**Методические рекомендации**

**«Подготовка презентации актуального педагогического опыта в форме доклада и публичной лекции»**

Одной из распространенных форм презентации инновационной деятельности педагога является доклад,  требующий углубленного понимания предложенной темы, умения не только пользоваться разнообразными источниками, но и анализировать эмпирический материал. Работа над докладом формирует умения и навыки исследовательской деятельности.

Доклад для специалистов отличается от обычного выступления, в первую очередь тем, что его исполнитель и слушатели – люди примерно одного круга и одного образовательного уровня.

При подготовке доклада педагогу необходимо ответить самому себе на несколько вопросов.

1. Цель выступления и ради чего оно затевается?

Например:

* хочу информировать слушателей и что-то объяснить;
* обсудить со слушателями проблему, решение, ситуацию и т. п.;
* спросить у слушателей совета;
* пожаловаться на что-то.

2. Какова аудитория? Выступление рассчитано:

* на учащихся;
* родителей;
* коллег-профессионалов;
* конкурентов в конкурсе педагогического мастерства?

Текст доклада должен отвечать интересам аудитории.

3. Что представляет собой объект выступления? О чем доклад, что является его "ядром":

* одно или несколько новшеств;
* условия применения новшеств;
* методика освоения новшества;
* ошибки внедрения новшества;
* прогнозы, обзор, сравнительный анализ и т. п.?

Качественный доклад может касаться нескольких пунктов из приведенного списка.

4. Насколько актуален доклад для специалистов? Почему сегодня нужно говорить именно об этом?

5. В чем заключается новизна темы?

Стоит заметить, что новизна и актуальность – не одно и то же. Новизна характеризует, насколько ново содержание выступления по сравнению с известными аналогами, а актуальность – в какой мере выступление отвечает запросам времени. Оптимальный вариант, когда доклад обладает новизной и актуальностью. Если доклад актуален, например, поднимает давнюю, но до сих пор не решенную проблему, он тоже заслужит внимания слушателей. Если информация докладчика не актуальна, но нова, она может заинтересовать слушателей, которые постоянно стремятся быть на "передовой" педагогических новшеств.

6. Разработан ли автором план (структура, логика) выступления?

7. Нужны ли раздаточные материалы?

Раздаточные материалы, помогающие отразить логику выступления, проиллюстрировать сложные места доклада, готовятся по мере необходимости. Доказано, что материал усваивается лучше, если зрительная и слуховая память подкрепляются моторной. Следовательно, слушателям надо дать возможность записывать, а не только пассивно впитывать материал. Не стоит раздавать полный текст выступления, поскольку в таком случае пропадает надобность слушать доклад.

8. Как оформить доску и слайды?

Записи на доске должны быть четкими и понятными, отражающими ход доклада. Важно убедиться в правильности написания затруднительных орфограмм; проверить, будут ли видны записи, не закроет ли их автор собой во время выступления. Если доклад иллюстрируется записями на доске, часть второстепенных иллюстраций стоит убрать в раздаточный материал. Все эти рекомендации актуальны и применительно к слайдам, которые играют важную роль в выступлении докладчика: они могут заменить собой раздаточный материал, записи на доске. Логично составленная слайдовая презентация помогает проиллюстрировать структуру доклада. Однако не стоит создавать презентацию только ради того, чтобы красивые слайды прикрывали бедность содержания.

9. Необходимы ли ссылки на первоисточники?

В научной среде считается хорошим тоном указание ссылок на первоисточники, а не утаивание их.

10. Что должны уяснить слушатели?

Важным аспектом хорошего доклада является предварительное осмысление докладчиком того, что останется у слушателей после его выступления – т. е. нужно "просчитать", не исказят ли слушатели авторский смысл. Докладчик готовит раздаточный материал; останавливается для записи; акцентирует внимание слушателей на понятиях, моделях, свойствах или условиях таким образом, чтобы зафиксированная информация соответствовала авторскому замыслу.

