

## CÂTEVA ASPECTE COMUNICATIVE ALE PUBLIC SPEAKING-ULUI

Simion Simion Dănuț lector superior  
Magistru în psihologie drd. UTM

**Cuvinte cheie:** public speaking, vorbitul în public, comunicare verbală.

Avem ca ființe vii necesitatea aceasta crescândă de a comunica, bine și eficient, depășind cu mult simplul și „banalul”, proces de comunicare zilnică. În cadrul comunicării verbale ceea ce comunicăm reprezintă 10% iar cum comunicăm 40%, comunicarea nonverbală împreună cu metacomunicarea reprezentând restul de 40%. Observăm așadar, surprinzător cum modalitatea prin care se transmite o informație este hotărâtoare în procesul final de asimilare al acesteia.

Comunicăm nu doar verbal ci și nonverbal prin tot ceea ce facem; gesturi aparent lipsite de sens în vorbitul în public poate trăda de la o simplă lipsă de informație până la stări emoționale complexe; modul cum ne așezăm, cum stăm sau umblăm, cum suntem îmbrăcați, fiecare din toate aceste reacții au o semnificație transmițând mult mai mult decât o simplă idee.

Metacomunicarea este deasemeni importantă, aceasta ține de felul în care noi interpretăm spusele altora, efectiv dincolo și deasupra cuvintelor. Gesturile pe care le va face vorbitorul trebuie să apară ca fiind naturale și spontane. Vorbitorul în public se presupune că datează de peste 2500 ani iar de-a lungul timpului, acest proces nu sa schimbat cu mult, ajungând cu unele mici modificări până în vremurile noastre. Este extrem de important ca ideile să fie expuse cu entuziasm, expresiv, convingător.

A comunica devine un ultim act, cu cât îl practici mai mult, cu atât devii mai bun. Dacă la început totul era încețoșat acum chiar simți plăcere și te bucuri ca un copil la cel mai mic succes. Însă toate aceste lucruri înseamnă efort susținut și comprehensiune. Cu pași mărunți te transformi într-un adept al public speaking-ului. Pentru aceasta însă mai întâi, trebuie să înțelegem ce este comunicarea; elementele dar și etapele de bază ale unui PS.

Care este scopul comunicării în public speaking, prezentarea informației va avea rol informativ sau se va avea în vedere obținerea unei schimbări în atitudinea, convingerile sau valorile audienței căreia i se adresează, discursul astfel devenind persuasiv.

În funcție de această decizie vorbitorul își va stabili obiectivele specifice și își va construi discursul. De asemenea, trebuie găsită și o idee centrală a

discursului, care să rezume ideile principale; în acest fel vorbitorul ușurează sarcina audienței de a reține și de a-și aminti elementele legate de discurs.

Contextul în care și unde are loc prezentarea are mare importanță. Comunicatorul trebuie să țină cont de ora la care va fi ținut discursul precum și de locul în care se va ține. Ora la care e ținut discursul, condițiile de mediu sau plasarea în jurul unor sărbători sau evenimente importante sociale sau politice îi influențează direct pe ascultători. Amplasarea îi poate distra semnificativ; dacă discursul este realizat în zonă maritimă, participanții vor fi cu gândul la plajă, aceeași situație dacă e zonă de munte sau una turistică.

Toate aceste elemente ce par neesențiale și țin de contextul exterior al discursului trebuie însă avute în vedere și compensate de o specială pregătire a discursului. În același timp trebuie luate măsuri pentru a face speechul mai atractiv, măsuri efective cu rol de eliminare a posibilităților de distragere a atenției.

Public speaking-ul este într-adevăr un proces de comunicare de transmitere a unor informații de înaltă calitate, a emoțiilor constructive, a unor gânduri și idei, credințe și idealuri unui auditoriu ales. Cea mai puțin complicată explicație despre cum se realizează comunicarea printr-un public speaking pare extrem de simplă: atâta timp cât comunică, tu ești o sursă de informație iar vocea ta este emițătorul ce transmite idei, atitudini, sentimente formezi în cele din urmă comportamente noi.

Pentru o reușită sigură este nevoie de aflarea feedback-ului, respectiv verificarea recepționării corecte a mesajului pentru a ști la ce măsuri să recurgem în caz de percepție sau înțelegere greșită a unor părți din comunicare; modificarea unor elemente ajustează discursul în procesul obținerii rezultatelor urmărite.

Transmițând un mesaj primești la rândul tău un alt fel de răspuns, un feedback ceea ce înseamnă că între tine și public s-a stabilit o comunicare efectivă. De multe ori răspunsul nu este cel așteptat de tine, în acest caz reformularea, clarificarea conceptelor se cere cu precădere. Se cere un grad de empatie înalt, dezvoltarea unei afinități de comunicare persuasivă. E important ca vorbitorul să păstreze contactul vizual cu membrii audienței. Contactul vizual îi dă informații directe vorbitorului despre starea audienței, despre modul în care aceștia asimilează discursul, despre forța argumentelor supuse prezentării.

Un public speaking de succes trebuie însoțit și de cele câteva materiale ajutoare, cu rol bine determinat, ele trebuie să susțină ideile discursului și să ajute la clarificarea subiectului la memorarea noțiunilor cheie către audiență. Se pot folosi benzi desenate, planșe, anumite grafice, fotografii, slideuri, și chiar filme precum și prezentări multimedia.

