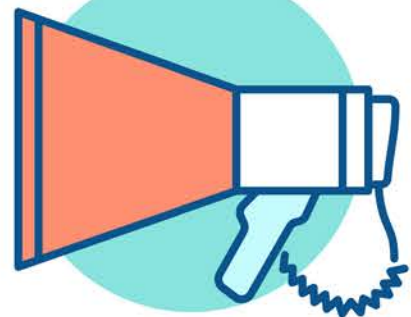


простые
рецепты
повышения
эффективности
личных выступлений
от Марата
Салихова



Original
Group

ОРАТОРСКОЕ ИСКУССТВО

БЛАГОДАРНОСТИ АВТОРА

Выражаю благодарность команде и экспертам, которые сделали возможным выпуск первого издания «Ораторское искусство. Простые рецепты повышения эффективности личных выступлений от Марата Салихова», чья энергия и опыт были использованы при подготовке данных материалов.

Я благодарю за поддержку этого издания инвестиционно-технологический холдинг Original Group, который неизменно следует своей просветительской миссии. Эта социальная инициатива внесет вклад в повышение эффективности и благосостояния многих талантливых людей.

Это издание не увидело бы свет без вдохновляющей поддержки моих близких, добрых друзей и товарищей, бизнесменов, предпринимателей, благотворителей, меценатов, соратников и путешественников.

Руководство, которое вы держите в руках, подойдет для любого человека с любым уровнем подготовки в области ораторского искусства. Спасибо каждому, кто возьмет в руки эту брошюру!

Желаю вам удачи и процветания!

ВВЕДЕНИЕ

Современное общество характеризуется интенсивным развитием речевых коммуникаций. Владение ораторским искусством в наше время считается необходимым для всех образованных людей. Какой бы профессиональной деятельностью не занимались люди, они должны уместно и убедительно выражать свои мысли. Слово – всюду, и поэтому можно считать, что наша жизнь «сплошная риторика», но насколько удачным, эффективным будет ее использование зависит только от говорящего.

Публичная речь занимает значительное место в общественной жизни каждого человека, а особенно у специалистов в области государственного управления, продаж, в бизнес-среде. Публичную речь сегодня уже рассматривают не как изящную словесность, а как любое устное общение, такую речь считают не самоцелью, а средством для достижения целей.

Риторические аспекты публичной речи составляют основу профессионализма политика, юриста, преподавателя, управленца. Знание основных принципов и правил ораторского искусства влияет на коммуникативное мастерство специалиста в любой отрасли. Также важно иметь навыки деловой коммуникации, которые состоят из знания основ риторики, ведения дискуссии, проведения различных публичных мероприятий. Именно эти навыки являются обязательным условием для дальнейшего успешного карьерного роста. Большое значение в этом контексте приобретает культура речи и общения, которая выступает критерием коммуникабельности и коммуникативной компетентности.

Учитывая то, что практическая деятельность множества людей ежедневно связана с общением, в процессе которого происходят межличностные контакты, успешная публичная речь невозможна без глубоких знаний, опыта и компетентности. Например, незнание основ и принципов публичной речи, как минимум, ограничивает рычаги влияния, которые используются в формировании личного бренда; как максимум, может свести на нет все усилия человека получить желаемый результат своей деятельности. Современные обязанности управленцев разных рангов требуют от них не только высокой профессиональной компетентности, но и нового мышления, овладения новыми методами речевой коммуникации.

ЧЕТЫРЕ ЭТАПА ПОДГОТОВКИ ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ

Успешное публичное выступление – это всегда качественная подготовка. Если вам необходимо подготовить выступление на свободную тему, то шаги, которые я предлагаю сделать, готовясь к этому событию, помогут увеличить ваши шансы на успех. Любители рассчитывают на случай, профессионалы берут дело в свои руки и инвестируют время в подготовку.

Независимо от того, ваше выступление на свободную тему или нет, вам необходимо реализовать следующие этапы подготовки к публичному выступлению:

- 0 определиться с мотивацией;
- 1 сформировать техническое задание;
- 2 отобрать и упорядочить материал выступления;
- 3 провести несколько репетиций;
- 4 настроиться на выступление.

Каждый из этих шагов имеет свои нюансы, пренебрежение которыми может свести на нет ваши усилия. Как сделать подготовку максимально эффективной и обойти самые популярные ошибки? Об этом сейчас и поговорим.

Этап 0. Найдите мотивацию

Да, многим хочется сразу броситься писать план публичного выступления. Они хватаются за блокнот и ручку с надеждой скорее описать структуру выступления. Это то же, что запрыгнуть в автомобиль и поехать в путешествие, не проверив наличие бензина в баке. Результат закономерен – ваш железный конь остановится посреди дороги и не сдвинется с места, не реагируя на ваши уговоры, пока вы его не накормите.

Помните о том, что не нужно торопиться с написанием текста речи. Перед тем как отправиться в путешествие «Подготовка к публичному выступлению», необходимо выяснить, насколько много горючего в баке. То есть понять, есть ли у вас мотивация работать над составлением будущей речи. Поэтому начинать лучше с вещей фундаментальных.

Вам необходимо дать ответ на вопрос: «А зачем мне выступать?» Все правильно, поймите свои мотивы. Такова наша человеческая природа: если мы что-то хотим, то легко преодолеваем все препятствия на своем пути, а если с мотивацией проблемы, то любая мелочь останавливает наше движение.

Этот этап подготовки публичного выступления находится под номером «0». Это еще не подготовка к выступлению. Это принятие решения о том, действительно ли необходимо начинать подготовку. Ведь если у нас не будет мотивации относительно темы выступления, то подготовка будет идти со скрипом. Или вообще начнется прокрастинация и муки совести: «Сегодня опять ничего не сделал».

Этап 1. Сформируйте техническое задание

Для того, чтобы достичь цели, вам необходимо прежде всего «оцифровать» ее. Техническое задание – это и есть набор таких параметров. В нашей ситуации необходимо дать ответ на три вопроса:

1) Какова цель моего выступления? На какое действие от аудитории я рассчитываю?

В целом можно выделить три вида целей выступления:

- информирование о чем-либо (о себе, об услугах, которые вы предлагаете, о результатах какого-либо исследования, о какой-либо проблеме и так далее);
- убеждение (в правильности своих идей);
- побуждение к какому-либо действию (к приобретению вашего товара, к заключению договора о сотрудничестве и т.д.).

От того, какая цель у вашего выступления, будет зависеть его содержание, форма представления и другие моменты, которые следует учесть при подготовке. Следует четко отделять эти цели одну от другой. Как по этому поводу пишет С. Ребрик: «Не информируйте, а продавайте! – идеи, проекты, подходы! Если вы только информируете, вы делаете подарок конкурентам».

Определите самую важную проблему вашей аудитории. Чем вы поможете этим людям? От какой «головной боли» их избавите? Например, если цель вашего выступления – продать внедрение и настройку CRM-системы, то основной потребностью вашей аудитории является не софт как таковой. Ваших клиентов беспокоят другие вопросы:

Как эффективно организовать взаимодействие с клиентами и повысить продажи?

Как сделать работу менеджеров прозрачной?

Можно ли избежать рисков «исчезновения» важной коммерческой информации и т.д.

2. Кто моя целевая аудитория?

Люди должны почувствовать, что вы обращаетесь именно к ним. Для этого вам необходимо адаптировать свое выступление под ваших слушателей.

Нужно оценить состав будущей аудитории, заранее настроиться на своих слушателей, учитывая следующие факторы: образовательный уровень, направление образования (гуманитарное, техническое ...), познавательные интересы, пол, возраст, отношение к теме и к оратору.

Всегда легче говорить, обращаясь к однородному (гомогенному) составу (дилетанты, специалисты, коллеги, студенты, люди одинаковых политических взглядов и т.д.). Чем однороднее аудитория, тем единодушнее ее реакция на выступление. Обращаясь к молодежи, нельзя заигрывать, льстить, поучать, упрекать в незнании, некомпетентности, подчеркивать свое превосходство, уклоняться от острых проблем и вопросов. Перед слушателями с высоким уровнем профессиональной или научной подготовки нельзя выступать, если нет новых взглядов, подходов к решению проблемы, нельзя допускать повторы, тривиальные суждения, демонстрировать свое превосходство, злоупотреблять цифрами, цитатами, уклоняться от существования проблемы. В неоднородной (гетерогенной) аудитории произносить речь труднее. Если публика различна по составу, надо по возможности адресовать какой-то фрагмент каждой группе. Следует заранее подумать о том, что сказать отдельным, особо авторитетным, важным персонам, если вы знаете, что они придут.

Необходимо также выяснить численность аудитории. Большим количеством слушателей проще управлять. В огромной массе человек легковверен, склонен к обезличиванию, не способен к критике, видит все в черно-белых красках, реагирует на эмоции. Чем больше аудитория, тем проще, нагляднее, образнее следует говорить.

Знание своих слушателей, «прицельная» подготовка речи приобретают особое значение при обсуждении какого-то трудного вопроса в узком кругу специалистов, деловых людей.

3) Какова продолжительность моего выступления?

Классическая ошибка экспертов – они пытаются дать как можно больше полезного материала своим слушателям. Поэтому мы, как правило, получаем две ситуации: спикер говорит очень быстро (ведь надо столько всего успеть сказать в отведенное время) или у спикера завершается отведенное на выступление время именно тогда, когда он пришел только к середине своей презентации. Печаль и все.

Если вы четко понимаете, сколько времени у вас есть, то можете предположить, сколько советов может вместить ваше выступление. И не нужно скороговорок. То, что вы успеете вдвое больше сказать, еще не значит, что слушатели вдвое больше поймут.

Иногда эффект обратный – чем больше вы скажете, тем меньше люди поймут.

Этап 2. Отберите и упорядочите материал

Ваша задача – получить из головы все идеи на тему вашего выступления и разместить их в вагонах вашего выступления. Далее я расскажу о функциях каждой из трех частей выступления: введения, основной части и заключения.

