Никита Непряхин

КАК ВЫСТУПАТЬ ПУБЛИЧНО

50 вопросов
и ответов

Ораторское искусство — ключ от многих дверей, за которыми скрываются самые смелые ожидания и перспективы. Сложно быть харизматичным лидером без умения выразительно и убедительно говорить, влиять, вдохновлять.

Никита Непряхин

Как выступать публично: 50 вопросов и ответов

Текст предоставлен издательством
http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=5313274
Как выступать публично: 50 вопросов и ответов / Никита Непряхин: Альпина Паблишер; Москва; 2012
ISBN 978-5-9614-2259-7

Аннотация

Новая книга известного бизнес-тренера Никиты Непряхина содержит 50 самых острых, важных и актуальных вопросов по публичным выступлениям и презентациям и 50 простых, понятных и максимально практичных ответов.

Никакой воды, лишних рассуждений и длинных теоретических преамбул. Это не учебник по риторике, не очередная книга о великих ораторах. Это максимально практичная книга с абсолютно эксклюзивными авторскими приемами, секретами, технологиями и методиками, написанная в форме диалога с читателем и проиллюстрированная большим количеством примеров из российской практики. Советы и рекомендации автора помогут освоить навыки красноречия, узнать секреты подготовки к выступлению и избежать многих ошибок, которые делают начинающие ораторы.

Содержание

Вопрос 1. Вместо предисловия. Кто я и о чем эта книга? 5
Вопрос 2. Кто может стать великим оратором? 7
Вопрос 3. Как подготовиться к публичному выступлению? 9
Вопрос 4. Почему важно определить цель выступления? 11
Вопрос 5. Почему нужно знать будущую аудиторию? 13
Конец ознакомительного фрагмента. 15

Никита Непряхин
Как выступать публично: 50 вопросов и ответов

Редактор *Е. Чудинова*
Руководитель проекта *Я. Грецова*
Корректоры *О. Ильинская, Е. Чудинова*
Компьютерная верстка *К. Свищёв*
Художник обложки *С. Тимонов*
Дизайн обложки *DesignDepot*
© Н. Непряхин, 2012
© ООО «Альпина Паблишер», 2012
© Электронное издание. «ЛитРес», 2012

Непряхин Н.
Как выступать публично: 50 вопросов и ответов / Никита Непряхин. – М.: Альпина Паблишер, 2012.
ISBN 978-5-9614-2259-7

Все права защищены. Никакая часть электронного экземпляра этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, для частного и публичного использования без письменного разрешения владельца авторских прав.

Вопрос 1. Вместо предисловия. Кто я и о чем эта книга?

Есть категория книжных тем, на которые вешают гриф «обязательны для прочтения» или «читать всем». К сожалению, тема публичных выступлений и ораторского искусства чаще всего относится к категории специализированной литературы, интересной для узкого круга читателей. Никогда не понимал, почему это так, и вряд ли когда-нибудь пойму.

Ведь ораторское искусство – это величайший дар, которым может обладать человек. Это ключ от многих дверей, за которыми могут скрываться самые смелые ожидания и перспективы. Сложно представить успешного человека, не умеющего выступать перед аудиторией, панически боящегося публики, с трудом выражающего свои мысли и невнятно выговаривающего слова. Сложно представить харизматичного и преуспевающего лидера без умения ярко и убедительно говорить, выступать, влиять, вдохновлять, мотивировать, наконец, вести за собой восторженную толпу.

Не стоит думать, что мастерство публичных выступлений необходимо лишь большим начальникам, политикам, лекторам, деятелям шоу-бизнеса, актерам, дипломатам, агитаторам или адвокатам. Умение выступать публично необходимо каждому из нас, независимо от сферы деятельности и занимаемой должности. Кому помешает навык ясно, изящно и коротко выражать свои мысли? Для кого будет лишним умение уверенно держаться перед собеседником или любой аудиторией? Кто не хочет придать своим речам новую силу и стать более эффективным?

Давайте сразу оговоримся. Оратор – это не только тот, кто вещает с трибуны для тысяч людей. Любой, кто выступает даже перед самой маленькой аудиторией, тоже является оратором.

