

33.05.01 ФАРМАЦИЯ

Дисциплина
ЭФФЕКТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ



СЕЧЕНОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
НАУК О ЖИЗНИ

Публичные выступления

План лекции

1. Понятие и виды публичных выступлений.
2. Модели убеждающей коммуникации.
3. Этапы работы над публичным выступлением.
4. Анализ публичных выступлений.

Ритóрика (др.-греч. ῥητορικὴ τέχνη «ораторское искусство» ← ῥήτωρ «оратор») — филологическая дисциплина, изучающая искусство речи, правила построения художественной речи, ораторское искусство, мировоззрение и красноречие^{[1][2]}. Первоначальное значение слова *риторика* — наука об ораторском искусстве — впоследствии расширилось до теории прозы, аргументации. Европейская риторика началась в Древней Греции, в школах софистов^[3], практиковавших обучение красноречию и собиравших стилистические и грамматические правила. Риторика развивалась под влиянием Аристотеля^[4], Цицерона и Квинтилиана. Расцвет христианского красноречия относится к IV–V векам. Западное красноречие было особенно сильным в Италии (Бембо и Кастильоне; XVI век), где, благодаря противостоянию латинского (научного) и итальянского (народного) языков получило развитие учение о трёх стилях. В России до Петра I существовало исключительно духовное красноречие^[5], которое преподавали в юго-западных духовных школах с XVII века. Первые русские научные труды по риторике были изданы М. Ломоносовым («Риторика», 1748; «Рассуждение о пользе книг церковных», 1757)^{[6][7]}. В XX веке слово «риторика» стало пониматься в двух значениях^[8]:

- 1.изучение античной филологии и её изводов с позиций истории
- 2.устная ораторская практика.

Публичное выступление

Публичное выступление (публичная речь) – это выступление оратора перед непосредственно присутствующей в зале аудиторией.

При создании публичной речи вы должны отчётливо понимать, какова цель вашего будущего выступления, каким оно должно быть в плане содержания и наличия эмоций.

Классификация публичных выступлений (по форме)

- ✓ **Доклад** - развернутое сообщение, которое раскрывает какую-либо важную научную или общественно-политическую проблему.
- ✓ **Сообщение** - небольшое по времени (5-10 минут) выступление, в котором рассматривается один небольшой вопрос или проблема. Сообщение - это маленький доклад на частную тему.
- ✓ **Выступление** - краткое, обычно подготовленное сообщение при обсуждении какого-либо заранее объявленного вопроса (3-5 минут).
- ✓ **Лекция** - связное, развернутое научное или научно-популярное изложение какого-либо вопроса специалистом.
- ✓ **Беседа** - развернутый, подготовленный (то есть заранее продуманный оратором) диалог со слушателями. Беседа может включать достаточно продолжительные отрезки речи оратора (монологи), но она предполагает обязательное задавание вопросов слушателям, выслушивание, анализ и комментирование их ответов.

Классификации публичных выступлений (по цели)

Матрица «Информирование – Влияние»



Классификации публичных выступлений (по цели)



Критерии:

- ✓ насыщенность публичной речи информацией, информативность
- ✓ насыщенность речи эмоциями

1. Информационная речь

Цель информационной речи – сообщить некоторую информацию, передать какие-либо данные, сведения.

Жанры информационных выступлений: научный доклад, сообщение, лекция перед студентами, монолог преподавателя при объяснении, рассказ о каком-либо случае или описание некоторого явления, ответ студента на занятии, защитное слово. Инструкция, объявление о предстоящем событии тоже относятся к информационным выступлениям.

2. Этикетная речь

Цель этикетной речи – соблюсти традиции общения в той или иной официальной ситуации, выполнить соответствующие требования этикета, ритуала.