Как бы вы не хотели сесть и за один раз составить крутое выступление, у вас этого не получится. Все продукты, которыми вы восхищаетесь, Тесла, Айфон, Фейсбук, мороженое в рожке, когда-то были «кривыми» и мало чем напоминали то, чем вы пользуетесь сегодня. Все эти вещи совершенствовались, эволюционировали.

Ваша задача – для начала создать первую версию плана выступления. А уже потом начать его совершенствовать. Так, шаг за шагом, ваша презентация станет фантастической. Идея проста: для начала проведите 10 минут мозгового штурма.

Как это сделать?

Возьмите лист А4 и ручку. В заголовке запишите тему своего выступления. Активируйте авиарежим на телефоне и запустите таймер с обратным отсчетом на 10 минут. Это время, в течение которого вы выписываете все, что приходит в вашу голову, когда думаете о теме.

Вот вещи, которые могут сюда попасть:

- метафоры и аналогии;
- интересные факты;
- научные исследования;
- истории из личной жизни и кейсы из практики, которые раскрывают ваши идеи;
- ваше отношение к теме;
- отрицание и предубеждения, существующие у людей относительно вашей темы;

Важно! Нет интернету. Если, например, вы вспомните, что на вашу тему есть интересное исследование, то вы просто записываете то, что помните об этом эксперименте. Впоследствии, когда время мозгового штурма завершится, вы сможете окунуться в книги и интернет в поиске дополнительной информации.

Еще одна особенность процесса мозгового штурма – это анабиоз внутреннего критика. Важно, чтобы в процессе генерирования, он отключился.

И только когда сработает таймер обратного отсчета, вы и ваш внутренний критик проведете кастинг идей. Все идеи, которые его пройдут, вы добавите в структуру вашего выступления. Тщательно подбирайте идеи, учитывая знания и интересы вашей аудитории.

В техническом задании вы отметили продолжительность вашего выступления. Ваша задача теперь состоит в том, чтобы проверить, сможете ли вы уложиться в отведенное время, рассказывая в своем нормальном ритме каждый из пунктов плана.

Для пробы можете проговорить свое выступление другу. Скорее всего, вы не уложитесь во временные рамки и придется убирать идеи из вашего выступления. Это нормально. Помните, что подготовка к публичному выступлению – это не только возможность понять, о чем вы будете рассказывать, но и определиться с тем, о чем вы говорить не будете.

А дальше может случиться настоящая магия ...

Если вы начнете заблаговременно готовиться к выступлению, то тем самым дадите мозгу команду – эта тема для меня важна, ищи информацию о ней. И тогда вы будете находить замечательный материал для своего выступления повсюду: в разговоре с друзьями, в лентах социальных сетей, в надписях на билбордах, на чеках с супермаркетов (но это не точно).

И здесь у вас будет возможность проверить свою решительность. Ведь количество материала будет увеличиваться, а продолжительность презентации – нет.

Вам необходимо будет безжалостно отбирать лучшее. Все остальные идеи будут отправлены на скамейку запасных.

Этап 3. Тренируйтесь

Когда мы говорим о репетиции публичного выступления, то что первым приходит в голову? Конечно, тренировки перед зеркалом. Пожалуйста, забудьте этот вид тренировок. Это не самый удачный способ развить навык публичного выступления.

Ваша задача на этом этапе проговорить текст выступления несколько раз. Благодаря этому структура презентации лучше закрепится в вашей голове. Смиритесь с тем, что как бы вы не тренировались, на самом выступлении, вы не расскажете свою тему слово в слово так, как вы делали это на тренировке.

Предлагаю вам три вида репетиций:

1) Публичное выступление наедине.

Для этого вам необходимы минимальные ресурсы – время и место для тренировки. Ваша цель – выговориться. Просто ходите по комнате и рассказывайте свою тему, держа перед собой план публичного выступления.

2) Публичное выступление перед друзьями.

Вариант сложнее, чем предыдущий, вам надо собрать в одно время в одном месте нескольких друзей, чтобы они выслушали вас и поделились своими впечатлениями.

Как это можно сделать?

Приглашаете друзей к себе на чай / кофе / молочный коктейль. Друзья ни о чем не подозревают. И вот, когда все съедено и выпито, вы ненароком говорите: «Через неделю должен выступить на одной конференции. Есть время послушать?» Поскольку они уже все съели и выпили, то ответ их будет утвердительным. Это принцип «социального обмена».

Только не рассчитывайте на основательную и конструктивную обратную связь – друзья не всегда в теме вашей профессиональной деятельности. Но несколько ценных советов дать смогут.

3) Публичное выступление перед коллегами.

Пожалуй, самый сложный вид тренировок, потому что коллеги обладают ценным профессиональным опытом, который имеет прямое отношение к теме вашего выступления. Есть только одна проблема – очень трудно собрать коллег в одном месте. Разве что организовать для них мини-корпоратив и пригласить на пиццу.

В книге «Презентация» Кармин Галло описывает, как Стив Джобс, готовясь к презентации нового революционного изобретения, собирал в одном месте всю верхушку компании и выступал перед ними. Да, их время стоило дорого, но от качества презентации зависел успех всей компании.

Поэтому, если выступление действительно важно, то приложите усилия для того, чтобы хотя бы один раз выступить перед коллегами.

Репетиции ценны не только тем, что помогают лучше запомнить структуру выступления. Во время проговаривания вы начнете лучше понимать сам материал презентации, а еще и запустите процесс поиска новых идей. Будьте готовы, что на этом этапе к вам придут новые идеи, благодаря которым выступление станет действительно оригинальным и запоминающимся. Иногда во время тренировок выступление можно изменить на все 99% (только название выступления не изменится).

Этап 4. Отдохните

Спортсмены знают о том, что перетренированность ухудшает результаты. Длительная подготовка может вам навредить. Она истощит вас. Именно поэтому так важно отдохнуть перед ответственными соревнованиями.

То, что вы крутой эксперт и совершенно знаете свою тему, еще не является гарантией успешного публичного выступления. Ведь если у вас сдадут нервы, и мысли начнут хаотично бродить по вашей умной голове, то хаотичной станет и ваша презентация. Ясно мыслю – ясно говорю.

Как вам идея отдыха перед выступлением?

Конечно, это будет невозможно, если вы готовитесь по принципу студента – выложиться в последнюю ночь на всю мощность. Возможно, это помогало вам в те беззаботные времена, но не сейчас. Пришло время изменить стратегию.

Самое важное, что вы можете сделать перед выступлением – это осознанно подышать, вспомнить несколько приятных моментов и отпустить ситуацию. Все, что вы могли сделать, вы сделали.

Профессиональный оратор, как и профессиональный спортсмен, хорошо осознает, насколько важна правильная подготовка к выступлению. Перетренированность, как и недотренированность, могут сильно ухудшить результаты выступления.

ЧЕТЫРЕ ЭТАПА ПОДГОТОВКИ ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ

0 НАЙДИТЕ МОТИВАЦИЮ



1 СФОРМИРУЙТЕ ТЗ

- КАКОВА ЦЕЛЬ
- КТО МОЯ ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
- ТАЙМИНГ ВЫСТУПЛЕНИЯ



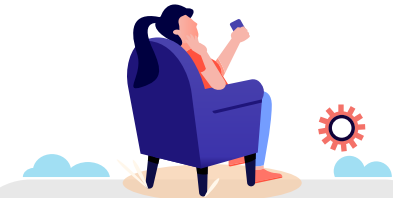
2 ОТБЕРИТЕ И УПОРЯДОЧЬТЕ МАТЕРИАЛ

- НЕТ ИНТЕРНЕТУ!



3 ТРЕНИРУЙТЕСЬ

- НАЕДИНЕ
- ПЕРЕД ДРУЗЬЯМИ
- ПЕРЕД КОЛЛЕГАМИ



4 ОТДОХНИТЕ

СТРУКТУРА ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ

Неудачная структура может поставить крест на вашем выступлении. К сожалению, так бывает.

Даже если вы крутой эксперт и у вас качественный материал, вас могут перестать слушать, если ваше выступление будет хаотичным.

Как избежать хаотичности и упорядочить мысли? Вам, наверное, приходилось слышать сетования на то, что ничему полезному нас в школе не научили? Теорема Пифагора, синусы и косинусы продолжают чахнуть на обочине нашей жизни. Но не все так плохо – есть то, что вы учили в школе и что понадобится нам сегодня. И это – структура публичного выступления.

Хотя таких уроков как «риторика» у вас, скорее всего, не было в школе, но вы знаете, что произведение состоит из трех частей – вступления, основной части и окончания. Это подходит и для публичного выступления. Но в публичных выступлениях эти три части имеют свою специфику, поэтому рассмотрим, что они собой представляют.

Вступление

Когда вы оказываетесь на сцене, в центре внимания аудитории, перед вами стоят две задачи – привлечь внимание к своей теме и завоевать доверие публики. Благодаря первому, вас будут слушать, благодаря второму, вас будут слышать.

Эта часть выступления довольно компактна и, при этом, невероятно важна. Перед вами достаточно сложная задача – достичь указанных выше двух целей за первые одну-две минуты. Как это можно сделать? Какие есть варианты начала своего выступления?

Далее мы рассмотрим примеры удачных вступлений.

Важно! Хотя вступление и невероятно важно, но при подготовке, в первую очередь, продумайте основную часть. Когда вы будете иметь четкую структуру своей презентации, то и с выбором начала вам будет значительно легче.

Основная часть

Это большая часть вашего выступления, которая иногда занимает 95% всего времени. Именно здесь у вас появляется возможность раскрыть свои идеи и объяснить их в деталях.

О чем стоит рассказать в основной части?

Конечно, главным компонентом является ваша идея и ее объяснение. Но это еще не все – иногда перед тем, как предлагать решения, вам необходимо рассказать о существующей проблеме, которую может решить ваше предложение.