Не каждый задумывается, что выступаем мы публично с самого детства. Сначала, стоя на табуретке, читаем стихи перед родителями и их гостями. Потом отвечаем на уроках у доски перед учителем и всем классом, выступаем на школьных праздниках, утренниках и чаепитиях. Получая высшее образование, читаем доклады и рефераты, выступаем на конференциях, в конце концов, защищаем свою курсовую или диплом. А уже во взрослой жизни начинается круговорот бесконечных переговоров, деловых встреч, презентаций, совещаний и планерок. Даже если кто-то вообще далек от деловой жизни, участие в родительских школьных собраниях или встречах членов ТСЖ – тоже примеры публичных выступлений, с которыми нам приходится сталкиваться.

Тот, кто обладает красноречием, всегда на голову выше других. У такого человека всегда есть фора перед конкурентами. Навык красноречия выражается не только в эффектном выступлении перед большой аудиторией, но и в эффективной и результативной межличностной коммуникации. Опытный оратор всегда может расположить к себе, привлечь внимание, убедить в своей правоте, просто быть ярким и интересным человеком, всегда желанным увлекательным рассказчиком и собеседником.

Беседа, дискуссия, спор, презентация, переговоры, планерки, деловые совещания, собрания, собеседования – во всех этих коммуникативных ситуациях в выигрыше будет человек, владеющий ораторским искусством. А для некоторых это просто жизненно необходимый навык. Я прежде всего говорю про людей, занятых в сфере образования, продаж, юриспруденции, маркетинга, PR, политики, искусства, медиа– и шоу-бизнеса. И конечно же, руководители любого звена и уровня, независимо от рода деятельности компании или предприятия.

По-моему, пора представляться. Меня зовут Никита Непряхин. Я бизнес-тренер, специалист в области аргументации, коммуникации и публичных выступлений. Автор трех книг[1] и целого ряда статей. Так получилось, что вся моя работа – это постоянные публичные выступления. Я провел более тысячи тренингов, а подсчитать количество публичных выступлений, всевозможных мероприятий, на которых приходилось выступать перед аудиториями, будет намного труднее. Тренинги, мастер-классы, дебат-клубы, конференции, стратегические сессии, выступления на радио и телевидении – возможностей попрактиковаться было предостаточно.

Я знаю бизнес не понаслышке. Работая в сфере обучения и развития персонала и являясь T&D-директором крупнейших FMCG-компаний, я прекрасно понимаю, насколько важны навыки ораторского искусства для любого сотрудника, для любого человека. Навыки красноречия, яркого публичного выступления, умение держаться перед аудиторией – важнейшие для любой категории персонала, хоть как-то связанные с коммуникациями. Как руководителю, мне ежедневно приходится сталкиваться с публичными выступлениями – совещания, планерки, презентации, собрания, митинги, отчеты и т. д. Опыт ораторского искусства, безусловно, помогает во всех этих ситуациях.

Я знаю, книг по публичным выступлениям и ораторскому искусству предостаточно. Но эта книга особенная. Это ответы на самые важные, сложные, актуальные и острые вопросы о публичных выступлениях. На своем сайте www.nepryakhin.ru и в блоге я получаю большое количество писем с вопросами о том, как грамотно выступать перед аудиторией, как подготовиться к речи, как себя держать, как избавиться от страха перед публикой, как расположить к себе аудиторию, как отвечать на сложные вопросы и т. д. Я составил 50 самых актуальных вопросов и дал на них простые и ясные ответы. Ответы из своего опыта и опыта великих ораторов как прошлых времен, так и современности. Никакой воды, лишних рассуждений и длинных преамбул.

Книга поможет вам найти ответы на вопросы, которые возникают у любого оратора. А приведенные мной советы помогут освоить навыки красноречия, узнать секреты подготовки к выступлению, избежать многих ошибок, которые делают начинающие ораторы, перенять полезный опыт практикующего бизнес-тренера.

Это книга о том, как блестяще выступать публично.

[1] Убеждай и побеждай: Секреты эффективной аргументации. – М.: Альпина Паблишерз, 2010; 101 совет по противодействию манипуляциям. – М.: Альпина Паблишерз, 2010; Гни свою линию: Приемы эффективной коммуникации. – 2-е изд., доп. – М.: Альпина Паблишерз, 2011.

Вопрос 2. Кто может стать великим оратором?

Многие считают, что умение блестяще выступать перед публикой – это дар свыше, что с ним рождаются. Поэтому кому-то он дан, а кому-то, к сожалению, нет. Вынужден разочаровать или, наоборот, обрадовать, но эффектное выступление – это прежде всего результат тщательной, целенаправленной и долгой работы над собой, своими навыками и умениями.

