



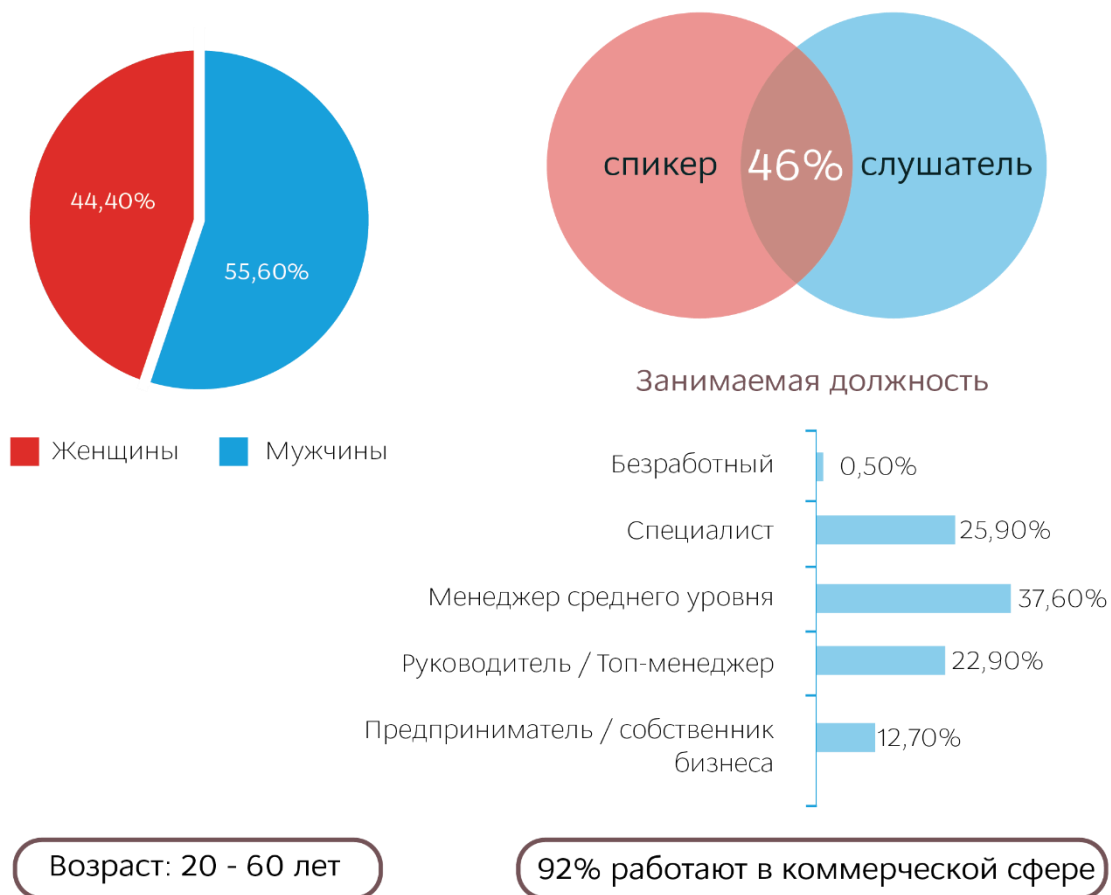
Edutainment: развлекать нельзя информировать

Что важно для российской аудитории: исследование Business Speech

За последние годы выросло количество бизнес-мероприятий: конференции, форумы, конгрессы, бизнес-завтраки. Если раньше Крокусы и Олимпийские собирали звезды эстрады, то теперь это предприниматели, эксперты, популяризаторы науки. В центре внимания образовательные мероприятия в формате, где спикеры, лекторы, тренеры и преподаватели прибегают к шоу и вау-эффектам. Жанр, в котором сочетается обучение (edutainment) и развлечение (entertainment) называется edutainment.

Научно-исследовательская лаборатория компании Business Speech, лидера на рынке тренингов по коммуникации, Business Speech Science Research, решили изучить этот жанр и узнать отношение к нему российской аудитории. Результаты получились неожиданными! Ответы российской аудитории сильно отличаются от американской статистики, на которую все привыкли ссылаться.

Аудитория исследования Edutainment



В исследовании, посвященном выступлениям в формате Edutainment, поучаствовали 1000 человек. Репрезентативная выборка исследования состоит из 44,6% женщин и 55,4% мужчин от 18 до 60 лет, 92,7 % работают в коммерческой сфере. Занимаемые должности представлены в пропорции 37,6% менеджеров среднего уровня, 25,9% специалистов, 22,9% руководителей или топ-менеджеров и 12% предпринимателей или собственников бизнеса. Важно отметить, что 46% респондентов по долгу службы выступают одновременно как слушатели и спикеры.

Логично было бы предположить, что люди идут на очередной форум, конференцию, тренинг с целью получить новую проверенную информацию. Однако по результатам опроса сухому лекционному формату предпочитают микс из контента и элементов шоу (edutainment) – целых 77%! К тому же при ответе на проективные вопросы 67% говорят о том, что и

содержание, и стиль подачи информации, и наличие элементов шоу, в равной степени влияют на восприятие выступления.

