

Муниципальное автономное учреждение дополнительного образования
Дом детского творчества
Октябрьского района города Ставрополя

Методические рекомендации

Технология составления самопрезентации

(Школа молодого педагога)

Подготовила:
Методист Ряжская Е.С.

Ставрополь, 2020г.

Самопрезентация обычно бывает двух видов. Это может быть рассказ о себе, например, в начале публичного выступления. Более частый случай — представление себя во время презентации своего опыта или просто общения. При этом слушатели воспринимают не только изложенные факты, но и манеру держаться и говорить, логику изложения, проявляемые эмоции, готовность принять чужую точку зрения, даже чувство юмора. Всё это, как и многое другое (имидж, впечатление, одежда и др.), влияет на мнение окружающих о выступающем как о профессионале и личности.

Педагог, в силу специфики своей деятельности, должен знать, как именно ему следует привлечь и удержать внимание учащихся, их родителей, коллег, как эффективно использовать в процессе самопрезентации вербальные и невербальные средства воздействия на аудиторию.

Технология самопрезентации включает разработку следующих этапов: подготовку устного выступления и определение его структуры, отбор способов компоновки материала и приёмов, используемых для привлечения внимания слушателей.

В процессе подготовки выступления выделяют две фазы:

- 1) *докоммуникативную* (обдумывание темы, оценка аудитории и сбор материала);
- 2) *коммуникативную* (определение структуры выступления, продумывание приёмов управления аудиторией).

Докоммуникативная фаза

Определение и обдумывание темы и цели выступления. Установление главного тезиса.

В педагогической деятельности чаще всего тема занятия, беседы, доклада определяется социальным заказом, программой, расписанием и т.д. Тем не менее, педагог должен хорошо представлять себе конкретные цели и задачи своего выступления, уметь сформулировать главный тезис, который стал бы стержнем предстоящего выступления. Формулировка основного тезиса помогает ответить на вопрос: зачем говорить и о чём говорить.

Сбор материала

Сбор материала представляет собой поиск и прочтение необходимой литературы, фиксирование своих собственных мыслей по данному вопросу. Сбор материала, как и вся подготовка в целом, требуют времени. Регулярная работа ведет к большому успеху.

Оценка аудитории и обстановки

При оценке аудитории и обстановки следует принять во внимание следующие общие характеристики аудитории: возраст; уровень образования; профессия; цель прихода людей на выступление; уровень заинтересованности в теме; уровень осведомлённости в данном вопросе.

Место выступления также может оказать влияние на характер выступления. Выступающий должен представлять себе размер аудитории, количество людей, в ней присутствующих. Если выступление предполагает использование микрофона или какого-либо иного оборудования, то

необходимо проверить действие техники перед выступлением, а не во время него.

Коммуникативная фаза

Коммуникативная фаза выступления — это непосредственно сам процесс произнесения речи. Выделяют следующие типы речи.

Заученная наизусть речь. Такая речь чаще всего используется в тех случаях, в которых имеет значение каждое слово и может навредить каждая ошибка (например, выступление с результатами научного исследования). Такая речь требует серьёзной подготовки, тщательного составления текста. Но при этом написанная и заученная речь чаще всего оказывается сухой и маловыразительной. Она не способно долго удерживать внимание слушателей, поэтому её лучше не затягивать.

Написанная и прочитанная по записи речь. Такой тип подготовки речи освобождает память от излишнего напряжения, но при этом делает речь мёртвой, лишает её живости, возводя тем самым преграду между докладчиком и слушателем. Когда выступающий непрерывно смотрит в написанный текст, то полностью утрачивает связь с аудиторией. Данный способ выступления может быть использован для тренировки голоса.

Импровизированная речь может получиться вполне интересной, при условии, что она будет чётко структурирована, высказанные идеи будут упорядочены, а докладчик хорошо подготовлен.

Предварительно подготовленная и отрепетированная речь. Данный тип речи имеет ряд существенных преимуществ. Во-первых, он приучает выступающего заранее продумывать и организовывать свои мысли, составлять план предстоящего выступления. Во-вторых, даёт возможность педагогу вступать в живое общение с аудиторией. Подобный тип речи является наиболее удачным для подготовки публичного выступления. К тому же выступающий всегда может иметь при себе план или конспект выступления.

Структурирование речи

Структурный план — это основа успешного доклада, сообщения

Вступление и заключение доклада

Целью, с которой составляется введение, должно быть привлечение внимания аудитории. Во введение должно входить: раскрытие главной идеи речи, как можно более точная формулировка темы и её расшифровка в случае, если она будет сложной.

Введение не должно быть длинным. В нём акцентируются основные моменты раскрываемой темы.