Еще одной формой презентации инновационной деятельности педагога является лекция. Выделяют два вида лекций:

* академические, которые читаются квалифицированным специалистом для постоянной аудитории в рамках программы учебного заведения и, как правило, не предусматривают вопросов слушателей или дискуссии;
* публичные, в которых популярно излагаются проблема, вопрос или тема для неформальной аудитории, состоящей из лиц, интересующихся предметом лекции и объединенных общими интересами. Лекции данного вида обычно заканчиваются ответами лектора на вопросы слушателей.

При подготовке к публичной лекции особое внимание следует уделить началу как самой трудной части выступления, отвечающей за сохранение интереса к материалу лекции и установление контакта с аудиторией. К плохим вариантам начала относятся извинения, ссылки на отсутствие ораторских умений, попытки шутить (считается, что юмор производит хорошее впечатление, но не в начале выступ­ления).

Важную роль во время пуб­личной лекции играет доказательство своей точки зрения или опровержение чужой, для этого потребуются сильные аргументы. Традиционно убедительными являются научные аксиомы, экспериментальные данные, ссылки на юридические документы, законы природы, заключения экспертов, статистика и цитаты. Оптимальное количество аргументов в пользу того или иного положения – три (меньше – еще вызывает сомнения, больше – уже не так убедительно).

Публичная лекция требует от выступающего проявления эмоциональности, т. к. эмоции – торная дорога, по которой в сознание слушателей проникает логически изложенная информация, скрываясь за эмоциональными примерами, юмором и др.

Одно из главных требований к публичной речи – краткость. Нецелесообразно смешивать в одном выступлении разные темы, не стоит приводить более трех основных мыслей пo выбранной теме. Лекция, загруженная примерами, как и очаг, переполненный дровами, не разгорится. Более краткие выступления воспринимаются как заслуживающие большего доверия.

**Алгоритм построения успешной публичной лекции**

* подготовка к выступлению за несколько дней: у педагога должно быть время осмыслить все, что он намерен рассказать;
* структурирование будущего выступления по тематическим блокам;
* осмысление вступления и заключения: известно, что начало и окончание лекции запоминаются лучше всего и несут наибольший побудительный потенциал. Эти части выступления должны быть максимально ясными, информативными, эмоционально окрашенными. Их нужно сформулировать, записать и неоднократно отрепетировать;
* представление особо важной информации в начале или в конце выступления (эффект края), чтобы она лучше усвоилась. Для незаинтересованной или критически настроенной аудитории такую информацию лучше сообщить в самом начале выступления;
* включение в лекцию убедительных фактов и цифр, которые произведут на слушателей впечатление (например, статистики, цитат по теме, высказываний экспертов и пр.);
* обеспечение "резервных знаний": знать нужно гораздо больше того, что будет использовано в лекции, это придаст выступающему уверенность и авторитетность;
* прогнозирование вопросов и замечаний аудитории, подготовка возможных ответов;
* разработка плана-конспекта выступления: экспромт хорош, когда он хорошо подготовлен;
* не заучивание текста наизусть, а опора на план-конспект, благодаря чему выступление выглядит естественнее и лучше воспринимается;
* продумывание приемов удержания внимания аудитории.

## Разработка стратегии публичной речи

Первоначальный этап всей стратегии речи — установить тезис. Построение тезиса опирается на знание предмета высказывания и аудитории, на четкое представление о главной цели и связанных с нею дополнительных задачах речи, а также на собственное отношение к предмету высказывания.

Думая над построением главного тезиса лекции, мы должны четко представлять себе не только тот предмет, который собираемся освещать в выступлении, но главным образом то, ради чего эта информация дается, как она должна повлиять на формирование мировоззрения и нравственного облика наших слушателей.

Как правило, основной тезис не произносится целиком, не лежит на поверхности, а служит как бы стержнем, основанием всей пирамиды выступления.

После того как сформулирован рабочий тезис, лектор приступает к отбору и компоновке материала в соответствии с выбранной композицией. Выбор же композиции — труднейшая, особенно на первых порах, логическая операция.

Здесь мы вернемся к вопросу, который в классических риториках решался однозначно, а в наши дни вызывает споры: следует ли очень строго делить всякое высказывание на начало — вступление, середину — доказательную часть и конец — вывод.

