

ПОДГОТВЯНЕ НА ИНФОРМАЦИОННИ РЕЧИ И ПРЕЗЕНТАЦИИ - ОТ ТЕОРИЯТА КЪМ ПРАКТИКАТА

Донка Петрова,

Софийски университет „Св. Климент Охридски”, e-mail: d.petrova@phls.uni-sofia.bg

Резюме:

Настоящата разработка цели да представи същността на информационните речи и презентации, да обособи техните видове и да изведе някои насоки за тяхното ефективно изготвяне. Тези насоки са базирани на теории за информационната плътност и редундантност, нивото на абстракция в езика и особеностите на човешкото развитие.

Ключови думи: *информационна реч, информационна редундантност, стълба на абстракцията*

INFORMATIONAL SPEECHES AND PRESENTATIONS – FROM THEORY TO PRACTICE

Donka Petrova,

Sofia University “St. Kliment Ohridski”, e-mail: d.petrova@phls.uni-sofia.bg

Abstract:

The current paper focuses on informational speeches and presentations – their specific characteristics, their types and on some guidelines for their effective preparation. These guidelines are based on theories of information density and redundancy, the level of abstraction in communication and of human development.

Key words : *informational speech, information redundancy, abstraction ladder*

Според Пол Сопер речите могат да се поделят на няколко вида според основната (или общата) цел, която ораторът си поставя – и която „се състои в това да развлече, информира, въодушеви, убеди и призове към действие.“¹ В настоящата разработка ще се спрем на информационните речи – основната цел при този тип речи очевидно е да информира – обективен критерий за техния успех би бил дали аудиторията в края знае повече по темата, отколкото е знаела в началото. Можем да добавим и други критерии – в каква степен целевата аудитория е разбрала информацията, доколко я е запомнила.

¹ Сопер, П. 1958: 62.

Тук е важно да отбележим, че не само информационните речи съдържат и дават информация, това правят и други видове речи, но по-скоро ключов е типът информация – а именно, в тях преобладава така наречената констатираща информация² (или информация за факти, които могат да се проверят и валидират независимо от субективно мнение и позиции). Характерното за нея е, че не провокира тенденции към отхвърляне и вътрешни съпротиви у аудиторията, което много често се случва при опити за агитация, директно убеждаване и промяна на позиции и поведения. Макар да говорим основно за речи, изложените в тази статия идеи мога да се приложат и към други форми на публично говорене – например, презентиране. Ето защо тук ще наричаме източника на информацията, на посланието *комуникатор*, не оратор, ползвайки това понятие като чадър, обхващащо („покриващо“) повече типове ситуации (речи, изказвания, представяния).

Ако общата цел на информационните речи е да информират, то добрата подготовка и планирането на конкретна реч или презентация предполага поставяне на специфична цел - специфичните цели са свързани с това какво комуникаторът се опитва да постигне за времето, с което разполага, и спрямо конкретната аудитория. С други думи, специфичната цел може да се формулира като отговор на въпроса: „Какво искам аудиторията да знае в края на моето изказване (или презентация)“.

В зависимост от начина, по който се подава констатиращата информация и от темата, която се адресира, могат да се обособят няколко вида информационни речи³ - описателни, обяснителни, повествователни.

Описателните речи са обикновено относно обекти, явления. Например, *Свещената римска империя, фолклорни области в България*. Специфичните цели тук биха могли да бъдат: „Искам моята аудитория да придобие разбиране относно хода на развитие на Свещената римска империя и причините за нейния край“ или „В края на моето изложение аудиторията ми ще познава спецификите на отделните фолклорни области“.

Информационни речи относно процеси или *обяснителни* обикновено дават информация относно начина на правене на нещо или на разгръщане/развитие на даден процес. Например, *как се зараждат ураганите, как да ползваме нов софтуерен продукт*. В някои случаи специфичната цел е аудиторията да развие или подобри умения как да прави или прилага нещо, в други случаи – да има по-задълбочен поглед и разбиране. Обичайно се ползва

² Руменчев, В. 1994.

³ Руменчев, В. 1994

хронологична подредба на информацията⁴ – обясняваме стъпките на процеса, които изискват определена последователност. Ползването на аудиовизуални материали е препоръчително – слайдове, видеа, снимки, демонстрации и пр.

Повествателните информационни речи целят да създадат у аудиторията усещане за движение⁵. Такива са например речи или презентации, представящи разгръщането на събития. При тях се следва хронологичен подход на организация на материала, макар той може да не е строга хронология, а да е примесена с допълнителни обяснения, за да се постигне както усещане за движение, развой, така и достатъчно ниво на яснота.