Хотя, что греха таить, действительно кому-то от природы есть данные успешного оратора – хорошее произношение, громкий и приятный голос, внешность, обаяние, артистичность, гибкость мышления, остроумие, хорошая память, способность быстро устанавливать контакт с людьми, трудолюбие и сильная воля. А кому-то приходится достигать этого самому, постоянно набивая шишки. Поэтому в риторической науке даже есть понятия естественного (врожденного) и искусственного (приобретенного) ораторского мастерства.

Ораторское мастерство и красноречие – это настоящее искусство. Давайте проведем параллель с другими видами искусств. Некоторые с рождения имеют предрасположенность к рисованию. Однако просто взять и сразу нарисовать шедевр не получится ни у кого. Учеба, подготовка, опыт, время, пробы – и только потом можно говорить о создании настоящего произведения искусства. То же самое и с ораторством. Даже если вы обладаете природными данными, интуитивным пониманием правил построения речи, настоящее блестящее выступление возможно только со временем, в результате кропотливой подготовки.

Великим оратором может стать каждый. Рецепт прост. 5 % таланта и 95 % работы – вот слагаемые успеха в этом деле. Иногда мне говорят: нет, я, конечно, хочу стать блестящим оратором, но учиться мастерству публичных выступлений не буду, у меня к этому вообще нет данных. Тогда я вспоминаю самых известных ораторов.

Давайте вспомним и мы. Огромный шаг от косноязычия к красноречию сделал великий древнегреческий оратор Демосфен, с детства страдающий тихим и слабым голосом, легко переходившим в фальцет, а также картавостью, шепелявостью, нечеткой дикцией, нервным тиком и имеющий не меньшее количество других комплексов. Болезненная одышка заставляла его замолкать на полуслове. Во время выступления он сильно волновался, при этом одно его плечо начинало подергиваться, что служило предметом постоянных насмешек окружающих. Чтобы избавиться от этого недостатка, во время репетиций Демосфен вешал над плечом остро заточенный меч и таким образом справился со своим недугом (я вас к этому отнюдь не призываю). Чтобы сделать свой голос громким, он тренировался на берегу бушующего моря и в результате смог научиться говорить громче любой самой шумной толпы. Демосфен постоянно перекатывал во рту камешки и проговаривал свои речи, чтобы избавиться от картавости. Когда он произносил свою первую речь, его с позором освистали. Но, несмотря на всю эту, мягко говоря, неперспективную картину, у Демосфена было главное – огромное желание овладеть искусством публичных выступлений. И он смог стать великим оратором – со всей Эллады люди съезжались, чтобы послушать и посмотреть, как выступает Демосфен.

«Поэтами рождаются, ораторами становятся», – сказал Марк Туллий Цицерон и был прав. Все в ваших руках!

Да вспомните хотя бы пример из недавней истории. Дедушка Ленин картавил, имел большие проблемы с артикуляцией, но это не помешало ему стать великим оратором, способным произносить пламенные речи, вести за собой толпы восторженных людей и войти во всемирную историю как великий вождь народа.

Или взять Маргарет Тэтчер. От рождения она имела, скажем так, не очень приятный для уха, визгливый голос. Перед большой аудиторией «железная леди» терялась, пугалась сотен глаз, забывала слова, не знала, куда смотреть. На самом деле «железной» Маргарет

Тэтчер стала потом. Она прекрасно понимала, что без ораторского искусства она не сможет добиться успеха в большой политике. И она начала работать над собой – занятия по постановке голоса, курсы ораторского мастерства, долгие месяцы подготовки, репетиций и проб, консультации преподавателя театрального искусства и профессионального имиджмейкера. Что получилось в результате, мы все хорошо знаем.

Каждый из вас может стать великим оратором. Главное – желание. И если желание у вас есть, значит, первый шаг на пути постижения искусства красноречия вами уже сделан. И помните, что 95 % успеха зависят от вашей регулярной работы над навыками ораторского мастерства. Все в ваших руках.

Вопрос 3. Как подготовиться к публичному выступлению?