Заключение — это суммирование и обобщение выводов, которые следуют из основной цели и магистральной идеи выступления.

Заключение может содержать в себе повторение сказанного в сокращённом виде.

В заключении усиливается и концентрируется стержневая мысль всей произнесённой речи, и поэтому особой с ясностью и отчетливостью следует обозначать главные мысли. Любому слушателю, когда он слышит заключение, должно быть понятно, что имеется в виду.

Поведение оратора

Одним из неотъемлемых аспектов самопрезентации является поведение оратора, которое может как способствовать успешности выступления, так и полностью испортить его. Говоря о манере поведения, следует, прежде всего, иметь в виду такие выразительные телодвижения, как поза, жестикация рук и мимика.

При выступлении педагога наиболее приемлемы свободные и естественные жесты, непринуждённая поза, но без лишней небрежности и импульсивности. Естественное напряжение, в котором находится оратор во время произнесения речи, будет передаваться слушателям непосредственно, без наигранности.

Возможно использование жестов приглашающих, отвергающих, повелительных или вопросительных, и их следует направлять как на контроль за вниманием аудитории, так и на расстановку акцентов в наиболее существенных моментах речи. Мимика не должна выходить за рамки естественной, лучше не привлекать внимание аудитории, чем отталкивать или отвлекать.

Внешний облик оратора

Самопрезентация неразрывно связана с понятием *имидж*, что в переводе с английского означает «образ». В российском понимании «имидж» и «образ» не одно и то же. Прежде всего, потому, что в русском языке слово «образ» имеет, как минимум, пять разных значений: вид, облик, характер, поря-
Имидж — мнение, суждение, содержащие оценку и отношение. Имидж выступающего важен, поскольку он формирует готовность слушателей действовать тем или иным образом.

Впечатление — образ, отражение, след, воздействие, влияние, эффект. Первое впечатление содержит эмоциональный и оценочный компоненты. При формировании первого впечатления фиксируются: внешний облик; экспрессия, внешняя выразительность; выполняемые действия; предполагаемые качества личности. Большое значение имеет так называемый «эффект ореола», который проявляется в том, что при формировании первого впечатления общее позитивное впечатление о человеке приводит к переоценке, а негативное — к недооценке неизвестного человека.

Привлекательность, то есть степень приближения к тому типу внешности, который максимально одобряется теми, на кого рассчитан имидж оратора.

В создании привлекательности особую роль играют хорошие манеры и ухоженность.

Одежда - своеобразная визитная карточка оратора, она выполняет три функции: 1) презентационную; 2) регуляторную; 3) информационную.

Одежда является важнейшей составляющей первого впечатления. При формировании первого впечатления о докладчике, одежда всегда фиксируется аудиторией как знак привлекательности или непривлекательности.

Известно, что если женщина-оратор одета в деловом стиле, то публика автоматически приписывает ей следующие качества: критичная; серьёзная; уверенная; тактичная; умная; трудолюбивая; организованная.

Большую роль для успешной самопрезентации играет силуэт одежды. Чем больше он приближён по форме к вытянутому прямоугольнику, тем выше статус докладчика в глазах воспринимающих. Такому силуэту соответствует одежда делового стиля.

Среди цветов предпочтительнее выбирать ахроматические цвета: черный, белый, серый, — они поднимают статус говорящего. Подходят также «цвета экологии» — цвет земли, песка, глины, воды, неярких цветов и растений.

Хорошие *деловые манеры* оратора в публичном выступлении всегда замечаются аудиторией. Они проявляются в том, какой обращается со временем. Деловой этикет подразумевает, что начинать и заканчивать выступление необходимо вовремя, минута в минуту. В этом проявляется уважение к присутствующим.

Чёткое определение темы, плана и регламента выступления в начале — важная составляющая хороших деловых манер оратора.

Для успешной самопрезентации особенно важна *речь* оратора.. Стилистика речи, подбор выражений, выбор примеров и пр. зависят от особенностей аудитории, если говорить о профессиональной среде, то здесь уместен правильный литературный язык. Грамотная речь свидетельствует об уровне образованности и общей культуры оратора.

Резюме

В самопрезентации важен некий «посыл», энергетика, исходящая от выступающего. Энтузиазм докладчика порождает энтузиазм слушателей. Если этих составляющих нет или они слабо выражены, то качество самопрезентации будет низким, следовательно, и эффект от выступления снизится.

Важно подготовить не только текст выступления, но и уделить особое внимание форме вашего выступления — деловым манерам, оформлению внешности, личному обаянию.

Только регулярная практика, умение радоваться своим успехам и спокойное отношение к любым результатам своих выступлений помогут вам создать свой, уникальный образ оратора.