Еще от классических риторик идет деление речи на четыре основные части: вступление, изложение, доказательство, или разработка, и заключение. Часть риторики, названная «Учение о расположении», обучала композиционной организации речи по этой строгой схеме. Вот как жестко были сформулированы эти требования в «Общей риторике» Кошанского:

***I. Для начала.***

1. Начинают обращением к предмету.

2. Начинают временем (дня, года…).

3. Начинают местом.

4. Наконец, начинают случайностями, потом нечувствительно останавливают внимание на главном предмете.

(К этим категорическим пунктам давалось примечание: «Все сии правила требуют собственных соображений: какой предмет чем начать лучше и приличнее…. Тут очень полезно для начинающего собственное размышление и решимость следовать собственному чувству»).

***II. Для середины.***

1. Располагайте части по мере увеличивающегося интереса.

2. Не смешивайте частей, и каждую мысль или картину, которая сама собой отделяется от другой, отделяйте новым предложением или новою строкою (в устной речи — паузой).

3. Не повторяйте одного и того же, хотя и другими словами.

4. Не входите слишком в подробности: они помрачают ясность.

***III. Для конца речи.***

1. Обращаться к предмету, прибавляя собственные чувствования, прекрасные желания.

2. Если описание напоминало о близком подобии или противном, то оканчивать уподобляемым, или главным противного предметом, или близким применением.

3. Оканчивать речь «нравственною занимательною мыслью, или высокою и разительной истиной».

Конечно, речь всегда имеет начало, середину и конец, но эта схема любого публичного высказывания не является композицией, а лишь служит для нее рамкой. Решая, какие из компонентов речи в каком месте использовать, лектор особое внимание уделяет последовательности композиционных компонентов, развертывающих и аргументирующих главный тезис.

|  |  |
| --- | --- |
| **Требования к публичной речи** | |
| **Правильность, владение нормами языка.** Сленг, нецензурные выражения, неправильные речевые обороты, неверные ударения в словах, неправильное произнесение иностранных слов и неологизмов недопустимы в публичной речи - это не требует комментариев. Однако не впадайте в другую крайность: не говорите "письменной" речью - длинными фразами, сложными оборотами (это неизбежно происходит, когда выступающий, готовясь, записывает свою речь на бумаге). | **В каждой аудитории, как минимум, 10% людей настроены негативно.**  Зная это, не пытайтесь вызвать стихийную благосклонность у всех слушателей. Это напрасная трата энергии и нервов. |

**Выразительность, эмоциональность** Хорошие учителя риторики учат своих студентов "рисовать" словами образы: не "собака", а "пятнистый бульдог", не "крупный научный и медицинский центр", а "город, где сто пятьдесят больниц и десять научных институтов", не "человек с лишним весом", а "центнер живого веса", "фигура бойца сумо", "вес атомной подводной лодки" и так далее. Словесные образы имеют гораздо большую побудительную силу, чем просто правильная литературная речь.

**Ясность, способность донести свою мысль неискаженной**  
Вы играли в детстве в "испорченный телефон"? Если да, тогда вы представляете себе, какая пропасть может разделять исходную мысль и ее интерпретацию на выходе. Пятьдесят сидящих перед вами человек поймет вас пятьюдесятью различными способами, каждый со своими нюансами. Ваша задача, чтобы эти пятьдесят интерпретаций не слишком отличались от того смысла, который вы вкладывали в свое сообщение. Для этого, как минимум, откажитесь от намеков, высказывайтесь четко, повторяйте важные мысли несколько раз в разных формулировках, используйте интонацию, жесты, специальные риторические приемы.

**Краткость**. Краткость придает речи весомость и достоинство, а многословие производит впечатление неуверенности и оправданий.