И еще один важный момент – не забывайте обращаться к своему опыту. Даже если во вступлении вы наладили контакт с аудиторией, в основной части вы все равно продолжаете выстраивать отношения. Рассказывая о собственном опыте, вы завоевываете еще больше доверия публики

Важно! Вступление и заключение можно продумать до деталей. Эти части выступления довольно коротки – чаще они состоят из 3-5 предложений. В основной части вам необходимо продумать только последовательность идей, которые вы будете раскрывать в презентации. Детально повторить то, что вы написали в плане, у вас не получится.

Завершение

Несмотря на то, что эта часть вашего выступления является короткой, важность ее невозможно переоценить. То, что вы скажете в завершении, ваша публика запомнит.

Именно поэтому вам необходимо с большой ответственностью отнестись к тому, какими словами вы будете завершать свое выступление.

Концовка, как и вступление, преследует две цели – подытожить сказанное и призвать к действию. Об этом часто начинающие спикеры забывают. Поэтому выступление или завершается объяснением идеи или неожиданным «спасибо за внимание», которое прервало выступление. После чего спикер, «отстрелявшись», спешно убегает со сцены.

Важно! Следите за временем. Если вы мегакрутой спикер, то публика будет готова вас слушать бесконечно долго. Но пока вы не достигли этого уровня, помните, что вам выделили время для выступления и ваш долг – придерживаться этого времени.

В одном из американских учебников по публичным выступлениям я встретил высказывание, которое запомнил на всю жизнь. Оно звучало следующим образом: «Еще никто не жаловался на то, что оратор говорил слишком мало». Чувствуете всю боль этих слов?

Почему так важно быть лаконичным?

Если вы выступаете в рамках конференции, то ваше выступление является частью программы. А значит, после вас (в конкретно указанное время) должен начать свое выступление следующий спикер.

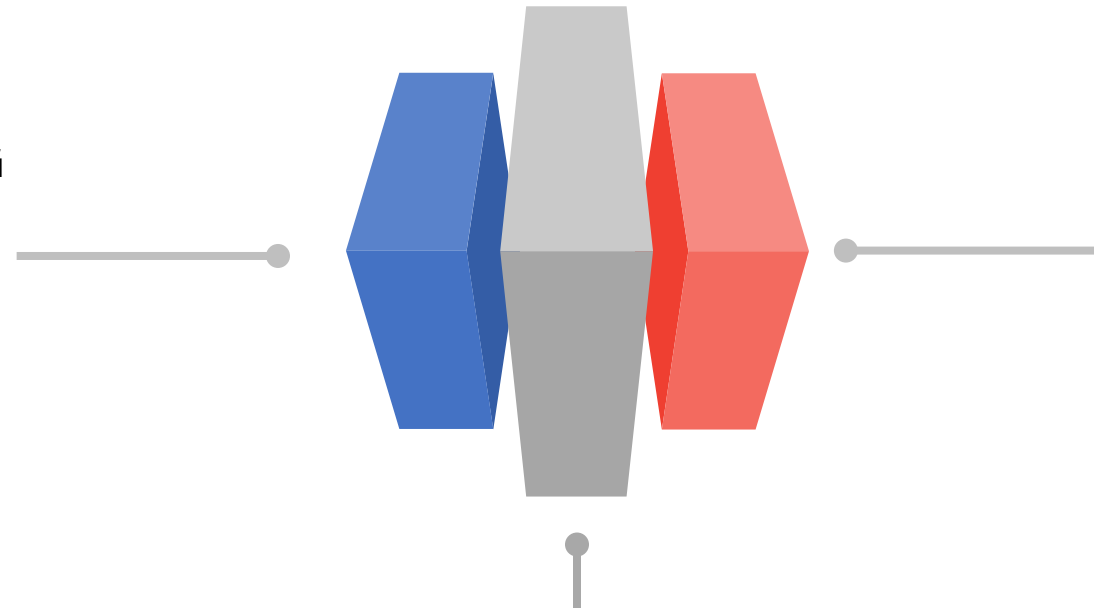
Если ваше выступление является сольным (вы проводите семинар или мастер-класс), то ваши возможности по управлению лимитом времени являются большими. Но помните, что ваши слушатели имеют свои планы, которые они составили, отталкиваясь от продолжительности вашего выступления.

Поэтому не удивляйтесь, если в конце вашей презентации, участники по одному будут покидать ваше мероприятие.

СТРУКТУРА ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ

ВСТУПЛЕНИЕ

- привлечь внимание
- завоевать доверие слушателей
- готовьте вступление после подготовки основной части



ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

- занимает до 95% выступления
- постановка проблемы и ваши идеи для ее решения
- не заучивайте формулировки дословно, просто помните идеи, которыми хотите поделиться с аудиторией

ЗАВЕРШЕНИЕ

- самая запоминающаяся часть выступления
- подытожьте сказанное
- призовите к действию

ТЕХНИКИ НАЧАЛА И ОКОНЧАНИЯ ВЫСТУПЛЕНИЯ

Предлагаю 10 приемов начала выступления:

Анекдот

Если обстановка к тому располагает, то речь можно начать с анекдота (хорошая шутка тоже подойдёт, но только если она действительно смешная). Однако вам нужно быть полностью уверенным в том, что слушатели воспримут то, что вы рассказываете, как нечто комичное. По этой причине, перед тем, как «выстреливать» анекдотом в большую группу людей, проверьте его «качество» на отдельных людях. Кроме того вы можете применять юмор только тогда, когда и сами считаете рассказываемое смешным и когда уверены, что обладаете всем необходимым, чтобы рассказать это должным образом.

Разговор с приятелем

Можно пересказать разговор, который не так давно произошёл у вас с кем-то из знакомых или же вообще из тех, кто присутствует в зале. К примеру, можно начать так: «Буквально перед началом семинара я разговаривал с Кириллом Петровичем. Он сказал мне, что в его жизни сейчас как раз тот момент, когда ему экстренно нужно поменять что-то в своей жизни. Это я к тому, что...»

Актуальное событие

Для начала речи можно использовать что-то из последних новостей, чтобы потом перейти к основной теме своего выступления или же охарактеризовать свою позицию по какому-либо вопросу. Можно взять с собой свежий выпуск новостной газеты и показать всем заголовок, когда будете ссылаться на материал, произнося вступительные слова. Когда вы будете стоять на сцене и держать в руках газету, начиная выступление, публика автоматически будет стараться увидеть, что у вас в руках, и услышать, что вы говорите.

Шокирующее заявление

Эффективным способом начала речи является заявление, способное вызвать шок. Вы можете, к примеру, сказать что-то в духе: «Последние исследования, проведённые нашими специалистами, показали, что в этом году нас ждут большие перемены. В результате выяснилось, что примерно 60% сидящих сегодня в этой аудитории уже через полтора года буду получать зарплату в три раза превышающую ту, которую они получают сейчас».

Каламбур

Превосходно начать выступление можно, позабавив публику. В качестве примера можно привести американского спикера Билла Гоува. Нередко он уже после его официального представления слушателям выходил на сцену, словно секунду назад был прерван какой-то закулисный разговор, чтобы он мог начать новую беседу – уже с публикой. У сидящих в зале появлялось ощущение, будто он вовсе и не собирался произносить речь, а лишь хотел с ними поговорить. Так Билл подходил ближе к зрителям и призывал их жестами придвинуться поближе к нему, а затем чуть слышно произносил что-то в духе: «Послушайте, я должен вам кое-что сказать». Создавалось такое впечатление, что он намерен рассказать всем присутствующим некий секрет. Результатом всего этого было то, что люди в зале на самом деле наклонялись вперёд, чтобы услышать «тайну». Но после этого они в какой-то момент понимали, что на самом деле делают, и начинали хохотать. Проделав это, Гоув уже мог делать с публикой, что угодно. Подумайте, возможно, и вы сможете устроить на сцене нечто необычное и забавное.

Рассказ о себе

Нередко самые эффективные выступления начинаются с рассказа ведущего о себе. Начать речь можно примерно так: «К тому, что у меня есть сейчас, я шёл очень долго и упорно. У меня не было наставника и даже помощника. Всего в своей жизни мне пришлось добиваться самому. Но именно это стало для меня самой лучшей школой». Вероятнее всего, что после вашего выступления к вам начнут подходить люди, которые будут утверждать, что их ситуация в точности похожа на вашу, и выражать своё почтение. И здесь имеет место один психологический фактор, который говорит о том, что, когда один человек рассказывает о своей жизни, другие автоматически идентифицируют себя с ним. Именно поэтому, рассказ оратора о своей жизни может максимально привлечь внимание публики: они начнут внимательно слушать его, ведь он наиболее точно способен передать детали ситуации, дать какую-то пищу для ума, заставит слушать, размышлять и затем действовать. По сути, рассказ о жизни является мостом между ведущим и слушателями, и использовать его очень полезно.

Позитивное утверждение

Публике также можно сообщить некое положительное утверждение, например, сказать, что им придётся по вкусу сегодняшнее выступление. Скажите, к примеру, так: «Вам на самом деле понравится то, что вы скоро услышите. В сегодняшней беседе я открою вам несколько уникальных секретов по поводу...»

Вопрос или опрос

Помимо всего прочего, начать речь можно с небольшого заявления и последующего вопроса, который предполагает ответ с помощью поднятых рук. Вы можете попробовать сделать следующее – скажите: «В настоящее время у каждого из нас есть прекрасная возможность жить и зарабатывать деньги, не ходя каждый день на работу. Кстати говоря, кто из вас уже работает удалённо?» Опытные ведущие довольно часто начинают свои выступления именно так, а после того как кто-то из аудитории поднимет руку, спрашивают у того, кто ближе всех находится к сцене: «А сколько на самом деле людей из вас работает удалённо?». Кто-то с большой долей вероятности скажет: «Мы все!» или «Да все здесь!» После этого можно дать подтверждение данному ответу: «Да, согласен, каждый из тех, кто пришёл сюда, занимается работой удалённо, ведь иначе вас просто бы не было здесь» и т.д.

