

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/318270>

Тип работы: Реферат

Предмет: Русский язык и культура речи

Введение 3

1 Особенности аудитории: размер, уровень понимания, изучение возможных реакций 4

2 Аудитория и ее мотивы 7

3 Особенности привлечения внимания различных аудиторий 9

Заключение 14

Список литературы 15

Введение

По мнению О.А. Бaeвой, аудитория является базовым элементом любой устной презентации и «так как речь создается именно для аудитории, стоит особенно тщательно изучить эту составляющую». Оратор способен максимально повысить успех своего выступления, если будет владеть всей необходимой информацией о будущей аудитории и сможет грамотно применить полученные данные в процессе подготовки речи.

Определение характеристики аудитории позволяет оратору правильно начать выступление, более направленно, более действенно излагать тему, выделяя то, что нужно именно для этой аудитории. Большое значение для определения характеристики аудитории имеет правильная оценка основных доминирующих мотивов, побудивших слушателей прийти на лекцию. Известно, что всякое человеческое действие обусловлено причинами и мотивировано необходимостью удовлетворения вызвавшей его потребности. Мотив – это то, что стимулирует, побуждает совершать то или иное действие. Например, посещение и слушание лекции неизбежно мотивируется удовлетворением определенных духовных потребностей морального, интеллектуального или эстетического плана. Человек на лекцию идет, чтобы удовлетворить высшие духовные потребности – потребности в получении новых знаний, потребность в мыслительной активности, потребность ощутить прекрасное и т. д.

Целью данной работы является рассмотрение вопроса портрета аудитории.

1 Особенности аудитории: размер, уровень понимания, изучение возможных реакций

На самом первом этапе необходимо определить размер аудитории.

Очевидно, что небольшие группы наиболее удобны для обсуждения и убеждения. Следовательно, когда мы имеем дело с группой, состоящей из 12 человек и более, полноценное обсуждение становится весьма затруднительным, а иногда невозможным.

Согласно Э. Джей, существует «прямая зависимость между целью и размером аудитории, ведь чем меньше цель предполагает участие аудитории в презентации, тем больше может быть размер аудитории».

Кроме того, необходимо владеть дополнительной информацией относительно аудитории. При подготовке к выступлению оратору стоит определить некоторые моменты, а именно:

1. Эмоциональный настрой: будет ли аудитория дружелюбна, безразлична или не согласна с поставленной точкой зрения.

2. Заинтересованность в теме выступления и уровень знаний слушателей в рамках обсуждаемой тематики.

3. Степень понимания и образованности аудитории.

4. Личностное отношение публики к оратору (если аудитория знакома с оратором).

Продумав описанные аспекты, выступающий сможет выбрать лучшую стратегию.

Рассмотрим вышеупомянутые характеристики подробнее. Далее представлены методические рекомендации по списку пунктов, в соответствии с которыми проводится более детальный анализ аудитории:

1. Размер и состав аудитории. Необходимо спрогнозировать, сколько человек придет на презентацию и выяснить, есть ли у них какие-либо политические, религиозные, профессиональные комплексы или предубеждения. Стоит проанализировать соотношение мужчин и женщин, возраст присутствующих, отношение присутствующих к определенным социальным и этническим группам, профессиональные аспекты деятельности присутствующих.

2. Анализ возможной реакции публики.

Выступающему следует определить отношение аудитории к предмету презентации, заинтересованность в теме и реакцию на презентации подобного рода в прошлом (если таковые были). Также необходимо решить, как и какие акценты стоит расставить в презентации.

- 1) Баева О. А. Ораторское искусство и деловое общение. Минск: Новое знание, 2001.
- 2) Джей Э. Эффективная презентация. Минск: Баланс Бизнес Букс, 2004.
- 3) Епифанов Н. В., Медведева С. А. Контакт с аудиторией: искусство заинтересовать слушателей и удержать их внимание// ВЕСТНИК ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО КОНСОРЦИУМА СРЕДНЕРУССКИЙ УНИВЕРСИТЕТ. СЕРИЯ: ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ. 2015. № 5. С. 46-48
- 4) Маликова А. Когнитивные аспекты в ораторской речи// НАУКА И МИР. 2019. № 5. С. 82-84
- 5) Осолодкова Е.В. Психологические мотивы слушателей лекции// ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ. Сборник статей Международной научно-практической конференции. Том Часть 2. 2019. С. 140-142
- 6) Семёнова Ю. И., Федоринова В.В. Структура анализа аудитории при подготовке устной презентации//АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ИНОЯЗЫЧНОГО ОБРАЗОВАНИЯ. 2017. № 6. С. 25-27

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/referat/318270>