**Уместность, соответствие языка и стиля тому, где, для кого и для чего это говорится.** При соблюдении всех литературных норм языка нужно учитывать возраст, пол, интересы аудитории, тему выступления. Например, если аудитория малоподготовленная (невысокий уровень образования и социальный статус), говорите медленнее, используйте вопросно-ответную форму изложения, приводите много примеров, случаев из жизни, представляйте конкретные результаты, аргументацию начинайте с более сильных аргументов, ссылайтесь на авторитеты, многократно повторяйте основные тезисы. На подготовленную аудиторию произведет впечатление речь более эмоциональная, насыщенная риторическими фигурами. Чем выше уровень владения предметом вашей аудитории, тем важнее структура выступления: вы должны начинать с того, что нового узнают слушатели из вашей речи; необходимо максимально использовать диалогичность, приводить противоречивые точки зрения и т.д. В негативно настроенной аудитории для начала декларируйте, что ваша цель - не убедить кого-либо в чем-то, а просто представить информацию; начинайте с бесспорных фактов, переходя к спорным только тогда, когда убедитесь в симпатии хотя бы нескольких присутствующих.

Приведём примеры риторических фигур – особых приёмов речи, повышающих её убедительность.

Риторический вопрос – вопрос, который задаётся оратором для усугубления эффекта сказанного и не требует ответа. Например, "Есть такая поговорка: если после сорока вы встали с постели, и у вас ничего не болит, значит, вы уже умерли. А вы хотите в любом возрасте, вставая утром с постели, чувствовать только бодрость и энергию?"

Риторический повтор, когда одна и та же мысль повторяется несколько раз по ходу речи в видоизменённой формулировке. Экспериментально отмечено, что повторение мысли четыре раза увеличивает процент запоминания её в два раза.

Одинаковое начало фраз; например, "Нам надо выяснить…. Нам необходимо установить…»

Усиление эмоциональной нагрузки фраз по возрастающей: "Мы не догадываемся, не знаем, не ведаем, нам и в голову не приходит, что…"

Заведомое преувеличение: "не родился в мире еще такой человек, который…", "миллион раз я давал себе обещание сделать это, но…".

Противопоставление: внутри одной и той же фразы одно противопоставляется другому, например, "денег на еду все меньше, а лишнего веса - все больше".

Изменение порядка слов внутри фразы. Например, "никогда больше в коридорах этого здания …". Наиболее информативное слово должно занять место в конце предложения.

## Правила произнесения речи перед публикой

1.    Речь, которая произносится публично, должна быть подготовлена и предварительно продумана. Только очень опытный оратор может позволить себе импровизированную публичную речь, которая на самом деле подготовлена опытом многочисленных выступлений.

2.    Если вы ограничены регламентом, сократите содержание вашей речи: лучше сказать мало, чем сказать плохо.

3.    Каждая речь должна иметь вступление, основную часть и заключение.

4.    Если вы ограничены регламентом, составьте план вашего выступления. В плане должна содержаться информация, которая требует точности: даты, статистические данные, цитаты (которые должны быть краткими и с выходными данными источников), сложные или малознакомые слова и термины (которые, впрочем, не рекомендуется употреблять без надобности) и т. д.

5.    Оратор, который выступает перед публичной аудиторией, должен быть физически собранным, бодрым, оптимистичным, спокойным, уверенным в себе.

6.    Многие, в том числе и опытные, ораторы сильно волнуются перед публичным выступлением. Волнение естественно и полезно: если оратор не волнуется перед выступлением, значит он не заинтересован в своей речи и безразличен к аудитории.

7.    Слишком сильное волнение вредно. Чтобы избавиться от него, постарайтесь непосредственно перед выступлением отвлечься от его содержания, не воображайте себе аудиторию с ее реакцией какого-либо характера, подумайте о чем-нибудь хорошем.

8.    Когда придет время выступать, соберитесь внутренне и уверенным шагом подойдите к месту, с которого предстоит говорить. Стойте прямо, развернув плечи. Голову держите, немного приподняв подбородок.

9.    Жестикуляция оратора должна быть умеренной: держите руки свободно, не машите ими во время речи и не вытягивайте по швам. Ораторский жест соответствует темпу и содержанию речи, он должен быть плавным и уверенным, но не слишком широким.

