**Лекционное занятие 4.2 Эффективность форм и видов публичного выступления**

ПЛАН

1. Эффективность публичного выступления.
2. Типы аудитории.
3. Типы слушателей по умению понять смысл сообщения.

В качестве таких форм существуют и активно используются лекция-диалог, беседа в малой аудитории, реплика, публичная лекция, радиовыступление, лекция-беседа, лекция-диалог, беседа, встреча за круглым столом и др. Какие из этих форм публичного выступления наиболее эффективны?

Разумеется, эффективность той или иной формы связана с содержанием выступления, размером и характером аудитории. Однако есть исследования, которые показывают, что при прочих равных условиях слушатели отдают предпочтение вполне определенным формам общения с оратором.

Какое выступление можно считать эффективным? Конечно, для разных типов публичных выступлений эффективность может и должна пониматься по-разному. П. Сопер считает эффективным такое агитационное выступление, когда удалось убедить двух-трех сторонников оппозиционной партии. В информационных речах, видимо, эффективность определяется понятностью и запоминаемостью материала. В протокольно- этикетных и развлекательных речах эффективность определяется тем, приятно ли было слушать, смотреть на выступавшего, остроумно ли он говорил, все ли правила этикета были соблюдены лектором.

Проводились исследования по определению популярности лектора. Популярность определялась как желание аудитории вновь встретиться с тем или иным лектором. Исследование показало, что популярны те, кто дает слушателям: не менее 30 % новой информации; не менее 40% обязательной; не более 30% ненужной.

Непопулярными были признаны лекторы, которые дают: но- вой информации менее 30%, ненужной — более 30%. Усвоение материала у таких лекторов составляет около 30%. Таким образом, можно сказать, что эффективны лекции, в которых правильно дозирована необходимая для слушателей информация, т.е. информативные лекции.

Аудитории можно разделить на типы по многим основаниям. Наиболее существенные для практики следующие:

по возрасту — детская, молодежная, среднего и старшего возраста;

по отношению к оратору — благожелательная, равнодушная и неблагожелательная;

по уровню подготовленности — хорошо подготовленная, подготовленная и малоподготовленная;

по уровню образованности — высокообразованная, малообразованная;

по профессиональному признаку — представители точных наук, гуманитарии, учащиеся, работающие и т.д.;

по размеру — большая, небольшая; по степени однородности — однородная, разнородная;

по типу психики — ригидная и гибкая;

по тендерному признаку — мужская и женская;

по национальному признаку — аудитория различной национальности;

по уровню понимания — слушатели, воспринимающие без понимания, понимающие тему и предмет сообщения, понимающие содержание и овладевающие им;

по отношению к воспринимаемой информации — сверхактивные, сопереживающие, потенциальные и негативные;

по умению понять смысл сообщения — четыре типа слушателей . Предлагаем ниже рекомендации по выступлению в различных типах аудитории. Они носят комплексный характер, включая известные на настоящий момент и проверенные ораторской практикой правила эффективного риторического воздействия на конкретную аудиторию.

Обычно выделяют три уровня подготовленности аудитории и соответственно три вида аудитории по степени подготовленности: хорошо подготовленная, подготовленная и неподготовленная (малоподготовленная) аудитория. К хорошо подготовленной аудитории относят обычно аудиторию, включающую слушателей среднего и пожилого возраста, имеющих высшее и среднее специальное образование, достаточный жизненный и социальный опыт, внутренние мотивы к познанию окружающего мира. Это обычно руководители разного уровня, профессорско-преподавательский состав, политики.

Для женской аудитории характерна высокая эмоциональность восприятия; эта аудитория предпочитает воспринимать информацию на слух; у нее ослаблен или полностью отсутствует интерес к экономическим, научно-техническим и спортивным темам; она обычно менее информирована по всем вопросам по сравнению с мужской аудиторией. При этом женская аудитория охотнее собирается на различные лекции и выступления. При выступлении перед женской аудиторией рекомендуется: индуктивная подача информации, высокая эмоциональность изложения, апелляция к бытовым проблемам и примерам, случаям из повседневной жизни, проблемам семьи, максимальное использование наглядности.

Мужская аудитория особенно нетерпелива к длиннотам, не любит слишком подробное «разжевывание» материала. Надо обязательно выдерживать регламент. При выступлении в мужской аудитории можно рекомендовать умеренную эмоциональность и преимущественно дедуктивную подачу материала. В мужской аудитории не следует слишком явно делать выводы за аудиторию; целесообразно использовать более абстрактное изложение. Мужская аудитория допускает рассмотрение двух-трех вопросов в одном выступлении; для данного типа аудитории обязательно давать аргументацию каждого выдвигаемого тезиса.

Для мужской аудитории следует использовать рациональное построение выступления, причем его структура должна быть очевидной для аудитории — мужчины это любят. Эффективно использование перечисления. На вопросы в мужской аудитории надо отвечать максимально кратко.

Специфика молодежной аудитории столь значительна, что о ней следует поговорить более подробно. Какие же основные признаки характеризуют молодежную аудиторию? Приведем их в виде простого перечисления: беззаботность; необремененность житейскими проблемами; неразвитость способности к логическому мышлению; эмоциональное восприятие преобладает над рациональным; неприязнь к наставлениям, прямым назиданиям; стремление к «критиканству» (огульная критика без конкретных предложений); максимализм в суждениях и оценках; болезненная чувствительность к противоречиям, неправде; податливость к внушению, манипулированию; страсть к победам, внимание к победителям; тяга к новизне, новому; любознательность; интерес к проблемам литературы, искусства, музыки; интерес к морально-этическим проблемам; любовь к личностной интерпретации фактов; стремление к опоре на конкретные факты; низкий уровень внимания; высокий уровень доверия к информации, воспринимаемой на слух; доверие к мнениям сверстников; любовь к яркости, зрелищности, наглядности; легкость эмоционального заражения; легко теряют нить повествования; в споре легко переходят от темы к теме, от факта к факту; любят юмор, шутки; ценят веселых людей; ждут понимания проблем молодежи от старшего поколения, от взрослых.