Голова Ефима Петровича гудела. «Господи, через неделю мне выступать на конференции перед своими коллегами, – панически думал он. – Почти сто человек, приезжают сотрудники нашей компании со всей страны. Начальник дал тему, неделю на подготовку и 30 минут на само выступление. И почему я? Чем я так провинился? За последние четыре дня я раз 30, наверное, пытался начать готовиться к выступлению. Пять раз садился за компьютер, открывал Word, пытался написать речь, но первое предложение все так и не приходило в голову. Садился, вставал, потом опять садился. Выпил банку кофе в надежде, что вдохновение все-таки посетит меня. Решил сменить компьютер на обычную бумагу и ручку – тоже все без толку. Муза меня игнорировала. Вдохновение все не приходило, а времени между тем становится все меньше и меньше».

Знакомая ситуация? Что делать? С чего начать? Как подготовиться к публичному выступлению? Наверняка эти вопросы возникают у любого, кому оно предстоит.

Спокойствие, только спокойствие! На самом деле все очень просто, если использовать при подготовке следующий алгоритм.

• Выбрать тему для выступления.

• Определить цель выступления.

• Определить и проанализировать будущую аудиторию, перед которой предстоит выступать.

• Подготовить источники и материалы для подготовки к выступлению.

• **Скелет**. Выделить основные мысли, главные тезисы вашего выступления – таким образом, составить смысловой каркас, скелет вашего будущего выступления.

• **Мускулы**. Нарастить на скелет мускулатуру – факты, аргументы, доводы, примеры, истории.

• **Одежда**. Далее необходимо надеть все самое лучшее из гардероба (облачение в словесную форму, эффектные сравнения, яркие образы, иллюстрации, раздаточные материалы).

• Подготовить *вступление* к вашей речи: приветствие аудитории, вступительное слово, актуализация и обоснование темы, развитие интереса у аудитории (например, с помощью интриги).

• Подумать над эффектным *завершением*, в котором будет резюме вашей речи, констатация основных тезисов и мыслей.

• Составить тезисный план для выступления.

• Начать репетировать, при этом обращая внимания на регламент речи.

• Во время репетиций обратить внимание на форму вашего выступления (одежда, невербальное поведение, жестикуляция).

• Эмоционально подготовиться к выступлению, настроив себя на нужный лад (под этим я подразумеваю, естественно, успех у аудитории).

Отходите от стереотипной подготовки к публичному выступлению. Не стоит искать первое предложение, с которого вы начнете свою речь. Так только можно ввести себя в ступор. Следуйте предложенному алгоритму, и речь родится сама собой.

Говоря о подготовке публичного выступления, можно обратиться к многовековому опыту классической риторики, в которой процесс подготовки речи подчинен четким законам и проходит четыре основные стадии:

• *инвенция*, или, по-русски, изобретение, – на этой стадии происходит сбор и анализ материалов, необходимых для выступления;

• *диспозиция*, или расположение, – разработка структуры и плана выступления. Античные ораторы прибегали к различным способам подачи материала и использовали, например, индуктивный метод (от частного к общему), дедуктивный (наоборот, от общего к частному), метод аналогии (сопоставление различных фактов, событий, явлений), исторический метод (изложение материала в хронологической последовательности), концентрический метод (расположение материала вокруг самой главной и яркой проблемы);

• *элокуция*[2], или словесное оформление мысли, – выбор стиля изложения, подбор необходимых слов, примеров, метафор, окончательная редакция текста;

• *меморио*, или запоминание, – размышление над невербальным оформлением написанного, запоминание речи и ее репетиция.

Зачастую мы слишком мало уделяем внимания докоммуникативной стадии публичного выступления, другими словами, подготовке своей речи. Мол, главное – это само выступление, вот тут я выложусь. Учеными доказано, что между психикой и голосовым аппаратом человека существует прямая связь. Друзья, если наши мысли, эмоции и чувства, которые мы собираемся озвучивать в своей публичной речи, будут нечеткими, неопределенными, неясными, неточными и робкими, такой же будет ваша речь. Неискренняя интонация, монотонная и неуверенная речь, нечеткая артикуляция, скованная жестикуляция, прерывистое дыхание, излишнее волнение – вот что мы получим в результате.

Если мы хотим получить блестящее выступление, значит, и готовиться мы должны блестяще.