Жанры этикетных выступлений: речь при встрече официальных гостей, официальное поздравление юбиляра, приветственная речь на открытии какого-либо мероприятия, учреждения, представление собравшимся какого-либо лица с краткой его характеристикой; похвальная речь в адрес кого-либо или чего-либо; вступительное слово при открытии какого-либо мероприятия / заключительное слово при подведении итогов, закрытии (встречи, собрания, конференции, съезда, торжественной линейки в начале учебного года).

3. Развлекательная речь

Цель развлекательной речи – улучшить настроение слушателей. Она содержит шутки, анекдоты и т. п. Такие речи произносятся в дружеской компании или на увеселительных мероприятиях.

Жанры развлекательной речи: неофициальные тосты, речи на банкетах, рассказы об интересных происшествиях, смешных случаях из жизни и др.

4. Убеждающая речь

Цель убеждающей речи – убедить аудиторию в правильности занимаемой оратором позиции, сформировать, укрепить или изменить мнение слушателей по этому вопросу. Убеждающая речь может содержать прямой призыв к совершению действия самими слушателями.

Жанры убеждающих речей: выступления в научных и политических дискуссиях, предвыборные, агитационные, рекламные выступления.

Убеждающая коммуникация

Убеждающая коммуникация представляет собой своего рода модель речевого коммуникативного процесса с обозначением его отдельных звеньев.

Смысл построения такого рода моделей в том, чтобы при повышении эффективности воздействия не упустить ни одного элемента процесса.

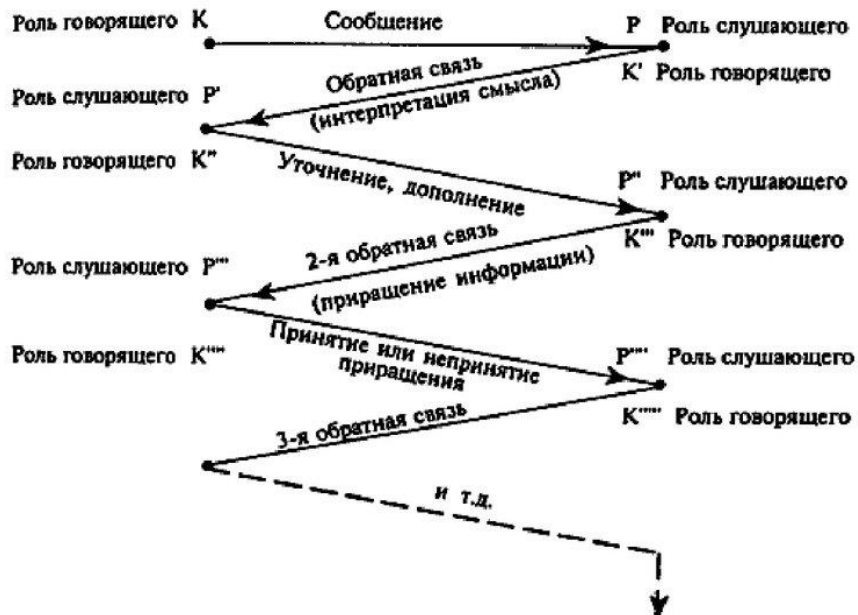
Для учета всех переменных, включенных в процесс речевой коммуникации, К.Ховландом предложена «матрица убеждающей коммуникации».

Модели убеждающей коммуникации



СЕЧЕНОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
НАУК О ЖИЗНИ

Теория убеждающей коммуникации Ховланда



При продолжении диалога — новые «втки» информации

В 1942 г. Ховланд продолжая исследования в Йельском университете, обнаружил, что успешный процесс убеждения включает три последовательных этапа:

«Внимание — Понимание — Принятие»,

то есть слушатели должны обратить внимание на соответствующее сообщение, понять его содержание и согласится с ним.

