

Психологическое воздействие на аудиторию



*Подготовила: Шашерина Р.В.
педагог-психолог МБДОУ №102*



Оратор выражает свои суждения и переживания с возможной полнотой и точностью, а слушатели воспринимают речь и по-своему её перерабатывают, строя в своём сознании из собственных слов некую копию речи выступающего.



Восприятие протекает следующим образом:



- ◎ контакт аудитории с оратором состоит в простом внешнем их (слушателей) внимании
- ◎ восприятие выступления возникает при более глубоком контакте аудитора с оратором



Цель оратора:



Повлиять на слушателей, убедить их в правоте сказанного с помощью таких слов, которые способны вызвать нужные мысли и чувства.

Уровень мастерства определяется тем, насколько хорошо оратор ориентируется в особенностях аудитории, знает преобладающие в ней мнения и настроения, умело учитывает при выступлении особенности людей.

Социально-психологические способы воздействия на людей в процессе общения:



◎ Заражение



Заражение



связано с бессознательным переходом слушателя в определённое психическое состояние под влиянием внешнего воздействия.



Внушение



осуществляется посредством словесного воздействия на слушателей, готовых получить инструкции, и носит осознанный характер.



Убеждение



может быть вызвано логикой, содержанием речи, эмоциональной яркостью изложения, рассуждением, выразительными и убедительными примерами, оно адресовано разуму слушателей.



Психологический аспект аргументации



- ◎ аргументы **рациональные** (логические) или, как говорили древние, «аргументы к делу» - *argumenta ad rem*;
- ◎ аргументы **иррациональные** (психологические) - это «аргументы к человеку» (*argumenta ad hominem*), а также «доводы к аудитории».



«Доводы к аудитории» -

это высказывания, воздействующие на волю, апеллирующие к интересам публики, направленные на эмоциональное восприятие выступления.



Две группы потребностей:



Общего характера;

Ситуативного характера.



Группа общего характера:



связана с теми вопросами, которые вызывают неизменный интерес любой аудитории.

Они затрагивают самые существенные стороны материальной и духовной жизни общества.



Группа ситуативного характера:



СВЯЗАНА С ЯВЛЕНИЯМИ, КОТОРЫЕ ВОЛНУЮТ, ЗАНИМАЮТ СЛУШАТЕЛЕЙ В ДАННЫЙ МОМЕНТ.





Современный слушатель обычно предпочитает сдержанное, почти неощутимое прикосновение к тому, что связано с жизнью его чувств.

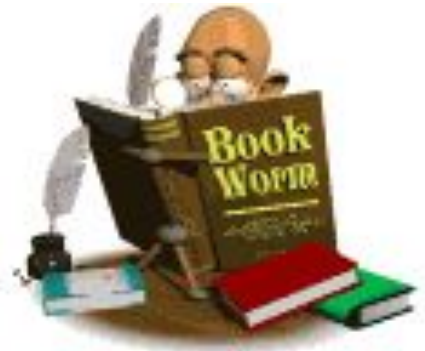
Хорошее правило: в стремлении возбудить чувство нельзя заходить далее, чем склонны сопутствовать вам слушатели.

Другое правило: предпочтительнее обращаться к фактам, вызывающим эмоции, чем к самим эмоциям.

Список литературы:



- ◎ Н. Н. Кохтев, Основы ораторской речи, ? М.:издательство МГУ, 1992 г.
- ◎ А. К. Михальская, Основы риторики (Учебное пособие для учащихся 10-11 кл.), ? М.: Просвещение: АО «Моск. Учеб.», 1996 г
- ◎ Поль Л. Сопер, Основы искусства речи, ? Ростов-на-Дону: издательство «Феникс», 1999 г.





Спасибо за внимание!