История

Для начала речи отлично подходит и история. Действительно, пожалуй, не найти более магических слов для завладения вниманием аудитории, чем: «Однажды со мной приключилась очень странная история» и т.п. Дело в том, что ещё с детских лет людям очень нравятся всякие истории. С началом рассказа публика в одночасье замолкает и начинает внимать каждому слову выступающего, словно группа детей. Этот приём очень удобно использовать также и после перерыва на обед или кофе.

Заявление или вопрос

Начать речь можно с ошеломляющего заявления, после которого нужно задать слушателям вопрос. Затем на этот вопрос нужно ответить и задать новый. Такая хитрость мигом вовлечёт людей в обсуждение, и они будут слушать вас очень внимательно. Объясняется это ещё одной человеческой психологической особенностью. С детских лет люди настраиваются давать ответы на задаваемые им вопросы. Каждый раз, когда ставится вопрос и выжидается пауза, чтобы люди могли его осмыслить, ведущий оказывается в состоянии полного контроля над аудиторией. И даже в том случае, если люди не отвечают вслух, они всегда отвечают мысленно.

Завершение речи, как и начало, содержит этикетные формулы, но другого содержания. Они сообщают, что время вышло, встреча завершилась, благодарят за внимание, доброжелательность, сотрудничество. В этой части выступления могут содержаться формулы призыва, пожелания, сообщение и тому подобное. Объем выводов и концовки в значительной степени зависит от темы, материала, вида и рода выступления.

Для хорошего завершения возможно применение и одного приема, или только некоторых из них, или сразу всех. Сочетание может быть любым в зависимости от ваших задач. Имейте в виду, что каждый последующий прием придает усиление предыдущему. Некоторые могут показаться вам очень похожими, однако между ними есть принципиальные отличия, хоть и не очень заметные на первый взгляд.

Давайте в качестве примера используем некую публичную речь о раздельном сборе отходов. Итак представьте, что вы завершаете выступление перед людьми, которые еще не сортируют свои отходы. Смотрите примерные варианты под каждым описанным приемом.

Прием 1: резюме

Подводите итоги своей речи; систематизируйте информацию; напомните основные положения. Здесь вы подытоживаете и ретроспективно вспоминаете то, о чем именно говорили.

Пример: Итак, сегодня мы подняли тему раздельного сбора отходов, определились, чем смешанные отходы могут навредить человечеству и что с этим делать.

Прием 2: выводы

Не следует путать с резюме, потому что это уже более глубокое рассмотрение проблемы. Здесь нужно сделать вывод на основании сказанного вами выше. То есть вы должны ответить на вопрос: что следует из всей изложенной информации?

Пример: Думаю, ни у кого не осталось сомнений, что смешанные отходы вредят окружающей среде.

Прием 3: рекомендации

Дайте слушателям рекомендации о том, как справиться с проблемой.

Пример: В связи с огромным ущербом, который наносят смешанные отходы, моя главная рекомендация – начать раздельный сбор мусора.

Прием 4: дальнейшие шаги, действия

Дайте слушателям план конкретных действий к вашим рекомендациям, обозначьте, что конкретно нужно совершить. К слову, этот прием считается очень эффективным для завершения планерки.

Пример: Вам нужно выбрать способ сортировки отходов, который для вас будет наиболее комфортным, и следовать ему во что бы то ни стало.

Прием 5: призыв к действию

Обратите внимание, этот прием всегда используется в рекламе, потому что он работает! Возьмите и вы за привычку в публичных выступлениях применять слова, побуждающие к действию. Не пожалееете...

Пример: Прямо сейчас подумайте, как вы организуете пространство в своем доме для отдельного сбора отходов!

Прием 6: повторение начальной мысли

В литературе есть такое понятие – кольцевая композиция, когда в конце произведения повторяется какой-то элемент из его начала. В ораторском мастерстве это выглядит также эффектно, как и в литературе. В конце вернитесь к началу.

Пример: В начале мы говорили, что каждый год в нашей стране ежегодно прибавляется 13 тыс. кубометров мусорных полигонов. В ваших силах повлиять на эту цифру! Не верите? Начните с себя, и вы заметите, как мир вокруг преобразится – потому что, как минимум, на 10 кубометров мусорных полигонов в год станет меньше.

Прием 7: доказательство теоремы

Если в речи вы что-то доказывали или опровергали, то обязательно используйте этот прием!

Пример: Разве многочисленные исследования экологов, статистика, страшные фотографии мусорных полигонов, представленные в этом докладе, не служат для вас неоспоримым доказательством вреда смешанного способа сбора отходов?

Прием 8: комплимент

Чтобы подбодрить аудиторию, обязательно похвалите ее, сделайте ей прямой, неприкрытый комплимент.

Пример: Общаться сегодня с вами для меня было большим удовольствием. Не помню, когда в последний раз мне доводилось выступать для такой интересной и благодарной аудитории.

Прием 9: шутка

Чтобы оставить приятное «послевкусие» от своего выступления, особенно, если в вашей теме мало позитивного, пошутите в конце. Однако будьте осторожны! Шутка должна удачно вписаться в контекст. А лучше ее заранее продумать, чтобы не случилось казуса. Особенно хорошо воспринимаются аудиторией забавные истории, связанные лично с вами – пошутите о себе. Посмейтесь над собой вместе с вашими слушателями – и вам будут симпатизировать.

Пример: Когда-то школьником я мог выбросить мусор в парке, чтобы доказать, что я делаю то, что хочу... 30 лет спустя я начал собирать свои коробки и бутылки, чтобы доказать (и прежде всего самому себе), что я делаю то, что считаю нужным.

Ошибки завершения речи

Давайте теперь рассмотрим, как не стоит заканчивать свое публичное выступление:

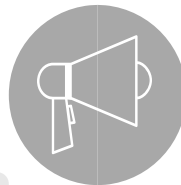
- 1) Шутка, не относящаяся к вашей теме, может перечеркнуть все предыдущее выступление. Аудитория просто забудет то, о чем вы до этого говорили, и ваша цель не будет достигнута.
- 2) Никогда не извиняйтесь и не оправдывайтесь, например, за то, что не все охватили или утомили слушателя и так далее.
- 3) Если вы уже сделали вывод, больше ничего к нему дополнительного не вспоминайте, не делайте так называемых лирических отступлений после него, иначе «смажете» свое выступление.
- 4) Нельзя уходить, не завершив свой доклад.
- 5) Не заканчивайте негативом, у слушателей после вашей речи должны остаться надежда, оптимистичный настрой и вдохновение.
- 6) Избегайте шаблонной фразы «Ну вот и все, что я хотел сказать». Лучше просто поблагодарите аудиторию или используйте приемы, изложенные выше.

Завершение речи – одна из самых важных частей любого публичного выступления. Уделите ей должное внимание и вам удастся максимально эффективно донести до слушателей свою мысль, идею.

ТЕХНИКИ НАЧАЛА И ОКОНЧАНИЯ ВЫСТУПЛЕНИЯ

НАЧАЛО

1. АНЕКДОТ
2. РАЗГОВОР С ПРИЯТЕЛЕМ
3. АКТУАЛЬНОЕ СОБЫТИЕ
4. ШОКИРУЮЩЕЕ ЗАЯВЛЕНИЕ
5. КАЛАМБУР
6. РАССКАЗ О СЕБЕ
7. ПОЗИТИВНОЕ УТВЕРЖДЕНИЕ
8. ВОПРОС ИЛИ ОПРОС
9. ИСТОРИЯ
10. ЗАЯВЛЕНИЕ



ОКОНЧАНИЕ

1. РЕЗЮМЕ
2. ВЫВОДЫ
3. РЕКОМЕНДАЦИИ
4. ДАЛЬНЕЙШИЕ ШАГИ, ДЕЙСТВИЯ
5. ПРИЗЫВ К ДЕЙСТВИЮ
6. ПОВТОРЕНИЕ НАЧАЛЬНОЙ МЫСЛИ
7. ДОКАЗАТЕЛЬСТВО ТЕОРЕМЫ
8. КОМПЛИМЕНТ
9. ШУТКА

КАК ДОБАВИТЬ ЭНЕРГИИ ВЫСТУПЛЕНИЮ С ПОМОЩЬЮ РИТОРИЧЕСКИХ ФИГУР

Риторическая фигура – это средство усиления эмоционального влияния ораторской речи, основанное на применении синтаксических конструкций, которые отличаются от привычного использования. То есть, это специфические правила построения предложений, которые усиливают эмоциональность речи. Хотя фигур невероятно много, мы сосредоточимся на тех, которые являются самыми популярными.

1. Анафора

Один из самых популярных приемов, который вы найдете в почти в любой мотивационной речи. Для того чтобы создать анафору, вам просто необходимо сказать несколько предложений, которые начинаются одинаково. Например, слоган: «Больше обуви, больше историй».

Чем больше повторов вы делаете, тем эмоциональней будет казаться ваша речь. Но здесь необходимо быть осторожным. Специи делают вкус блюда более выразительным, но когда их много, то блюдо не хочется есть. Вам необходимо четко осознавать контекст, в котором вы делаете речь. Для классических выступлений достаточно двойной анафоры. При таких условиях она придаст энергии, при этом сам прием не очень будет бросаться в уши. Например, Мартин Лютер Кинг младший, произнося свою речь «У меня есть мечта», использовал эти слова для создания анафоры, при этом он повторил их семь раз.

2. Эпифора

Если в анафоре нам необходимо одинаковыми словами начинать предложения, то в эпифоре мы будем одинаково завершать их. Суть этого приема – продемонстрировать неотвратимость явления. Например: «Ослушаетесь меня – умрете, попробуете убежать – умрете, умудритесь еще как-нибудь меня достать... Угадайте? Умрете». (Из кинофильма «Отряд самоубийц»). Этот прием использовали при создании слогана стирального порошка Ariel: «Не просто чисто, а безупречно чисто».