**Как добиться внимания**

Существуют закономерные циклы внимания, равные 10-15 минутам; по их истечению внимание падает, затем снова восстанавливается, чтобы к концу третьего такого цикла снизиться существенно. В конце каждого цикла надо предусмотреть либо паузу, либо смену темы, либо шутку, обмен репликами с аудиторией. Через 45 минут обязателен перерыв. Ну, а лучшее выступление - то, которое по времени укладывается в один цикл. Обратите внимание на длительность информационных программ: большинство из них укладывается в 10-минутный хронометраж, и у зрителей еще остается запас внимания.

В более длительном выступлении можно применять специальные приемы повышения внимания слушателей.

**Диалог -** задавать вопросы себе и отвечать на них; задавать вопросы аудитории и побуждать ее к рассуждению. Вопросы, которые вы задаете людям, должны быть достаточно простыми, предполагающими очевидные ответы или попросту "да"-"нет". Если брошенный в аудиторию вопрос "повисает" в воздухе, нет смысла долго ждать желающего ответить - отвечайте сами, как если бы это было задумано.

**Дискуссия** - если внимание аудитории очевидно снизилось, попробуйте спровоцировать ее к активным действиям: выскажите явно спорную мысль, а затем, в процессе ответов на возражения из зала, поясните свою позицию.

**Обращение к отдельным слушателям** - спросите кого-нибудь в зале: "Вы, я вижу, несогласны", "А вы какого мнения на этот счет?", - или просто переключитесь на короткое время на организацинные вопросы: "Вам не душно?", "Может быть, есть вопросы?"

**Авансирование темы -** когда выступающий затрагивает какую-либо интересную тему и обещает осветить ее попозже. Например, "без преувеличения, всех нас интересует вопрос, как сохранить здоровье. Есть кто-либо в зале, кого это не интересует? И мы обязательно поговорим об этом, но чуточку позже".

**Акцентирование** - выделение тех или иных моментов в речи с помощью пауз, интонации, громкости, вводных слов ("а теперь - внимание! - я скажу очень важную вещь", "и ведь вот, что интересно…" и т.д.)… Новички в риторике обычно боятся пауз, которые могут быть восприняты как проявление замешательства, незнание, что еще сказать. Конечно, это может быть и так, но далеко не всегда. Опытные ораторы умело пользуются паузами, чтобы выделить важную мысль и повысить внимание слушателей перед ее изложением. Избегайте монотонного изложения. Речь без акцентов неинтересно слушать, монотонность создает эффект пресыщения информацией (хотя на самом деле усвоение информации при таком изложении снижается на 70-80%) и порождает усталость.

**Неожиданное отвлечение от темы -** пример применения этого приема дал нам Демосфен, один из праотцов современной риторики. Выступая на суде, он обвинил судей в рассеянности и невнимательности, а затем вдруг стал рассказывать басню о человеке, который нанял осла и прежде, чем увести его, сел отдохнуть в тени животного. Хозяин осла возмутился, потому что отдал внаем только осла, а не тень от него. Спор перерос в судебную тяжбу. Тут Демосфен вернулся к сути вопроса, а когда судьи спросили его, чем закончилось дело об осле и его тени, он ответил: "Басню о тени осла вы готовы слушать, а важное дело слушать не желаете". Сделанный вами экскурс в несвязанный с темой выступления предмет повышает внимание тем, что во время рассказа слушатели отдыхают, а после - пытаются отыскать связь между сказанным и темой выступления. Вы же можете сказать что-нибудь вроде: "Что-то я отвлекся. Вернемся к нашей теме".

**Физическое привлечение внимания -** найдите какой-нибудь предмет, через который сможете изложить свою мысль, и привлеките к нему внимание. Например, "вот у нас тут есть книга, в которой собраны высказывания ведущих экспертов по нашей проблеме; здесь есть 142 толковых совета, как достичь того, к чему мы стремимся и, наверное, миллион инструкций, как сделать это самым оптимальным способом, - но я вам расскажу о совершенно другом пути".

**Приближение к слушателям** - вы можете спуститься в зал, если до этого стояли на сцене, но не уходите слишком далеко в глубину зала; это выглядит, как если бы вы пытались контролировать слушателей.

Старший методист информационно-издательского

Отдела Ненецкого филиала АО ИППК РО Белова И.В.