Молодежная аудитория резко отрицательно относится к тем, кто пытается выгораживать кого-либо, скомпрометированного общественным мнением; молодые люди любят и лучше понимают быструю речь. Существует дифференциация и самой молодежной аудитории. Выделяют три группы молодежи: 18—25 лет — высокое развитие мышления, памяти, низкое внимание; 26—29 лет — более низкое развитие мышления и памяти, высокое внимание; 30—33 года — высокое развитие памяти, мышления и внимания. После 33 лет наблюдается постепенное угасание всех интеллектуальных функций, если человек не занимается профессиональной интеллектуальной деятельностью. Разумеется, все сказанное следует учитывать, выступая перед молодежной аудиторией. Что можно рекомендовать оратору в этом случае? Использовать дедуктивную (для аудитории старше 25 лет) и индуктивную (для слушателей до 25 лет) подачу материала. Рассматривать один-два вопроса, не больше. Темп речи должен быть достаточно быстрым. Избегать прямых назиданий, морально-оценочных рекомендаций в адрес аудитории.

Основным способом убеждения следует избрать эмоциональное воздействие, логические доводы должны лишь закреплять воздействие, оказанное на чувства и веру. Необходимо избегать абстрактных логических рассуждений, широко использовать наглядность, яркие схемы, слайды, музыку, а также юмор, шутку, смешные истории и случаи. Не рекомендуется плохо говорить о сегодняшних кумирах молодежи, не надо пытаться реабилитировать в глазах молодежи тех, кто осужден общественным мнением. Оратору надо не замалчивать правду, недостатки, а показывать пути их исправления.

Основные особенности детской аудитории: эмоциональная непосредственность, неусидчивость, быстрая утомляемость, высокая заражаемость, страсть к копированию; непонимание подтекста высказываний, иронии (приблизительно до 12— 13 лет); дети предпочитают событийное изложение, хорошо понимают только его; очень любят наглядность, яркость, зрелищность; они нетерпимы к длиннотам; упорно отстаивают свои вкусы, требуют их уважения; любят «рыжих клоунов», т.е. людей с отклоняющимся поведением. С 12—13 лет у детей наблюдается кризис в общении с взрослыми, они требуют отношения к ним как к взрослым. Возникает тяга к подробностям взрослой жизни; дети больше верят устно сказанному, ждут постоянного внимания и одобрения своей деятельности.

В данной аудитории преобладает обычно интерес к материальному благосостоянию. Такая аудитория любит слушать о сопоставлении разных стран, людей, социальных групп и т.д. и анализировать результаты таких сопоставлений. Возрастает интерес к проблемам семьи, работы. В данной аудитории уже можно в одном выступлении рассматривать 3—4 вопроса. В аудитории старше 25 лет наиболее эффективной оказывается дедуктивная подача материала. Следует строить выступление как некоторое сравнение или сопоставление. Эффективны апелляции к жизненным проблемам и ситуациям, связанным с материальной стороной жизни людей

Оратору нередко приходится сталкиваться с тем, что аудитория или ее часть не в состоянии понять в полной мере смысл его выступления, его идеи. В этом может быть виноват не только оратор, не сумевший достаточно убедительно изложить материал. Непонимание может быть обусловлено низким уровнем способности к восприятию информации, характерным для слушателей. Исследования восприятия людьми информации, поступающей к ним в языковой форме, показали, что можно выделить несколько уровней понимания. 1. Восприятие без понимания. Человек слышит речь, но не понимает ее смысла. Например, так мы воспринимаем песню на незнакомом языке. К этой же категории относится так называемое шумовое восприятие языка, т.е. восприятие некоторого сообщения или чужой речи как шума, отвлекающего от какой-либо деятельности (например, шумовое восприятие телевизора во время общего разговора).

2. Уровень понимания предмета речи, темы. В таком случае слушатель может ответить на вопрос: о ч е м?, но не сообщит никаких подробностей. Например, филолог на лекции по квантовой физике поймет, возможно, только то, что речь шла о квантовой физике. В данном случае слушатели оценивают, как это ни странно, форму изложения — у них всегда есть мнение, интересным ли было выступление, но данная оценка не содержательна, а чисто эмоциональна.

3. Уровень понимания содержания сообщения. Здесь выделяют три подуровня: а) слежение за общим содержанием. Слушатель способен ответить на вопрос: о чем? и частично — на вопрос: что? В данном случае запоминаются совершенно бессистемно отдельные факты, чисто случайно привлекшие внимание слушателей. Так, на одной из лекций о международном положении слушательницы-доярки поняли и запомнили из всего выступления оратора только то, что бывший президент США Д. Картер 11 лет командовал подводной лодкой; б) понимание фактов и их последовательности. Слушатель способен ответить на вопросы о чем? что? На таком уровне понимания находится рассказчик, передающий содержание «Евгения Онегина»: Сперва она его любила, а после он ее любил; в) сопоставление фактов, оценка логики изложения, новизны и степени вызываемого интереса.