De o importanță majoră asemănătoare discursului propriu-zis este modul în care comunicatorul va răspunde la întrebările audienței. Răspunsurile directe ale vorbitorului au capacitatea de a întări impresia bună făcută și măresc impactul prezentării asupra audienței. Evitarea răspunsurilor însă comportamentul evaziv și afișarea unei stări de nervozitate vor avea un efect contrar, putând în anumite circumstanțe distruge tot ceea ce a construit până atunci comunicatorul.

Caracteristica de bază a „vorbitorului în public„ar trebui să reflecte caracterul vorbitorului bazându-se pe un fundament de încredere, integritate, respect și demnitate. Vorbitorul ar trebui să evite comportamente, cum ar fi stereotipurile, discriminarea, mesajele dăunătoare și chiar plagiatul.

În caz de nerezultă, trebuie verificat: dacă ideea a fost bine conturată, dacă informațiile au fost suficiente, ce situații perturbatoare au apărut, dacă receptorul are probleme de comunicare, dacă modul de transmitere a mesajului a fost adecvat, dacă auditoriul este cel așteptat etc.

În multe cazuri, analiza înregistrării unei expuneri anterioare poate fi extrem de utilă pentru corectarea unor deficiențe care apar în mod curent în expunere: vorbirea rapidă, neclară, "mâncatul" unor cuvinte, utilizarea jargonului, ticuri verbale, monotonie în intonație, lipsa de entuziasm etc.

Spre o concluzie: Comunicarea este o abilitate de care nimeni nu se poate dispensa este cea mai uzuală formă de interacțiune socială. Abilitățile de comunicare sunt importante pentru inițierea și menținerea relațiilor cu ceilalți. Modul de comunicare are impact atât asupra relațiilor cotidiene cât și asupra procesului de construcție și dezvoltare a noastră ca indivizi. Dezvoltarea astăzi a unor abilități de comunicare, va duce mâine la un model de succes.

Omul nu trăiește și nu acționează de unul singur. El este membru al societății umane și comunică permanent cu alți oameni. Comunicarea este unul din genurile de bază ale activității umane. Relația stabilită prin comunicare cu vorbitul în public poate determina simetria sau complementaritatea acțiunilor umane, apare deci ca o necesitate în a și a se convinge de ceea ce este și ceea ce nu este adevărat în legătură cu o informație, o idee, o stare cu referință directă la sistemul individual de valori, credințe, necesități precum și încrederea pe care ne-o acordăm, în cele din urmă, negreșit unii altora.

### **Bibliografie:**

1. Ion Ovidiu Pânișoară „Comunicarea eficientă” – Ed. a 3-a, rev. – Iasi: Polirom, 2008

2. Raymond V. Lesikar - Basic Business Communication, Boston, Irwin, Inc., 1991
3. James Eicher - Making the Message Clear, Scott's Valley CA, CDA Inc., 1993
4. <http://entuziasm.ro/dezvoltare-personala/vorbitul-in-public-o-unealta-pentru-dezvoltarea-ta/> (14 nov. 2015)
5. [http://highered.mheducation.com/sites/0072959827/student\\_view0/cha-pter4/index.html](http://highered.mheducation.com/sites/0072959827/student_view0/cha-pter4/index.html) (24 nov. 2015)
6. <http://study.com/academy/lesson/the-four-stages-of-the-listening-process.html> (21 nov. 2015)

## **DISCURSUL INFORMATIV ȘI PERSUASIV ÎN PUBLIC SPEAKING**

Simion Simion Dănuț lector superior  
Magistru în psihologie drd., UTM

**Cuvinte cheie:** comunicare, public speaking (PS), persuasiune, discurs informativ, discurs persuasiv.

Oamenii își exprimă emoțiile sentimentele, trăirile prin sunete și cuvinte. Ne exprimăm deoarece avem nevoie de conexiuni unii cu ceilalți, comunicăm pentru a prospera, comunicarea este parte indisolubilă a oricărui organism viu, lipsa comunicării sau blocarea ei duce la și spre stingere. Fie că dorim să recunoaștem sau nu, trăim într-o eră a tehnologiilor comunicaționale, comunicăm și consumăm zilnic biți de informație, mai mult, mai repede, mai eficient decât oricând în toată istoria omenirii. Contactul dintre noi funcționează în funcție de așteptările pe care le avem unii de la alții, iar aceste așteptări sunt de foarte multe ori departe de realitate datorită mesajelor neadecvate, intereselor diferite sau percepției deformate aspra celui cu care comunicăm.

Comunicarea este acel proces care ne permite să creștem, să evoluăm pe o scenă din ce în ce mai dinamică, ne permite să devenim conștienți de alții dar și de sine. Este acel canal relațional spre împlinirea de sine.

În viața de zi cu zi, fiecare dintre noi a fost pus în ipostaza de a vorbi în public (PS), fie pentru a susține un examen; la liceu cu colegii într-un cenaclu sau la birou cu o prezentare în fața șefilor, moment în care simți că „îți sare inima din piept”, iar frica, emoția aceasta puternică, nu te lasă nici să-ți spui numele fără ca să-ți tremure vocea. Emoțiile sunt parte integrantă