежды, но усердно работали и добились успеха.

Лучшим вариантом является рассказ о себе. Расскажите историю из своей жизни, которая связана с темой вашего выступления, насколько она важна для вас. Предсказуемо и логично, что вы не будете хорошо выступать перед аудиторией, если ваша тема не интересна вам, вы не будете искренним, а аудитория хорошо это чувствует.

Заключение. Главным в выступлении является не только то, что написано на бумаге, но и то, как вы донесёте вашу мысль до аудитории, сумеете ли вы её заинтересовать и удержать внимание в течение всего выступления.

Наши наблюдения за речевым поведением студентов БарГУ свидетельствуют о том, что некоторые не всегда готовят устные сообщения тщательно, однако если они умеют заинтересовать слушателей, вспомнить истории в ходе своего высказывания, чтобы привести пример, выбирают удачный момент для шуток, их речь звучит убедительно и эмоционально — аудитория внимательно слушает их. Но есть и такие студенты, которые готовятся серьёзно и усердно, ищут материал, но их речь звучит сухо, монотонно, они начинают излагать без вступления, никакого общения с аудиторией, никаких примеров и историй из жизни. Это является проблемой, которую нужно решать: работать над ораторскими способностями. У большинства обучающихся, конечно, не получится добиться успеха после одного выступления, но если практиковаться постоянно, правильно начинать своё выступление с помощью вопросов, фактов и историй, тем самым привлекая аудиторию, то это поможет сделать первый шаг к формированию успешного выступления.

Список цитируемых источников

1. Эффект первичности [Электронный ресурс] // Мир Психологии. — М., 2008. — Режим доступа: <http://persev.ru/effekt-pervichnosti>. — Дата доступа: 01.11.2018.
2. Радченко, И. В. Как начинать публичное выступление [Электронный ресурс] / И. В. Радченко. — 2014. — Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=bCsblvdLwzo>. — Дата доступа: 26.10.2018.
3. Акопян, А. К. Что такое TED Talk? [Электронный ресурс] / А. К. Акопян. — 2016. — Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=vmgc29GGgMM>. — Дата доступа: 28.10.2018.

УДК 81-26

М. С. Сумар, Е. В. Булатая

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи

СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ СИТУАТИВНОЙ МОДАЛЬНОСТИ В РОМАНЕ Э. М. РЕМАРКА «ТРИ ТОВАРИЩА» И ЕГО РУССКОЯЗЫЧНОМ ПЕРЕВОДЕ

Введение. Данная статья посвящена изучению ситуативной модальности в художественном тексте: выявлению средств выражения ситуативной модальности в романе Э. М. Ремарка «Три товарища» и его русскоязычном переводе. Актуальность исследования обусловлена интересом современного языкознания к изучению проблемы выражения ситуативной модальности в немецком и русском языках на примере художественного текста. Немаловажным является и тот аспект, что изучение ситуативной модальности в оригинальном художественном произведении и его переводе позволяет исследовать ситуативную модальность в сопоставительном аспекте, выявляя тем самым как сходства, так и различия в выражении микрополей возможности, необходимости и желательности как структурных частей ситуативной модальности.