

Discursul **PUBLIC**

Sugestii practice pentru începători

© 2017 – **Biblioteca Respiro**

Toate drepturile rezervate.

Este permisă descărcarea liberă, cu titlu personal, a cărții în acest format.

Distribuirea gratuită sau contra cost a cărții prin intermediul altor platforme online, precum și modificarea textului fără acordul prealabil, în scris, din partea Bibliotecii Respiro sunt interzise.

Redactor: Florin Bică

Grafician: Vlad Mîndăianu

Sursă ilustrații/imagini: www.unsplash.com

Date de contact:

Biblioteca Respiro

Telefon: 0747 170 050

E-mail: contact@bibliotecarespiro.ro

Site: bibliotecarespiro.ro

Discursul **PUBLIC**

Sugestii practice pentru începători



Importanța faptului de a putea vorbi în PUBLIC

Abilitatea de a vorbi în public este necesară în foarte multe situații profesionale, plus că atrage după sine și alte avantaje, care nu țin neapărat de profesie și carieră.

Susținerea unui discurs în fața publicului implică un întreg set de abilități de comunicare. Susținerea unui discurs public presupune capacitatea de a vorbi coerent, de a pregăti și de a organiza un material, de a comunica mesajul verbal și nonverbal (prin ton, mimică, gesturi), de a capta și de a menține atenția cuiva etc. Aceste abilități sunt folosite în orice situație de comunicare, atât în relațiile interpersonale, cât și în diverse alte contexte sociale.

Oricine reușește să susțină un discurs cu succes ajunge să aibă mai multă încredere în sine, scapă de timiditate mai ușor, comunică mai eficient (mai clar, mai logic) și are astfel un impact mai mare asupra celor cărora le vorbește.

TIPURI de discurs

Înainte de a prezenta tehnici concrete de perfecționare a abilității de a susține discursuri publice, este important să trecem în revistă, pe scurt, câteva tipuri de discurs pentru a ne orienta mai ușor către unul care să fie potrivit ocaziei sau publicului căruia ne adresăm.

Discursul informativ, relatarea orală, lectura sau seminarul – destinat să explice, să instruiască, să caracterizeze, să clarifice, să demonstreze.

Discursul persuasiv, dezbateră, prezentarea de vânzare și predica – influențează, convinge, motivează, vinde produse, sfătuiește sau îndeamnă la acțiune.

Discursul evocativ – amuză, inspiră sau ajută ascultătorii să sărbătorească, să-și ia un angajament ori să comemoreze.

Discursul improvizat – este discursul susținut fără a fi avut timp de pregătire; o bună sugestie ar fi să te gândești la două sau trei puncte principale în drumul tău spre pupitrul de unde vei vorbi.

Povestirea – ajută la înțelegerea tradiției, a principiilor morale, a valorilor, a ținutelor și a dorințelor comune.



STRUCTURA de bază a unui discurs

Un discurs este construit din trei segmente principale: introducere, cuprins și concluzie.

Introducerea

Captează atenția audienței și îi orientează pe ascultători către subiectul care urmează a fi prezentat.

Cuprinsul

Conține cel puțin 75% din întreaga informație a discursului. Cuprinsul este divizat, la rândul lui, în 3-5 puncte principale, fiecare dintre acestea fiind formulat clar și sprijinit prin împărțirea sa în puncte secundare și prin folosirea de materiale ajutătoare.

Concluzia

Este o trecere în revistă a principalelor idei prezentate, încheindu-se cu o ultimă afirmație puternică, memorabilă, de efect.

Alegerea SUBIECTULUI

Stabilește de la început care este scopul discursului și alege tipul de discurs care se potrivește pentru ceea ce vrei să spui și să realizezi.

Gândește-te la așteptările audienței, la circumstanțele în care va fi prezentat discursul, precum și la ceea ce știi că știi și că poți.

Dezvoltă o listă a subiectelor posibile despre care ai putea să vorbești. Adeseori, cele mai bune subiecte de discurs sunt acelea care nu-ți sunt familiare, însă despre care ți-ar plăcea să știi mai mult.

Pune-ți mai multe întrebări: Ce este important și de interes pentru mine? Care sunt preocupările, nevoile și așteptările celor cărora le voi vorbi? Este subiectul acesta relevant pentru grupul căruia mă voi adresa prin discursul meu?

Odată ce te-ai hotărât asupra subiectului despre care vei vorbi, alege două până la cinci idei principale asupra cărora te vei axa și sintetizează-le pe toate într-o singură propoziție.

Studierea AUDIENȚIEI

**Înainte de a construi discursul,
studiază-ți cât mai bine audiența!**

Este foarte important să îți formezi o imagine clară asupra perspectivelor și punctelor de vedere ale ascultătorilor. Încearcă să îți cunoști audiența, strânge cât mai multe informații despre ea, stai de vorbă cu unii dintre cei cărora le vei vorbi. Utilizarea sondajelor de opinie și a chestionarelor poate fi foarte utilă.

Analizează caracteristicile demografice și atitudinea audienței tale!

Stabilește cum vei prezenta informația, ținând cont de vârsta, sexul, etnia și statutul social al ascultătorilor tăi.

Anticipează dacă audiența va rămâne neutră, dacă va fi de acord cu tine sau dacă nu va subscrie mesajului tău.

Gândește-te la reacția pe care audiența o va avea în urma receptării mesajului și alege-ți cuvintele și ideile în raport de lucrul acesta.

Înainte de a-ți contura discursul, gândește-te la cunoștințele pe care ascultătorii tăi le au despre subiectul care urmează să le fie prezentat.

DOCUMENTAREA pentru discurs

Gândește-te la materialele de care vei avea nevoie pentru a te documenta. Poți folosi cataloage de bibliotecă (de obicei, în format electronic), periodice (reviste, ziare etc.), indexuri, rezumate, resurse guvernamentale, internetul și informații recuperate de diverse servicii și scrise pe suporturi digitale.

Surse pentru documentare:

1. Surse tipărite: cărți de nonficțiune, cărți de referință, dicționare, enciclopedii, rezumate, reviste, jurnale de specialitate, ziare etc.

2. Surse electronice: baze de date, rețele online, materiale audiovideo sau televizate, CD-uri, programe radio etc.

3. Interviu personale cu experți (poți realiza astfel de interviuri abia după ce te familiarizezi cu subiectul).