Помните ажиотаж вокруг приезда Тони Роббинса в сентябре 2018 года? Организаторы собрали в Олимпийском 26 000 человек! И они явно пришли не ради жемчужин мудрости, скупо бросаемых со сцены, а ради бурных потоков энергии и харизмы американского гуру. Это как раз иллюстрирует то, что зрелищность для аудитории нужна и важна. Всего 5% респондентов отказываются от развлекательного компонента и предпочитают лекционный формат.

Несмотря на социально ожидаемую потребность в информативности, содержательности выступлений, среди раздражающих факторов чаще отмечали стиль подачи информации. Монотонная речь, слабый голос способны усыпить слушателя, отключив внимание. Поэтому первое необходимое умение выступающего согласно 54,6% наших респондентов - владение голосом. В то же время в 37% случаев, аудитории не хватает примеров и иллюстраций, что говорит в пользу работы над подачей информации. И хотя нельзя отрицать роли содержания, форма в значительной мере влияет на восприятие.

В этом плане, сторителлинг - теперь уже базовый инструмент современных публичных выступлений. Об этом говорят 57,6% респондентов, и только 4% готовы отказаться от красочных рассказов. Выступления в стиле TED* укрепили в сознании зрителя потребность в личных примерах. Проникновенные зарисовки вызывают у слушателя собственные ассоциации и воспоминания, окрашенные эмоционально гораздо ярче, чем крутые картинки на фоне оратора.

Удивительно, но несмотря на внимание к подаче, демонстрация оратором закрытых поз не смутила аудиторию и только 6,3% назвали их раздражающим фактором. Это противоречит общепринятым представлениям о том, что сложенные или спрятанные в карманы руки, выступления из-за трибуны вызывают недоверие и портят отношение аудитории к говорящему.

В некоторой степени это объясняется особенностями восприятия российской аудитории. В силу формальной и скованной ораторской традиции россиянам сложнее воспринимать экспрессивное, нарочито и театральное поведение спикера на сцене.

Возможно, вы видели, как американский священник шокировал королевскую семью Великобритании на свадьбе принца Гарри и Меган Маркл гротескной речью. Такое переигрывание с целью зарядить слушателя оказалось сложным для восприятия. 36% респондентов больше всего раздражает в выступлении неестественная экспрессия.

Теперь складывается впечатление, что содержание публичного выступления отходит на второй план. Действительно, как только затрагивается тема "форма-содержание", настойчиво используют соотношение количества информации, передаваемой вербальным и невербальным каналами.

Помните формулу 55% - голос, 38% - мимика, позы и жесты и только 7% содержание сообщения? "55/38/7" - цифры, полученные еще в 1971 году Альбертом Мейерабяном, профессором Калифорнийского университета Лос-Анжелеса, в контексте конкретных ситуаций: когда информация, передаваемая разными каналами, противоречит друг другу. Но с тех пор мы уже пережили коммуникационную революцию, а эту теорию ложно проецируют на процесс коммуникации в широком смысле.

Часто считают, если говорить уверенно, то даже сомнительная информация вызовет доверие. Поэтому в подготовке уделяют много времени на преодоление волнения. Будущему оратору кажется, что, если волноваться и говорить сбивчиво, произведешь неприятное впечатление и никто не будет слушать. Однако результаты нашего исследования говорят об обратном. Удивительно, но только 10% респондентов выбрали «волнение и сбивчивую речь» в качестве раздражающего фактора. У выступления хорошие шансы, если в нем есть структурность речи (55,1%), целостность - наличие посыла, главной мысли (37,6%) и оригинальность контента (32,5%).

На основе полученных данных делаем вывод о том, что ожидание от посещения современных бизнес мероприятий и публичных выступлений - оригинальный контент, новая и полезная информация. При этом ответы на вопросы дают понять, что зритель и сегодня в равной степени ждет "хлеба и зрелищ".

Очень важно отметить, что наше исследование проводилось на тех самых людях, которые и посещают бизнес-мероприятия, конференции и форумы. Эти результаты ярко обрисовывают актуальную именно для российской аудитории картину. Поэтому мы смело можем говорить о том, что, если вы готовитесь выступить, обратите внимание на эти топ навыков оратора. Именно они пригодятся вам в первую очередь.

Со стороны формы самыми важными аспектами считаются:

- поставленный голос,
- сторителлинг,
- вовлечение аудитории.

При подготовке содержательного плана главное, чтобы в выступлении были:

- четкая структура
- яркий посыл
- оригинальность.

Если Вы хотите прокачать свои навыки публичных выступлений или получить больше информации и новостей о коммуникации, заходите на сайт www.business-speech.ru

*TED (англ. echnology, entertainment, design; технологии, развлечения, дизайн) – американский частный некоммерческий фонд, известный своими конференциями. Миссия конференции состоит в распространении уникальных идей («ideas worth spreading»). Темы лекций разнообразны: наука, искусство, дизайн, политика, культура, бизнес, глобальные проблемы, технологии и развлечения. Подробнее: <https://www.ted.com>.



Рейтинг раздражающих факторов

Форма vs Содержание