[2] На тренингах по ораторскому искусству раньше я всегда давал классику жанра: инвенция – диспозиция – элокуция – меморио, но после того, как один из участников после перерыва сказал директору по персоналу: «Тренинг нравится. Тут нам Никита про эякуляцию рассказывает», я стал приводить более понятную аналогию «скелет – мускулы – одежда».

Вопрос 4. Почему важно определить цель выступления?

Корабль, у которого нет четкого курса, обязательно заблудится и будет плутать в бесконечных морских просторах. Если нет четкой цели, ни один ветер для этого корабля не будет попутным. Чтобы мы всегда были эффективными и, главное, результативными, для любого выступления должна быть четко определенная цель.

Помочь определить цель помогут следующие вопросы*: для чего я выступаю? Что должны сделать слушатели после моего выступления? Чего я добиваюсь? По каким критериям я смогу понять, что выступление прошло успешно?*

Целями выступления, как вариант, могут служить следующие:

– проинформировать аудиторию о неких фактах, новостях или нововведениях;

– купить товар или услугу, которые я презентую;

– принять и утвердить мой проект, бюджет, бизнес-план или предложение;

– изменить мнение аудитории о предмете обсуждения;

– принять меня на работу или повысить в должности;

– развеселить людей;

– начать жить по-другому;

– сагитировать слушателей стать донорами;

– убедить слушателей вступить в партию или проголосовать за определенного кандидата на выборах;

– заставить аудиторию симпатизировать оратору.

И так далее – таких целей может быть миллион. А может быть, и больше.

Понимание цели своего выступления позволит не только грамотно к нему подготовиться, но и придаст драйва, силы и вдохновения. А также, зарядит энергией, поможет подобрать нужные слова и продумать подачу материалов аудитории. Это сделает выступление *целенаправленным*. Выступление ради выступления бессмысленно. Нет, конечно, это всегда хорошо, ведь лишняя практика и опыт никому еще не помешали. Но чтобы попасть «в яблочко», необходимо обязательно задумываться о том, чего вы желаете достичь.

Цель выступления очень тесно связана с критериями эффективности вашей речи. Как понять, что я выступил блестяще? Потому что на меня внимательно смотрели, кивали головой, а в конце даже поаплодировали? К сожалению, не всегда это главное мерило эффективности публичного выступления. Три крупных заказа после вашей речи, если цель была продать, – это эффективно. Почти 100 визиток от потенциальных партнеров, если целью было налаживание взаимовыгодных деловых отношений, – вот это результативно. Просьба выступить еще раз, если целью было произвести на других впечатление о себе как о блестящем ораторе, – выполнено на все 100! Проверьте себя, закончите фразу: *«Когда я выступлю, аудитория…»*

Не могу не сказать еще об одном моменте, тесно связанном с целью любого выступления. В каждой публичной речи должно быть так называемое *«послание»* или *message,* как любят говорить специалисты по коммуникациям, PR-менеджеры и спичрайтеры. Это главная мысль вашего выступления, которая должна остаться в головах у аудитории после вашей блистательной речи. «Купи продукт», «прими к сведению», «голосуй или проиграешь», «пей гербалайф», «стань вегетарианцем», «бросай курить», «выходи на митинг» – вот примеры «посланий», которые фактически и являются целью вашего выступления. Эти «послания» должны проходить красной нитью через всю речь, быть понятны каждому и, безусловно,

запоминаться как главный смысловой итог выступления. При этом заметьте, что «послание» обязательно содержит глагол в своей формулировке[3].

Одна моя коллега побывала на конференции по вопросам маркетинга и мерчандайзинга, на которую я не смог попасть по причине бесконечных разъездов. Когда я вернулся, первым делом поинтересовался, что было, кто выступал, о чем говорили специалисты. «Да я только два выступления застала. Первым выступал один специалист по трейд-маркетингу, мне очень понравилось. Он говорил о том, что в магазинах самообслуживания мы совершаем большую часть незапланированных, импульсных покупок. Теперь я точно буду составлять список нужных мне продуктов, когда иду за покупками. А второй выступающий – директор по маркетингу какой-то крупной компании, я, честно говоря, не запомнила. Он говорил о значении мерчандайзинга в современном бизнесе. Но навряд ли я смогу тебе что-то пересказать, потому что практически ничего не запомнила».