Матрица убеждающей коммуникации

- | | |
|-----------------------------------|---------------------|
| 1. Кто? (передает сообщение) | - Коммуникатор |
| 2. Что? (передается) | - Сообщение (текст) |
| 3. Как? (осуществляется передача) | - Канал |
| 4. Кому? (направлено сообщение) | - Аудитория |
| 5. С каким эффектом? | - Эффективность |

Элементы организационной коммуникации

Уточненная модель коммуникации
Лассуэлла (1967 г.):

- «кто?»
- «с каким намерением?»
- «в какой ситуации?»
- «с какими ресурсами?»
- «используя какую стратегию?»
- «оказывает влияние на какую аудиторию?»
- «с каким результатом?»

Модели убеждающей коммуникации

Модель вероятности сознательной обработки информации (ВСО)

Р. Петти и Дж. Качиоппо

Два пути, ведущих к убеждению:

- **Центральный** - требует от получателя когнитивных усилий для оценки информации.
Характеристики установок: 1) доступность; 2) постоянство; 3) предсказуемость поведения; 4) устойчивость
- **Периферический** – не связан с когнитивными усилиями
 - *Простые ориентиры*
 - *Использование экспертного мнения*
 - *Эффект массовости*

Основные способы подготовки к публичному выступлению

1. **Экспромт** - выступление без подготовки.
2. **План-конспект выступления** - заранее готовится подробный план, где каждый пункт плана сопровождается кратким указанием основных идей, которые должны быть изложены.
3. **Текст выступления** - готовится полный текст выступления, который затем в процессе выступления полностью зачитывается.
4. **Воспроизведение наизусть** - выступление заучивается и воспроизводится по памяти, без опоры на какие-либо записи.

Психологическая подготовка к выступлению

1. Не бойтесь слушателей.
2. Сконцентрируйте внимание не на своих собственных переживаниях, а на содержании своей речи. Слушателям интересно то, ЧТО вы говорите, а не то, КАК вы говорите.
3. Оставьте себе «резервные знания» - это укрепит вашу уверенность.
4. Не готовьтесь в день выступления.
5. За час-полтора до выступления не занимайтесь неожиданными и непривычными для вас делами, не начинайте новых дел - это рассеет ваше внимание.
6. Постарайтесь не есть перед ответственным выступлением.

Этапы работы над публичным выступлением

1. Подготовительный этап

2. Произнесение речи

3. Рефлексия

Подготовка к выступлению перед аудиторией

- ✓ определение темы, цели и задач выступления
- ✓ оценка аудитории и обстановки



Требования для разных аудиторий

Большая аудитория	МАКСИМУМ ДЛЯ ВСЕХ	Малая аудитория
▪ ораторского мастерства ▪ четкости в работе с визуальными средствами и управлении сценой ▪ выдержки и организаторских качеств ▪ умения видеть всю аудиторию в целом и каждого участника в отдельности	▪ доброжелательности ▪ вопросов и ответов ▪ внимания к невербальным сигналам аудитории ▪ умения владеть своими эмоциями, самообладания	▪ неофициальности ▪ гибкости в последовательности и содержании ▪ знания участников презентации по имени и позициям ▪ примеров из их практики или сферы деятельности

Создание доклада

Письменная коммуникация и устная речь сильно различаются.

Письменная информация	Устная речь
Читатель может свободно обращаться с источником информации. <i>Он может:</i> ▪ Сам регулировать скорость работы с материалом, читать медленно или быстро; ▪ Вникать в суть написанного или пробежать материал глазами; ▪ Прерывать чтение; ▪ Возвращаться к прочитанному; ▪ Заглядывать в конец текста.	Слушатель в большей степени привязан к конкретным условиям речевой ситуации и к говорящему. Особенности восприятия и переработки информации во многом зависят от оратора (стиль речи, скорость передачи информации и другие характеристики речи). <i>Он может:</i> ▪ Не успевать за скоростью и темпом речи выступающего; ▪ На какое-то время отвлекаться от того, что говорит выступающий; ▪ Неверно истолковывать слова и мысли выступающего.

Структура публичного выступления

Тема:.....

Цель:.....