3. Анадиплосис

Звучит название сложно и может порождать какие-то свои ассоциации. На практике же все просто – необходимо повторить слово или словосочетание на стыке конструкций. Например: «Мы хотим свободы, воли, которая дается нам от рождения.» А вот слоган Volkswagen Tiguan: «Жизнь – это игра. Игра вне правил и стереотипов».

4. Хиазмы

Суть этого приема заключается в том, чтобы сделать повтор, в котором ключевые элементы меняются. Звучит сложно, но на примерах будет ясно. Например: «Человек живет не для того, чтобы есть, а ест для того, чтобы жить» (жить – есть, есть – жить). Одной из самых известных цитат американского президента Джона Кеннеди является: « Не спрашивайте, что ваша страна может сделать для вас – спрашивайте, что вы можете сделать для своей страны. »

5. Параллелизм

Для создания этого приема необходимо, чтобы подряд шли несколько предложений (синтаксических конструкций, имеющих сходную структуру). Это сложный вид повтора, ведь здесь повторяют не отдельные слова, а построение предложения. «Цель конституционного правительства – сохранить Республику; цель революционного правительства – основать ее» – так говорил Максимилиан Робеспьер. Слоган Indesit «Мы работаем – вы отдыхаете».

6. Парцелляция

Для создания большей динамичности, оратор может говорить максимально короткими фразами. Это и будет парцелляция. Знаменитое «Пришел, увидел, победил» Юлия Цезаря является прекрасным примером этого приема.

7. Антитеза

Очень популярный прием для создания контраста между двумя понятиями. Например: «Лучшая подготовка к управлению – это не встречи в Уайтхолле. Лучшая подготовка к управлению – это слушать британский народ.» Из первой речи Гордона Брауна в роли лидера Лейбористской партии.

Теперь вы будете замечать риторические фигуры в выступлениях политиков, священников, преподавателей. Вполне возможно, что такими приемами пользуются ваши друзья, убедительность которых вас всегда поражала. А самое интересное, что, скорее всего, ваши друзья и не учили эти приемы; они неосознанно переняли их у других спикеров, которыми в свое время восхищались.

КАК ДОБАВИТЬ ЭНЕРГИИ ВЫСТУПЛЕНИЮ С ПОМОЩЬЮ РИТОРИЧЕСКИХ ФИГУР

АНАФОРА:
«Чистота – чисто Тайд»

ЭПИФОРА:
«Не просто чисто,
а безупречно чисто»

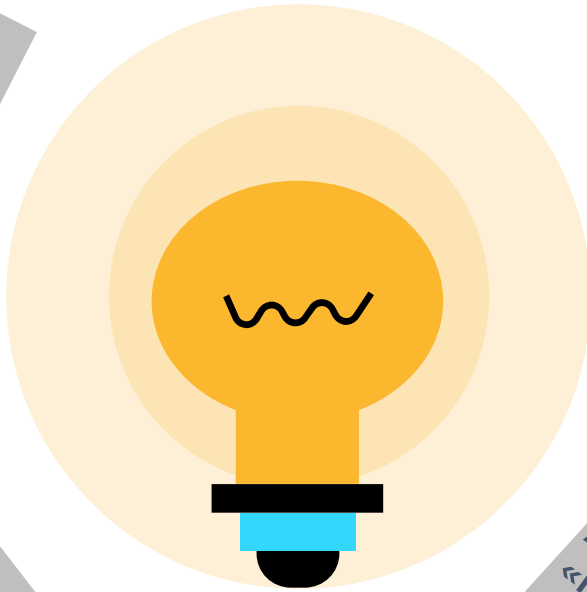
АНАДИПЛОСИС:
«Мы хотим свободы, воли,
которая дается нам от рождения»

ХИАЗМЫ:
«Человек живет не для того,
чтобы есть, а ест для того,
чтобы жить»

ПАРАЛЛЕЛИЗМ:
«Мы работаем – вы отдыхаете»

ПАРЦЕЛЛЯЦИЯ:
«Пришел, увидел, победил»

АНТИТЕЗА:
«Минимум труда – максимум эффекта»



РАБОТА С ГОЛОСОМ И ИНТОНАЦИЯМИ

В риторике все фонационные и голосовые приемы произнесения текста называются техникой речи. Техника речи – это совокупность голосовых методик по использованию дыхания, дикции, тона и интонации, тембра, темпа и громкости речи.

Дыхание. Дыхание лежит в основе речи, так как звуки речи образуются именно при выдохе. Важно учиться дышать и развивать свой дыхательный потенциал. Все дело в том, что во время публичного выступления (монолога), в отличие от обычных ситуаций, вдох и выдох не равны: выдох гораздо длиннее вдоха.

Дыхание во время речи происходит так: после короткого и интенсивного вдоха следует пауза, напрягаются брюшные и грудные мышцы для удержания воздуха в легких, а затем происходит второй длинный выдох, проходящий через голосовые мышцы и образующий звуки нашей речи. Получается, что публичная речь требует, во-первых, большего количества воздуха, чем при обычном физиологическом дыхании, а во-вторых, умения экономно расходовать этот воздух во время произнесения слов. Чтобы этого добиться, нужно больше практиковаться.

Упражнение 1. Задувание свечей. Представьте, что вам нужно задуть 3 свечи. Наберите в грудь достаточно воздуха, и подуйте на каждую из трех воображаемых свечей. Теперь сделайте то же самое для большего количества свечей, и увеличивайте их количество постепенно: 4, 5, 6, 7. Как только вы почувствуете, что устали – остановитесь и отдохните. После этого попробуйте выпрямиться и вдыхать больше и глубже, задействуя мышцы диафрагмы (у нижних ребер), а выдыхать более спокойно и направленно. После этого повторяйте упражнение, пытаясь задуть больше воображаемых свечей, но ни в коем случае не перенапрягайтесь, иначе от недостатка воздуха у вас может закружиться голова.

Громкость. Сила голоса или его громкость – это характеристики, которые должен уметь варьировать любой хороший оратор. Причем одинаково необходимо умение говорить как громко, так и тихо. Умело оперируя параметрами громкости вашего голоса, вы сможете выделить самые важные места произносимой речи.

Основная проблема, которая возникает у обучающихся ораторскому искусству, связана с тем, как научиться говорить достаточно громко без большой нагрузки на голосовые связки. Обучение этому навыку кому-то покажется легким, а у кого-то может потребовать серьезных усилий и много времени, все зависит от ваших физиологических особенностей. Для достижения большой громкости без напряжения голосовых связок можно воспользоваться следующими универсальными рекомендациями:

- Замедлите темп вашей речи настолько, чтобы вы могли при необходимости использовать больше воздуха на каждый звук каждого слова. Дышите глубже (диафрагмой).
- Постарайтесь усилить резонанс (вибрацию звуков) в голосовых полостях: в носоглотке, гортани и грудной клетке.
- Старайтесь лучше и четче артикулировать (интенсивно использовать органы речевого аппарата), что будет способствовать лучшему восприятию вашей речи даже при отсутствии сильного голосового напряжения.

Дикция. Дикция – это важная составляющая произнесения публичной речи, которая заключается в способности отчетливо произносить звуки, слоги и слова. Чистота звучания речи зависит от правильной и активной работы артикуляционного аппарата. Дикцию можно сравнить с почерком: текст, написанный человеком с плохим почерком сложно читать, а речь, произнесенную человеком с плохой дикцией – сложно слушать, воспринимать. Существует целый ряд специальных упражнений, формирующих отчетливую дикцию.

Одним из самых популярных упражнений, которым пользуются все дикторы и ведущие, является произнесение скороговорок. Каждая скороговорка тренирует ваше произношение определенных звуков и сочетаний звуков.

1. *Карл у Клары украл кораллы, Клара у Карла украла кларнет.*
2. *Выдра в ведро от выдры нырнула. Выдра в ведре с водой утонула.*
3. *На опушке в избушке живут старушки-болтушки. У каждой старушки лукошко. В каждом лукошке кошка. Кошки в лукошках шьют старушкам сапожки.*

Интонация. Под интонацией подразумевают эмоционально-экспрессивную окраску голоса, способствующую выражению в речи говорящего его чувств и намерений. Интонация тесно связана с собственно голосовыми характеристиками и создается с помощью таких средств произнесения речи как увеличение или ослабление силы голоса, паузы, убыстрение или замедление темпа речи, протягивание звуков или ударение на определенные звуки. С помощью интонации можно выразить основные коммуникативные намерения: утверждение, вопрос, восклицание, побуждение. Бывает так, что интонация, с которой произнесены слова, гораздо важнее самих слов. Хороший оратор должен уметь владеть интонацией, делать логические акценты, повышать и понижать громкость голоса, тон или темп речи, а также делать необходимые паузы.

Для тренировки интонации хорошо подойдет чтение художественных (а особенно драматических) текстов вслух. При этом пробуйте повторять некоторые предложения несколько раз, пытаясь сделать это по-разному, с разной интонацией (можно использовать те же скороговорки).

Темп речи. Конечно, темп речи не является непосредственным свойством голоса человека. Но умение варьировать при необходимости скорость произнесения слов и фраз также можно отнести к основным навыкам ораторского мастерства. Важно понимать, что темп речи очень сильно связан со свойствами личности и поэтому зачастую с трудом поддается корректировке. Некоторые люди в силу своего характера, склада ума и привычек, говорят быстрее, другие медленнее.

Если вы испытываете трудности при произнесении речи в быстром темпе, эффективным решением для вас могут стать дыхательные упражнения и тренировка быстрого произнесения различных скороговорок. Однако быстрый темп речи не всегда выигрышно звучит и воспринимается аудиторией, а потому он подходит далеко не во всех случаях. Часто бывает так, что спокойная, медленная, обдуманная речь звучит гораздо убедительнее материала, отчеканенного скороговоркой. Кроме того, невысокий темп позволяет слушателям глубже вникнуть в суть поднимаемой проблемы, дает время проанализировать и усвоить сказанное.