Според Стивън Лукас⁶, можем да добавим в тази класификация и информационни речи *относно концепти* – тяхната цел е представяне същността на някой по-сложен и обхванен концепт (например, равенство пред закона, човешка мотивация, експресионизъм в изкуството, висш интерес на детето и др.). Този вид информационни речи обикновено следват тематичен модел на организация на съдържанието – разглеждане на отделните аспекти на темата или основните принципи, на които се базира. Те често са по-сложни от останалите видове, което предполага предвиждане на повече време и по-силен фокус върху въвеждането на подходящи дефиниции и разяснения.

Някои насоки относно подготвянето на информационни речи и презентации

Отчитане на нивото на предварителна запознатост на аудиторията по темата. Това е много важна част от аудиторния анализ⁷, която не трябва да се пренебрегва – от началното ниво на запознатост зависи каква и колко нова информация може да се представи пред тази конкретна аудитория. Така ако тя не знае нищо по темата, следва да се запознае с базови понятия, термини, идеи. Навлизането в дълбочина няма да бъде подходящо в случая, а ще остави членовете на аудиторията объркани, неразбиращи или дори недоволни и гневни. Също така неуместно е на добре запозната и подготвена аудитория да се представя базова информация – с цената на тяхното отегчение или негодувание от чувството, че знанието им е подценено. Това ни отвежда към значимостта на преценката колко нова информация е удачно да се представи (или нивото на информационна

⁴ За повече относно начините на организиране на материала виж Петрова, Д. 2018

⁵ Руменчев, В. 1994

⁶ Lucas, St. 2019.

⁷ Вж. Петрова, Д. 2021

плътност – количеството нова информация в единица съдържание). Обичайно се препоръчва съотношението нова-позната информация да е 30 към 70 %, тоест решително следва да преобладава познатото, чрез което да се въвежда и разяснява новото, за да очакваме разбиране и запомняне. Кое е ново и кое е познато ще варира между отделни аудитории, ето защо това следва да се проучи предварително на нивото на анализ на аудиторията (посредством допитвания, анкети, наблюдения и др. методи). Ако новата информация надхвърля около 30 % от цялото съдържание, то можем да говорим за реч (изказване, презентация) с висока информационна плътност – има случаи, в които и това би било ефективно, но със силно мотивирана, способна на концентрация аудитория и за относително по-кратко време⁸. Количеството и разпределението на информацията е свързано и с *информационната редундантност* - термин от информационните науки, който се дефинира като делът от общата информация, който може да се премахне, без да се изгуби ключовата информация⁹. Приложен към публичната реч или презентирането, това понятие се отнася до тези части от посланието, които не носят нова информация, но са важни от гледна точка на разбирането, правенето на връзки между познатото и новото. В тази връзка някои автори говорят и за „*планирана редундантност*“¹⁰ – говоренето пред аудитория е процес в същността си различен от четенето на текст и следва да се планира като такъв; слушателят няма възможността да се върне назад в текста и да направи справка или да си изясни нещо, речта или презентацията вървят линейно напред и разбирането следва да е облекчено. Планираната редундантност е сред водещите начини да се постигне това – тя се отнася до целенасоченото повторение, перифразирание и повторно изтъкване на ключова информация, за да се стимулира разбирането и запомнянето.

Подбор на подходящ език, стил, ниво на абстрактност. Анализът и отчитането на особеностите на аудиторията са важни и по отношение на избора на езика и стила на речта или презентацията. Езикът следва да е максимално достъпен и ясен за цялата целева аудитория – нейните познания по темата (а не тези на комуникатора) да обуславят подбора на думи, ползваната терминология, професионални жаргони и специфични изрази. Сложни или непознати термини, например, прекалено технически или обременен с професионален жаргон изказ, неразбираем напълно за хора от

⁸ Стефанова, Н. 2015

⁹ Gartner Glossary. N.d.

¹⁰ Dolton State College: Exploring Public Speaking. 2020

други сфери, лесно могат да създават бариери между комуникатор и аудитория и възпрепятстват разбирането на посланието.

Друг аспект от подготовката на посланието, който заслужава внимание, е съотношението между абстрактно и конкретно съдържание. Концепцията за „стълбата на абстракцията“ е развита от американския лингвист Самуел И. Хаякава ¹¹ в книгата му „Езикът в действие“ (издадена за първи път през 1939 г.) и е свързана с разбирането, че хората мислят и комуникират на различни нива на абстракция. Така можем да говорим за нещо съвсем конкретно – гадена ароматна свещ с мирис на ванилия, например, или да преминем към категории на по-абстрактно ниво - свещи, аксесоари за дома, създаване на уют, комфорт, лично благополучие. Отнасяйки това към публичното говорене/презентиране¹², можем да кажем, че част от изборите, които комуникаторът прави, са свързани с нивото на абстракция, на което да се движи - така може да представи определена тема на много конкретно ниво (детайли, конкретни примери и ситуации) или на много по-високо ниво на абстракция, агресирайки сложни понятия като човешки права, равенство, социална справедливост и пр.