1. Вступление.

Цель: заинтересовать аудиторию.

2. Основная часть.

Цель: информировать, убедить, мотивировать.

Ключевая идея 1: Мотивация Доказательства Краткий вывод Переход

Ключевая идея 2: Мотивация Доказательства Краткий вывод Переход

Ключевая идея 3: Мотивация Доказательства Краткий вывод Переход

3. Заключение.

Примерное распределение времени:

☐ вступление – 10-15%

☐ основная часть – 60-65%

☐ заключение – 20-30%



Барьеры публичных выступлений

- Если у вас нет четких целей, то цели других захватят вас.
- Если вы плохо подготовлены, то страх и волнение разрушают вас.
- Если вы хорошо подготовлены, то страх и волнение разогревают вас.

ПРИЧИНЫ И ВИДЫ СТРАХА:

1. Страх потерять лицо
2. Страх враждебности
3. Страх вопросов
4. Страх некомпетентности
5. Страх все забыть
6. Страх ошибиться
7. Страх показать свой страх



Общие требования к публичному выступлению

1. Решительное начало выступления
2. Драматизм
3. Сдержанная эмоциональность
4. Краткость
5. Диалогичность
6. Разговорность
7. Установление и поддержание контакта с аудиторией
8. Понятность главной мысли
9. Решительный конец

Риторические позиции коммуникативного самоубийства

- ✓ **позиция наставника** (оратор нравоучителен, категоричен)
- ✓ **позиция трибуна** (преувеличенный пафос)
- ✓ **позиция просителя** («потерпите, я скоро закончу»)



При публичном выступлении могут возникать следующие типичные затруднения:

- ✓ **нелогичность** (непоследовательность в изложении сути, нечеткая аргументированность излагаемого материала, отсутствие ясности и четкости в достижении поставленных целей)
- ✓ **проблема самовыражения** (недостаточная эмоциональность, зажатость, монотонность выступления, несоответствие внутреннего состояния и внешних признаков)
- ✓ **эгоцентризм** (не учитывается плюрализм мнений; неспособность понять иное, чужое мнение)
- ✓ **некомпетентность** (недостаток информации, некомпетентность в конкретных вопросах)
- ✓ **проблема контакта** (трудности контакта с аудиторией, не удается расположить слушателей убеждением и т. п.)
- ✓ **проблема самоконтроля** (трудно преодолеть волнение, неумение вести себя и т. п.)
- ✓ **проблема выхода из контакта** (сумбурность и незавершенность выступления, плохое окончание и неудачный выход из разговора)

Позиция оратора в ходе выступления

- ✓ **Позиция информатора:** чистое изложение некоторого материала, сопровождающееся предупреждением о возможных ошибках в понимании. С этой позиции обычно излагается инструктивная или директивная информация.
- ✓ **Позиция комментатора:** обычно занимают, если аудитория основное знает и ждет дополнительных сведений и личных оценок.
- ✓ **Позиция собеседника:** оратор разделяет интересы и заботы аудитории, выступает «на равных», обращается к аудитории с просьбой высказать свое мнение, широко использует вопросы.
- ✓ **Позиция советчика:** слушатели хорошо подготовлены в базовой области. Оратор в таком случае лишь как бы «расставляет акценты».
- ✓ **Позиция эмоционального лидера:** в аудитории приподнятое настроение, если самого оратора хорошо знают и ждут с интересом и нетерпением. В позиции эмоционального лидера оратор чувствует себя достаточно свободно, допустимы импровизированные отступления от темы.