Отличного эффекта можно добиться при смене темпа речи по ходу выступления: чтобы сделать важный акцент на определенной мысли, вам стоит всего лишь временно замедлить общий темп речи и произнести необходимую идею четко и медленно, или даже сделать перед этим небольшую паузу.

Паузы. Умение делать правильные паузы не менее важно, чем способность говорить быстро или медленно. Пауза во время произнесения производит такое же впечатление как и внезапный звук во время тишины, она привлекает внимание. Кроме того, после паузы новая мысль часто звучит убедительнее, чем непрерывная последовательность произносимых идей. Многие паузы в речи соответствуют структуре текста и расположению знаков препинания, но иногда паузы могут выходить за рамки письменной речи.

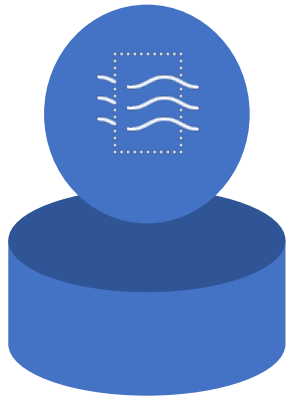
Паузы при произнесении речи могут быть следующими:

- **Паузы hesitation** при речевой импровизации – речевое колебание, связанное со спонтанностью речи, оно рождается непосредственно в момент речи, возникает проблема выбора речевых единиц (слов и грамматических структур) и планирования предложения в целом. Это тот случай, когда ваша мысль ускользнула, и вы ненадолго задумались над тем, о чем говорили ранее и хотите сказать в данный момент.
- **Интонационно-логические**, интонационно-синтаксические паузы необходимы для передачи интонации фразы и ее правильного смысла. Всем хорошо знаком банальный пример «казнить нельзя помиловать», в котором смысл фразы напрямую зависит от постановки паузы в правильном месте.
- **Психологические паузы** используются для смысловых и эмоциональных акцентов.
- **Физиологические паузы** обусловлены нашей особенностью произносить речь. Например, нам нужно вдыхать воздух для произнесения фразы и на этом вдохе возникает небольшая пауза, которая не имеет смыслового или иного оттенка.
- **Ситуативные паузы** связаны с тем, что мы не можем быть отделены от внешнего окружения. Пауза может возникнуть при неожиданном вопросе или внезапном громком звуке из зала. Эти паузы также являются частью нашего публичного выступления и возникают часто по объективным причинам, не зависящим от оратора.

Специалисты выделяют несколько общих правил эффективного использования пауз в речи:

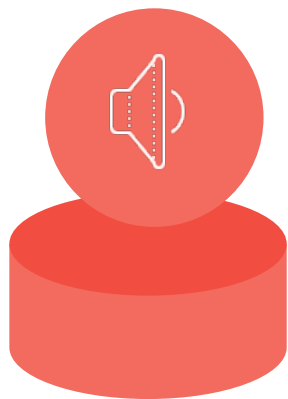
1. Короткие паузы воспринимаются лучше длинных.
2. Только половина среднестатистических слушателей в состоянии как следует понять фразу, содержащую более 13-15 слов.
3. К тому же, одна треть всех людей, слушая четырнадцатое и последующие слова в рамках одного предложения, вообще теряет связь с его началом.

РАБОТА С ГОЛОСОМ И ИНТОНАЦИЯМИ



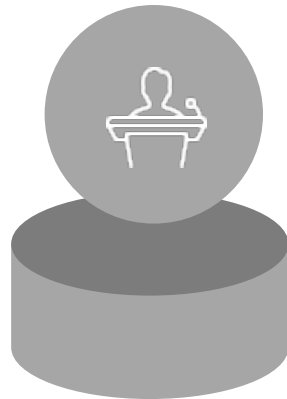
ДЫХАНИЕ

Во время выступления выдох длиннее вдоха



ГРОМКОСТЬ

Нужно уметь варьировать силу голоса и его громкость



ДИКЦИЯ

Дикция для выступления – как почерк для текста



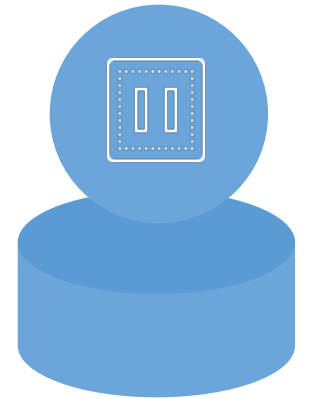
ИНТОНАЦИЯ

Иногда интонация важнее слов



ТЕМП РЕЧИ

Умение варьировать скорость произнесения слов



ПАУЗЫ

После паузы новая мысль звучит убедительнее

НЕВЕРБАЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ – ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЖЕСТОВ И ПОЗ

Главный принцип поведения на сцене – общественно приемлемое поведение, при котором оратор чувствует себя свободно, естественно и уверенно. Если же вы пытаетесь сознательно контролировать свою позу, жесты и мимику в процессе выступления, вы рискуете выглядеть неловко, слишком напряженно и упустить другие более важные детали выступления, касающиеся его содержательной стороны.

Поза оратора напрямую зависит от личных качеств выступающего и обстоятельств произнесения речи. Если попытаться найти наиболее общие рекомендации относительно позы, можно процитировать слова Хайнца Леммермана о том, что «хороший оратор не является ни непоседой, ни столбом». Лучше всего, когда поза выступающего выражает спокойствие и уверенность, а его жесты свободны и хорошо координированы, а не небрежны и вызывающе хаотичны.

Итак, общие рекомендации к поведению во время выступления: быть естественным и вести себя адекватно ситуации. Например, рука в кармане не будет сильной помехой при деловой беседе внутри коллектива, но на презентации продукта для инвесторов она может выглядеть немного вульгарно. Попробуйте интуитивно представить себе позу человека, выступление которого вы сами захотели бы наблюдать и слушать, ваши внутренние ориентиры обязательно помогут вам подобрать уместную модель поведения на публике.

В специальной литературе по ораторскому искусству можно встретить следующие рекомендации относительно позы выступающего во время произнесения речи:

- Не держать руки в карманах (большинство ораторов успешно нарушают это правило)
- Не скрещивать руки на груди
- Не держать руки за спиной
- Не сутулиться, и наоборот, не слишком выпячиваться

Также лучше попытаться избавиться от некоторых вредных привычек, если они сильно выделяются на фоне вашего выступления. Некоторые люди часто пожимают плечами, качают ногой, кивают головой, снимают и надевают очки, поглаживают воображаемую бороду, дергают себя за ухо или вертят в руках различные предметы и т.д. Это не такая уж помеха, как может показаться на первый взгляд, но если вам кажется, что это мешает выступлению, отвлекает вас и слушателей от содержательного компонента речи, постарайтесь избежать этих навязчивых действий или переключиться на другие жесты.

Жестикуляция. Оживленная жестикуляция помогает нам ярче выразить свои мысли, подчеркнуть важные моменты, поддержать эмоциональный порыв. Некоторые жесты можно также использовать для визуализации: показать число на пальцах, продемонстрировать примерный размер предмета, указать на доску или иллюстрацию. Многие из вас могут без труда выразить приглашение, отказ, побуждение, вопрос, сомнение и другие коммуникативные интенции с помощью жестов. Однако при этом мы вряд ли увидим одинаковые жесты в исполнении разных людей, поскольку системы жестикуляции разнообразны не только в разных странах, но и среди представителей одной нации. Шаблонных фигур жестикуляции не существует, но язык тела всегда сопутствует нашему мыслительному процессу.

Один ученый, Альберт Мейерабиан, установил, что передача информации только на 7% происходит за счет вербальных средств, на 38% – за счет звуковых средств, и на 55% – за счет остальных невербальных средств. В это не трудно поверить, вспомнив, например, немое кино, фильмы с Чарли Чаплином. Этот великий актер (который, кстати, считается и великим оратором), не произнося в своих фильмах ни единого слова, умел передавать зрителям невероятное количество оттенков смысла, эмоций и очень доступно рассказывать о любой ситуации, используя лишь жесты, мимику, язык тела.

Мимика. Мимика оратора тоже передает часть информации зрителям. Важно, чтобы мимика была естественна и соответствовала ситуации, тогда она сыграет вам на пользу. В ином случае лучше не пытаться нарочно изобразить мимический жест, и увлекаться импровизацией, если у вас нет профессиональных актерских навыков. Редко встречаются люди, которые лишены мимики, поэтому вы, скорее всего, уже пользуетесь ей в своих выступлениях.

Например, если вы говорите с сарказмом, то наверняка, немного прижмуриваетесь и делаете еле заметную ухмылку, а когда рассказываете какой-то неочевидный факт, немного шире раскрываете глаза. Чтобы наглядно представить себе, что увидят ваши слушатели на выступлении, подойдите к зеркалу и попробуйте с помощью мимики изобразить эмоции, соответствующие следующим ситуациям:

1. Вы рассказываете о серьезной проблеме, которая волнует вас и вашу аудиторию.
2. Вы предлагаете быстрое и эффективное решение этой проблемы.
3. Вы комментируете ошибочную точку зрения вашего оппонента.
4. Вы иронизируете по поводу какой-либо ситуации.
5. Вы сообщаете что-то неожиданное.
6. Вы говорите самые важные мысли вашей речи.