В различни ситуации и контексти, с различни аудитории е подходящо ползването на различни нива на абстракция – в зависимост от техните предварителни знания, ниво на образование и опит, подготовка, интелектуални интереси и пр. Подходящото ниво на абстракция зависи и от възрастови и развитийни особености - с малки деца, например, високите нива не са уместни и няма да бъдат разбираеми. Обратното, зрели хора, които познават определена тематика, нямат нужда от толкова конкретика, а могат да мислят за нея в по-общ план. Тук можем да приложим теорията за познавателното развитие на швейцарския психолог Жан Пиаже¹³, според която абстрактното мислене става възможно едва в тийнейджърските години, на *етапа на формалните операции*, който не се достига от всички на една и съща възраст, навлизането в него е постепенно (или може дори да не бъде достигнат въобще при някои форми на интелектуални затруднения). С други думи, при възрастовите групи под 12-13 години може да се говори за конкретно мислене¹⁴ и абстрактни понятия като свобода, демокрация, социална справедливост не могат да бъдат напълно разбрани и осмислени, а само посредством конкретни примери и илюстрации за тях, след тази възраст постепенно абстрактното мислене ще се развива и обогатява през тийнейджърските години.

¹¹ Hayakawa, S.I. 1991

¹² Петрова, Д. 2022

¹³ Вж. Янкулова, Й. 2016

¹⁴ Lumen Learning. N.d.

„Движението по стълбата“ – от конкретното към абстрактното и обратно

Друго важно приложение на концепцията за стълбата на абстракцията е идеята за движението по тази стълба – ефективната комуникация и предаване на послания предполага да не се стои само на едно ниво на абстракцията, на едно стъпало, образно казано¹⁵. Загържането на ниските стъпала води до стимулиране преди всичко на конкретното мислене и крие риска от възприемане на нещата, за които се говори, като изолирани и съответно от неразбиране на зависимостите между тях, на подлежащите общи принципи и връзки. Високоабстрактното говорене, от друга страна, може да доведе до друг тип неразбиране – как тези абстрактни понятия имат отношение към ежедневието, практиката и пр. – тоест да изглеждат прекалено отвлечени и далечни за аудиторията. Не е достатъчно, например, да се отправи послание колко добре е да се живее природосъобразно, ако аудиторията ни не добие представа какво значи природосъобразен живот, какво конкретно включва и какви конкретни начини има, за да се постигне.

*Движение надолу по стълбата на абстракцията*¹⁶. Нека се спрем на някои насоки за движение от по-абстрактното съдържание към по-конкретно.

- Специфичност – даване на повече детайли за описваните явления и обекти.
- Ползване на език, който въздейства върху сетивата – описание на обекти и явления по начин, който кара аудиторията да добие усещане за досег до описваното.
- Говорене чрез конкретни примери – те илюстрират по-абстрактните понятия и ги правят по-достъпни.
- Ползване на наративи (като истории и анекдоти), които имат илюстративен потенциал – дават възможност, например, да се опише как дадено събитие е засегнало живота на конкретни хора, какво се е променило и как.
- Описание на конкретни казуси, ползване на статистически данни и данни от изследвания.
- Ползване на аудио-визуални средства – тяхното въздействие е директно върху сетивата. Ползването на езика винаги предполага някакво ниво на абстракция, думите функционират като заместители на реалния обект/явление, но чрез снимки например то става осезаемо.

¹⁵ Вж. Dlugan, A. 2013.

¹⁶ Петрова, Д. 2022

Хората възприемат много повече информация през зрителния анализатор, очите, отколкото през останалите сетива, затова ролята на изображенията е особено значима.

- Поставяне пред аудиторията на въпроса „Как“: *Как това се случва? Как се отразява на? Как мислите, че може да се приложи този принцип във вашия живот или практика?* На нивото на дискусията това е най-силният подход да се насърчи превръщането на абстрактното в конкретно.