Сложные ситуации возникают, когда докладчику адресуются:

- 1) наивные вопросы и критика авторитетных людей, не являющихся специалистами в обсуждаемой проблеме (сложность в том, что, опровергая такую критику с помощью азбучных истин, ставишь в неудобное положение маститых оппонентов, которые болезненно реагируют на это);
- 2) ироничные вопросы с «подковыркой» молодых жизнерадостных людей, желающих повеселить аудиторию (ответ возможен либо в духе мягкого юмора, либо серьезным тоном с подчеркиванием недопустимости недооценки важности обсуждаемого вопроса);
- 3) сложные вопросы, затрагивающие малоизвестную докладчику смежную область и заданные с целью «прощупать» эрудицию и находчивость докладчика (лучше ответить: «Нельзя объять необъятное» или «Решение этой задачи не предусматривалось в нашем исследовании»);

Сложные ситуации возникают, когда докладчику адресуются:

- 4) вопросы, на которые докладчик уже отвечал, а также вопросы несуразные и критика тех, кто невнимательно слушал и недопонял суть обсуждаемого дела (здесь важно не впадать в шок от замечаний оппонента, не заявлять ожесточенно: «Я ведь это уже объяснял!», а спокойно и кратко повторить ответ, используя фразу: «Как уже отмечалось...»);
- 5) вопросы-замечания о несоответствии выводов докладчика мнению некоего авторитета, имя которого подчас никому ничего не говорит (может помочь ответ: «По мере того как накапливаются новые факты, многие ранее казавшиеся бесспорными истины, провозглашенные даже авторитетами, пересматриваются»);
- 6) вопросы, принижающие значимость проблемы или полученных результатов (поскольку в такой ситуации задевается самолюбие выступающего, важно не откликнуться эмоциональной вспышкой, а оценив степень провокационного вопроса, ответить заранее продуманной фразой).

Завершение публичного выступления

Заключение имеет две основные функции - напомнить главную мысль и объяснить, что с ней «надо делать».

Варианты концовок:

- ✓ Цитата, крылатое изречение, поговорка, народная мудрость
- ✓ Обобщающий вывод
- ✓ Обращение к слушателям
- ✓ Подытоживающее повторение
- ✓ Иллюстрация
- ✓ Кульминация
- ✓ Комплимент аудитории
- ✓ Юмористическая концовка
- ✓ Благодарность за внимание

Анализ выступления

ать аудиторию (вводная часть)

ключевых идей (основная часть)

имеры, ссылки)

д для аудитории (заключение)

едующих действий (заключение)

ия

тересованности аудитории

овать ситуацию

х элементов

Анализ выступления

3. Оформление наглядных средств

- ✓ конкретность (не перегруженность информацией)
- ✓ соответствие характеру выступления и аудитории
- ✓ единство стиля

4. Невербальные элементы выступления

- ✓ речь (четкость, понятность, интонация, темп)
- ✓ визуальный контакт
- ✓ мимика
- ✓ жесты, поза
- ✓ освоение пространства
- ✓ работа с техническими средствами

Анализ выступления

5. Ответы на вопросы

- ✓ прояснение вопросов
- ✓ лаконичность
- ✓ содержательность
- ✓ владение инициативой



Оценка видеозаписи презентации

Лучшим способом проанализировать свое выступление – это снять его на видеокамеру, а затем провести оценку видеозаписи.

Сценарий

Начало - «танцующий» шаг

Тихий, нетвердый голос

Постоянно или никогда не улыбался

Нервно передвигался по аудитории

Неуверенное владение информацией

Повторение одного и того же жеста

Использование одной голосовой тональности

Подача материала без пауз

«Блуждающий» взгляд по аудитории

Поворот спиной к аудитории

Пытался делать несколько дел одновременно

До начала презентации стоял прямо в течение трех секунд

Твердый, ясный голос

Улыбался при необходимости

Уверенно передвигался по аудитории

Хорошее владение информацией

Использование различных жестов во всех трех зонах

Использование голосовых модуляций

Эффективное использование пауз

Зрительный контакт с аудиторией

Выступление лицом к аудитории

Управлял вниманием аудитории



Сеченовский Университет
НАУК О ЖИЗНИ



Сеченовский Университет
НАУК О ЖИЗНИ

Спасибо за внимание!