Кроме всего прочего, обратите внимание на ваши глаза. Взгляд выдает вашу заинтересованность в общении с людьми, пришедшими на выступление. Если вы смотрите поверх голов слушателей или, наоборот, в пол, то не трудно сделать вывод, что вам интересно не столько донести информацию до людей, сколько просто правильно произнести заготовленную речь. Важно постараться наладить визуальный контакт с лицами в зале, периодически переводя взгляд с одного человека на другого. Скорее всего, вы найдете тех, кто с вами солидарен, поддерживающе следит за вами взглядом или кивает. Если же от волнения вы начнете слишком быстро и часто переводить взгляд, такое поведение может выдать ваши переживания и неуверенность. Во время выступления очень важно учитывать не только содержание речи, но и поведение оратора в процессе ее произнесения, поскольку именно поведение позволяет вам наладить контакт со слушателями и правильно преподнести подготовленный материал. Для слушателей и зрителей важна не только сама информация, которую они получают, но и живой человек, оратор, который, в отличие от автора книги, предлагает аудитории живое общение, позволяет внести некую интерактивность в происходящий процесс. Инициаторами этого процесса выступают именно умелые ораторы, благодаря правильному поведению, выразительным жестам и мимике которых, мы с большим увлечением слушаем их выступления.

НЕВЕРБАЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ – ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЖЕСТОВ И ПОЗ



ПОЗА ОРАТОРА

- НЕ ДЕРЖИТЕ РУКИ В КАРМАНАХ
- НЕ СКРЕЩИВАЙТЕ РУКИ НА ГРУДИ
- НЕ ДЕРЖИТЕ РУКИ ЗА СПИНОЙ
- НЕ СУТУЛЬТЕСЬ
- НЕ ВЫПЯЧИВАЙТЕСЬ



ЖЕСТИКУЛЯЦИЯ

ПЕРЕДАЧА ИНФОРМАЦИИ:

- 7% СЛОВА И ИХ СМЫСЛ
- 38% ЗВУКОВЫЕ СРЕДСТВА (ГРОМКость, ДИКЦИЯ И ПР.)
- 55% НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА



МИМИКА

СТОИТ ИСПОЛЬЗОВАТЬ, КОГДА ГОВОРИТЕ О:

- СЕРЬЕЗНОЙ ПРОБЛЕМЕ
- РЕШЕНИИ ПРОБЛЕМЫ
- ОШИБОЧНОЙ ТОЧКЕ ЗРЕНИЯ ОППОНЕНТА
- ИРОНИЧЕСКОМ ВОСПРИЯТИИ ВОПРОСА
- ЧЕМ-ТО НЕОЖИДАННОМ
- САМЫХ ВАЖНЫХ МЫСЛЯХ РЕЧИ

ЧЕТЫРЕ ИНСТРУМЕНТА ДЛЯ РАБОТЫ С АУДИТОРИЕЙ

Если вы хотите быть настоящим профи и очень точно обдумывать свои феноменальные выступления, то без понимания сути этих четырех инструментов вам на сцене делать нечего. Вот они:

- Авторитет спикера
- Интересы аудитории
- Структура речи
- Правильное представление

Игнорирование любой из этих составляющих может разрушить ваше выступление. Поэтому, чтобы такой беды не случилось, разберем каждую составляющую и найдем скрытый в ней потенциал.

1. Сила авторитета

На протяжении всей своей истории люди ищут кого-то сильнее себя: физически, эмоционально, интеллектуально. И в этом поиске нет для них равных, ведь результат такой охоты всегда успешный. Мы любим авторитетов – они знают больше, видят дальше, копают глубже. И если в глазах своих слушателей вы будете экспертом, то к вашим советам будут прислушиваться. А это значит, что вы можете в своем публичном выступлении больше сосредоточиться на раскрытии идеи, а не на том, чтобы пробиваться через стены недоверия и безразличия.

Чем больше ваша авторитетность, тем меньше критичности в восприятии ваших слов. Как стать авторитетом в голове слушателей? Для этого вам необходимо транслировать свою экспертность через имеющиеся информационные каналы: социальные сети, прессу, телевидение и пр. Что вы можете сделать, чтобы уже сегодня повысить уровень своей экспертности в глазах людей вокруг вас? Вот несколько вариантов контента, которым вы можете поделиться с миром, чтобы вас начали воспринимать как профессионала в своем деле:

- заявите об успехах ваших клиентов (рассказывайте истории)
- раскройте личные результаты (кем вы были и кем стали)

- похвастайтесь работой с известными брендами (людьми и фирмами)
- поделитесь, кто ваши наставники (расскажите, у кого вы учились)
- напишите книгу (а если это будет бестселлер, то вообще отлично)
- расскажите о победах в профессиональных номинациях;
- станьте основателем проекта.

А возможно, у вас большое количество подписчиков (если за вами следит хотя бы сотня тысяч людей, то с закрытыми глазами можно вас приобщить к гильдии инфлюенсеров средней руки).

Добавьте вашему образу человечности.

Статус эксперта – это хорошо, но сам по себе он далекий, холодный и директивный. Если хотите этого избежать, то вам необходимо, кроме авторитетности, добавить несколько капель дружбы. Как это можно устроить? Здесь все просто: добавьте больше личного к своим выступлениям, сообщениям, вебинарам:

- вспоминайте о своих ценностях и убеждениях;
- расскажите об идее, которая возникла у вас во время разговора с женой или ребенком;
- поделитесь выводами, которые вы сделали после своих неудач (наконец вам пригодятся неудачи);
- ненароком вспомните о своем хобби или любимом блюде;
- ваш вариант.

Не всегда бывает легко рассказывать личное. Но если вы хотите, чтобы вам доверяли, то должны сделать первыми шаг навстречу, рассказав о чем-то личном. Выбирайте то, о чем вы готовы рассказать. Впоследствии вы сможете углубить вашу связь благодаря тому, что раскроете какую-то более личную информацию.

2. Инструмент второй – понимание интересов вашей целевой аудитории

Перед тем, как предложить свою идею, подумайте над тем, что ищут ваши слушатели. Ваша идея должна резонировать с их интересами. Чем ближе к реальности будет представление о мотивации ваших слушателей, тем круче вы сделаете свою презентацию.

Несколько идей, которые позволят вам приблизиться к пониманию своих слушателей:

- общайтесь с ними;
- интересуйтесь, с какими проблемами они сталкиваются;
- читайте профильную литературу (журналы, сайты, форумы).

3. Инструмент третий – структура выступления

Мы рассмотрели выше, насколько важно разработать четкую структуру выступления и как захватить внимание слушателей с первых секунд. А сейчас я хочу сосредоточить ваше внимание на еще одной ценной вещи – умении найти баланс между логикой и эмоциями.

Аристотель выделял три составляющие убедительности: этос, логос и пафос. Об этос (личность спикера) мы уже поговорили, когда раскрывали создание образа авторитета. Пришло время уделить внимание логосу (логика) и пафосу (эмоциям).

Роковыми могут стать крайности. Полностью логическая презентация будет скучной, и вы потеряете интерес аудитории после первых 10 минут выступления. Если вы полностью перейдете в эмоции, то будете напоминать американского проповедника: внимание людей удержите, но к предложениям спикера они будут относиться с подозрением.

Ваша задача – научиться находить баланс. С одной стороны, доказательства для логики: цифры, факты, четкие причинно-следственные связи, примеры, подтверждающие ваши слова. С другой стороны, чтобы эмоции не остались в стороне: метафоры, аналогии, истории – вам в помощь.

4. Инструмент четвертый – правильное представление материала

Вы уже знаете, насколько важно быть авторитетом для слушателей, понимать их реальные проблемы и разработать структуру выступления, в которой будет апелляция и к логике, и к эмоциям.


Что же такого важного необходимо знать о правильной реализации идеи выступления?

Во-первых, разговаривайте с людьми на языке, который они понимают. И речь не о русском, английском и пр. Если вы действительно эксперт в своей теме, то знаете, что этот статус – результат тысяч часов практики, сотен прочитанных книг (большинство из которых скучны). А еще одним результатом тяжелого профессионального роста является деформация языка – вы знаете много интересных слов, которые для вас обыденны, а для ваших слушателей могут быть загадкой. Профессионал не всегда осознает, как в выступлении перешел на «птичий язык». Это так называемое «проклятие знания». Поэтому выбирайте мудрые темы, а не мудрые слова. Крутизна эксперта проявляется в том, насколько просто он может объяснить сложную тему. Просто – не значит примитивно.


Во-вторых, избегайте слишком большого количества саморекламы. Людей, в первую очередь, интересуют они сами. Но это не значит, что вам о себе запрещено рассказывать. Можно. Просто расскажите о себе через призму интересов слушателей. Предположим, ключевой проблемой вашей аудитории является неумение делегировать задачи. Тогда один из своих советов подкрепите историей, в которой к вам обратился человек с этой проблемой, и вы ему помогли. Здесь можно во всех красках разрисовать изменения в жизни вашего клиента (яркие эмоции, освобожденное время, значительную прибыль). Рекламировали ли вы себя такой историей? Безусловно. Но так как акцент был смещен с вас на клиента, то аудитория легко воспримет эту историю.

В-третьих, добавьте интерактива. Мы больше доверяем людям, интересующихся тем, что мы думаем. Именно поэтому спикеры (онлайн и оффлайн), которые имеют целью нам что-то продать, стремятся к максимальному контакту с аудиторией.

В-четвертых, соблюдайте ораторскую диету. Не пытайтесь сделать то, что сейчас я делаю в этой брошюре – давать большое количество пользы за раз. У нас с вами разные возможности. Особенность текста в том, что вы в любой момент можете перечитать предложение, если оно вам не понятно. Также вы можете добавить этот текст в закладки и вернуться к нему, когда возникнет необходимость подготовить действительно качественно проработанное выступление. В публичной речи у вас не будет такой возможности. Чрезмерная плотность идей в выступлении выведет из строя аудиторию, она будет перенасыщена. Поэтому лучше сосредоточиться только на четырех идеях и больше времени уделить примерам удачного и провального их использования.