*Движение нагоре по стълбата*¹⁷. Как, от друга страна, посланието може да се придвижи от конкретното към по-високи нива на абстракция? Някои насоки:

- Разкриване на по-голямата картина: например, в какъв контекст се е разгърнало дадено събитие, кое е го е направило възможно и защо точно в този момент как то се вписва в по-широкия контекст на обществено-историческото развитие.
- Разкриване на модели на взаимодействия между описваните явления, как те си влияят взаимно – или са повлияни от нещо друго.
- Отговаряне от страна на комуникатора на въпроса „Защо“: *Защо можем да приемем, че този пример е илюстративен? Защо това събитие се е оказало толкова важно?* При възможност за дискусия отговорът може да се търси от самата аудитория. Целта е отново да се стимулира правенето на по-сложни връзки, разглеждането на темата в контекст и във връзка с други феномени и процеси.
- Ползване на таблици, графики, диаграми – този тип материали стимулират постигането на по-високи нива на абстракция, формирането на ментални модели на процеси и явления, тяхното категоризиране и систематизиране.
- Извеждане на общи принципи и насоки, на изводи и обобщения.
- Обвързване на посланието на комуникатора с ценности и идеали, които са универсални или споделени с дадената аудитория – човешко благополучие, защита на живота, грижа за поколенията и др.

Персонализиране на идеите. В многократно преиздаваната си книга „Изкуството на публичното говорене“ Стивън Лукас изтъква, че нищо не прави една информационна реч по-слабо въздействаща от „непрекъснатата поредица от факти и цифри. И нищо не оживява една реч повече от персонални илюстрации.“¹⁸ Неговата препоръка е насочена към ползване на по-богат илюстративен материал, който да направи темата близка, разбираема,

¹⁷ Петрова, Д. 2022

¹⁸ Lucas, St. 2013: 283.

почти досегаема – личните примери, истории и анекдоти, например, изпълняват тази функция. Тази насока може да се разгледа като продължение на идеята за движение наоколо по стълбата на абстракцията – превръщането на по-общото, отвлеченото в по-близко и по-осезаемо, но наред с това носи потенциал за създаване на реторически патос – или емоционално въздействие върху аудиторията, което да доведе до нейната по-голяма ангажираност с темата.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Петрова, Д. (2022). „Стълбата на абстракцията“ и баланса между конкретното и абстрактното при презентирание и преподаване. *Е-списание „Географ“*, бр. 6, 113-117.
2. Петрова, Д. (2021). *Аудиторията – анализ и реторическо въздействие*. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“.
3. Петрова, Д. (2018). Презентационни умения в помощ на учителя. *Е-списание „Географ“*, бр. 3, 43-51.
4. Руменчев, В. (1994). *Реторически класификации*. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“.
5. Сопер, П. (1958) *Основы искусства речи*. Москва.
6. Стефанова, Н. (2015). *Кратък терминологичен справочник по обща и политическа реторика*. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“.
7. Янкулова, Й. (2016). *Педагогическа психология*. Второ преработено и допълнено издание. София: Парадигма.

BIBLIOGRAPHY:

8. Dolton State College. (2020). *Exploring Public Speaking: The Open Educational Resource College Public Speaking textbook*. Version 4.1. Available at: <http://exploringpublicspeaking.com>
9. Dlugan, A. (2013). *The Ladder of Abstraction and the Public Speaker*. At: <http://sixminutes.dlugan.com/ladder-abstraction/>
10. Gartner Glossary. (n.d.). Redundancy. In *Gartner Glossary: Information Technology Glossary*. Retrieved November 2021 from: <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/redundancy>
11. Hayakawa, S.I., Hayakawa, A. (1991). *Language in Thought and Action*. 5th ed. London: Harcourt.
12. Lucas, St. (2019). *The Art of Public Speaking*. 13th ed. NY: McGraw-Hill Education.
13. Lumen learning. *Cognitive Development: The Theory of Jean Piaget*. At: <https://courses.lumenlearning.com/educationalpsychology/chapter/cognitive-development-the-theory-of-jean-piaget/>

За автора/About the author:

Донка Петрова е доктор по психология и настоящем доцент по Реторика във Философския факултет на СУ „Св. Климент Охридски“. Научните ѝ интереси са в сферата на комуникацията, публичната реч, анализа на аудиторията, емпатията, лидерството и социалнопсихологическите тренинги. Наред с академичната си дейност участва като експерт в различни проекти, реализирани от НПО-сектора.

Donka Petrova is a PhD in Psychology and currently an Associate Professor of Rhetoric at the Faculty of Philosophy at Sofia University “St. Kliment Ohridski”. Her research interests are in the fields of communication, public speaking, audience analysis, empathy, leadership and trainings. Along with her academic activity, she participates as an expert in various projects implemented by the NGO sector.