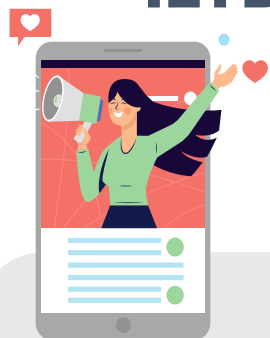


В-пятых, повторяйте ключевую идею. Ваша презентация должна иметь ядро, идею, на которую работают все сказанные вами слова. Для того, чтобы выделить основной месседж вашего выступления, ответьте на такой вопрос: «Если слушатель сможет запомнить только одно предложение из всего, что вы сказали, то что это будет за предложение?» Попробуйте уложиться в 10 слов, не переоценивайте возможностей ваших слушателей. Четко осознавайте ключевую идею вашей презентации и повторяйте ее в течение выступления время от времени. Если ваше выступление – это не агитационная речь, то не обязательно повторять свое послание в единой формулировке, подбирайте синонимы. Пусть слова меняются, а суть остается неизменной.



Ваша задача как спикера – понимать скрытые механизмы психики человека (восприятие и обработка информации, принятие решения, мотивация к изменениям) и использовать эти знания на благо всех.

ЧЕТЫРЕ ИНСТРУМЕНТА ДЛЯ РАБОТЫ С АУДИТОРИЕЙ



СИЛА АВТОРИТЕТА

- УСПЕХИ ВАШИХ КЛИЕНТОВ
- ЛИЧНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ
- РАБОТА С ИЗВЕСТНЫМИ БРЕНДАМИ
- ИМЕНИТЫЕ НАСТАВНИКИ
- ПОБЕДЫ В ПРОФ.НОМИНАЦИЯХ
- ОСНОВАТЕЛЬ ПРОЕКТА



ПОНИМАНИЕ ИНТЕРЕСОВ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

- ЧТО ИЩУТ СЛУШАТЕЛИ
- ОБЩАЙТЕСЬ СО СЛУШАТЕЛЯМИ
- ИНТЕРЕСУЙТЕСЬ ИХ ПРОБЛЕМАМИ
- ЧИТАЙТЕ ПРОФИЛЬНУЮ ЛИТЕРАТУРУ



СТРУКТУРА ВЫСТУПЛЕНИЯ

- БАЛАНС МЕЖДУ ЛОГИКОЙ И ЭМОЦИЯМИ
- ДОКАЗАТЕЛЬСТВА ДЛЯ ЛОГИКИ (ЦИФРЫ, ФАКТЫ, ПРИМЕРЫ)
- ЭМОЦИИ (МЕТАФОРЫ, АНАЛОГИИ, ИСТОРИИ)



ПРАВИЛЬНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ МАТЕРИАЛА

- ГОВОРИТЕ С ЛЮДЬМИ НА ИХ ЯЗЫКЕ
- ИЗБЕГАЙТЕ БОЛЬШОГО КОЛИЧЕСТВА САМОРЕКЛАМЫ
- ДОБАВЬТЕ ИНТЕРАКТИВА
- НЕ ДАВАЙТЕ БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО ПОЛЬЗЫ ЗА РАЗ
- ВЫСТУПЛЕНИЕ ДОЛЖНО ИМЕТЬ ЯДРО

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Научитесь бороться со страхом публичных выступлений. Практически все волнуются и даже испытывают страх перед публичными выступлениями. Но есть способы с ними справиться. Приобретая опыт и анализируя его, вы с каждым разом становитесь лучше. Избавьтесь от скованности в движениях, тренируйте свой голос, научитесь расслабляться и вы увидите, что поводов для страха гораздо меньше, чем представляется. Говорите правду, С. Джобс считал, что аудитория чувствует неискренность, поэтому в своих выступлениях никогда не лгал. У. Черчилль правдиво говорил о крови, тяжёлом труде и слезах, а не строил воздушные замки, как многие современные политики.

В заключении предлагаю вам способы преодоления страха перед выступлением:

1. Двигайтесь

Адреналин делает вас энергичными для того, чтобы вы действовали. Именно поэтому многие спикеры из-за волнения начинают так энергично двигаться по сцене, не давая покоя ни себе, ни аудитории.

Ваша задача – сжечь избыток энергии еще до начала своего выступления. Вариантов здесь может быть множество: приседайте, отжимайтесь от пола, подтягивайтесь (если есть, за что ухватиться). Как вариант – походить по лестнице вверх-вниз. Любое движение будет сжигать лишнюю энергию.

Здесь есть небольшой нюанс – активная физическая активность способствует потоотделению. Чтобы избежать этого недостатка, можете посвятить свое время тому, чтобы сделать несколько упражнений на растягивание. Для этого вспомните разминку из уроков физкультуры. Не делайте этих упражнений в последние секунды перед выступлением. Если вы выйдете запыхавшиеся на сцену, то произведете не самое лучшее впечатление на аудиторию.

А что делать, если вы и этого себе не можете позволить, потому что сидите в первом ряду, слушая выступление своего предшественника? Тут вам на помощь придут пассивные упражнения – сжатие кулаков или чередование напряжения и расслабления отдельных групп мышц. Внешне это не заметно, но свой результат дает.

Если случилось так, что перед выступлением вы не чувствуете энергии (и такое бывает), то те же упражнения, о которых мы писали выше, помогут раскочегарить ваш энергетический котел.

2. Слушайте музыку

Вы можете с легкостью найти на ютуб музыку: для бега, для занятия тяжелой атлетикой, для расслабления, для работы, для чтения. Музыка влияет на наше внутреннее состояние. Тут вам необходимо понять внутреннее состояние, оптимальное для вас. Кто-то хочет быть расслаблен, как тибетский монах, а кто-то хочет быть энеджерджером вроде шоуменов. Следующий шаг – начните отслеживать то, как те или иные исполнители влияют на ваше состояние. Найдите музыкальный ключ от необходимого вам состояния и запишите его на свой телефон. К выступлению осталось 30 минут? Вы вставляете наушники в уши, включаете любимую подборку. А дальше природа сама сделает свое дело.

3. Парадоксальная интенция

Иногда нам необходимо действовать алогично. Например, если мы боимся, то нам не нужно бежать от страха. Нет, нам надо пойти ему навстречу. Поэтому, когда вы поймаете себя на мысли, что вас начинает сковывать страх, попробуйте максимально увеличить свои переживания. Доведите их до абсурда. Таким образом страх перейдет в смех, позволит расслабиться. А это именно то облегчение, которого вы так жаждете перед тем, как сделать шаг на сцену.

4. Ведите себя уверенно

Многим людям известно, что язык тела отражает наше внутреннее состояние. Закрытая позиция указывает на внутренний дискомфорт и потребность в защите. Отсутствие зрительного контакта – сокрытие своих эмоций и нежелание разговаривать. Это хорошо знакомая реакция учеников на учительское вопрос: «Кто желает у доски рассказать о ...?»

Но мало кто знает, что связь между внутренними переживаниями и языком тела взаимна. Осознание этого дает в руки еще один рычаг влияния на ваше внутреннее состояние.

Сознательно выбранное поведение будет определять психологическое состояние, в котором вы будете за 20-30 минут. Хотите чувствовать себя на сцене уверенными? Тогда начните еще перед выступлением вести себя, как уверенный в себе человек. Какое поведение присуще уверенному в себе человеку:

- плавные движения;
- прямой взгляд;
- прямая осанка;
- несколько замедленная речь;
- доброжелательная улыбка;
- несколько замедленная походка.

Все, что вам остается, перед выступлением начать сознательно культивировать в себе такое поведение. Помните, что начинать делать это необходимо заранее.

5. Картинки в вашей голове

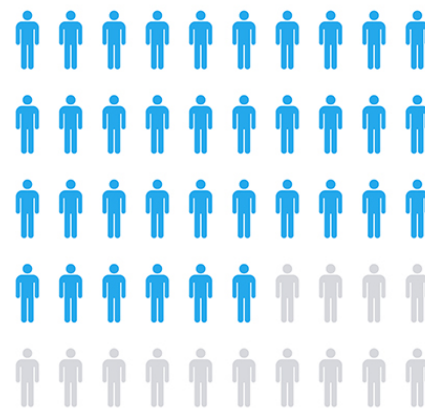
Наш мозг не всегда видит разницу между фантазией и реальностью. Приходилось ли вам плакать после просмотра кинофильма? Вы же знали, что фильм это выдумка режиссера. Однако душа рыдала, а слезы просились на волю. Или, скажем, случился вчера с вами неприятный инцидент, свел на нет все хорошее настроение. И вот удалось вам хорошо выспаться и утреннее солнце подарило свою порцию позитива. У вас приподнятое настроение, и улыбка не сходит с вашего лица. И что с вами случится, если вспомните о вчерашнем досадном случае? Ничего хорошего.

Поэтому коллекционируйте воспоминания, которые делают ваше настроение приподнятым и жизнеутверждающим. И воспроизводите их перед выступлением.

Аудио версию данной брошюры вы можете скачать [здесь](#).

Original Group

2500
СОТРУДНИКОВ



>15 лет

УСПЕХА В ОБЛАСТИ
финансирования, разработки,
вывода на рынок и развития
высокотехнологичных
продуктов и сервисов

ИНВЕСТИЦИОННО-
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ

ХОЛДИНГ

ИНВЕСТИЦИИ В ТЕХНОЛОГИИ



15 офисов и
сервисных центров
по всей России



8 бизнес-юнитов



> 50 успешных
отраслевых продуктов



БИЗНЕС

NE EN

Центр исследований,
разработок и интеграции.

CallTraffic

Единый центр клиентской
экспертизы. Один из крупнейших
российских call-центров.

QUBI

Российский разработчик и
вендор промышленной
электроники и промышленного
оборудования.



СЕРВИСЫ

TRACE
WAY

Track&Trace экосистема для
маркировки и мониторинга
движения продукции.

JTapp
connected car platform

Платформа для создания
сервисов «Подключенных
автомобилей».

i Actions

Сервис по управлению
промоакциями.

Original

Сервис защиты
продукции от подделок.

iDeal

Сервис по управлению
торговыми представителями.

iGuard

Автоматизация работы
охранных предприятий.

TDPRINT

Комплексная поставка
средств маркировки.

СТАНДАРТЫ

GS1
ГОСТ Р ИСО/МЭК
ISO 9001
GMP
GAMP5