Всем понятно, какое из выступлений было более удачным. Речь первого спикера можно назвать результативной, потому что главный message дошел до моей коллеги – теперь она всегда будет составлять список покупок. Я просто убежден, что этот результат был достигнут, в том числе благодаря тому, что спикер четко определил цель своего выступления и ответственно следовал этой цели. Второй выступающий, скорее всего, не определил цель своей речи, поэтому и выступление оказалось слишком размытым, не «целенаправленным» и в результате имеем следующее: «практически ничего не запомнила». Садись, директор по маркетингу, двойка!

[3] Стоит отметить, что цель и message могут отличаться друг от друга. Например, ваша компания выступает на конференции с докладом на актуальную тему. Формально цель вашего выступления – донести некую мысль аудитории. А message тем не менее будет другой: мы – самая крутая компания, мы – эксперты на рынке, мы – самые лучшие.

Вопрос 5. Почему нужно знать будущую аудиторию?

Ефим Петрович считал себя большим знатоком в ораторском искусстве. Он долго готовился к своему выступлению, много раз репетировал и был на 100 % уверен в своем успехе. Он горел желанием быстрее донести свою речь до слушателей. Это была его первая презентация на новой должности. Он вышел на сцену, расплылся в улыбке, поприветствовал аудиторию и начал свое выступление. Через 10 минут пылкой речи Ефим Петрович эмоционально произнес: «У нас у всех есть дети, мы все с вами родители и прекрасно понимаем, насколько ценно здоровье самого важного в нашей жизни – наших детей…» На этой фразе одна женщина залилась горькими слезами, другие грустно вздохнули и опустили глаза, третьи с ненавистью посмотрели на него. Ефим Петрович не знал, что в аудитории собрались женщины бальзаковского возраста из клуба знакомств «Надежда»…

Если меня спросить, какой навык успешного оратора я считаю одним из самых важных, я незамедлительно отвечу – прогнозирование будущей аудитории. Говорить красиво и убедительно – да, эффективно взаимодействовать с публикой – да, уверенно держаться – да. Все это крайне важно. Но есть один нюанс, на который мы не всегда обращаем должное внимание. Перед подготовкой любого выступления первое, о чем необходимо подумать (кроме главной цели речи), – об аудитории.

Готовясь к выступлению, мы набрасываем речь под «усредненного» слушателя. И в связи с этим мы не полностью удовлетворяем потребности и интересы конкретно тех, кто будет нас слушать. Нельзя произносить одну и ту же речь и для школьников, и для профессоров Академии наук. Неправильно использовать одну и ту же презентацию для пенсионеров и для молодежной ассоциации стритрейсеров. Не зная будущую аудиторию, сложно добиться главной цели выступления, о которой мы говорили ранее.

Вот какую информацию нужно постараться собрать о тех людях, перед которыми вы будете выступать:

– возраст;
– социальный статус;
– профессия;
– образование;
– интересы и увлечения;
– мотивация и лояльность;
– отношения между участниками (знакомство, субординация);
– принятый стиль общения;
– знания по теме вашего выступления.

Необходимы и специальные знания об аудитории. Например, если речь в вашем выступлении будет идти о религии, неплохо как минимум узнать, не атеисты ли соберутся в зале. Если речь пойдет о политике, стоит задаться вопросом, а какие политические взгляды у будущих слушателей. Выступления для консервативных коммунистов или радикальных либералов будут отличаться не только аргументами и доводами, но и примерами, образами, иллюстрациями, ссылками на авторитеты. Ссылка на Маркса будет понятна и ценна для возрастной аудитории, среди молодежи это может вызвать другую реакцию, например смех.

Оратору важно понимать, однородна или нет будет аудитория. Зачем слушатели пришли? Какова их мотивация? Вплоть до того, пришли они по своему желанию или из-под палки по чьей-то указке. Например, для корпоративного тренинга, на который всех сотруд-

ников загоняет начальник или отдел обучения, и для открытого тренинга необходимы разные форматы донесения содержательной части, упражнений и практики. Стоит задаться вопросом, каковы отношения внутри аудитории. Собираются ли линейные менеджеры одного уровня? Или руководители с подчиненными? На этих двух мероприятиях может быть абсолютно разная атмосфера.

И вообще, насколько аудитория знакома с темой вашего выступления? Один из участников тренинга рассказывал такую историю: как-то его попросили продумать и презентовать предложения по оптимизации работы с новой документацией, которую собирались вводить в его компании. Он долго изучал новые документы, подготовил алгоритмы работы по ним, усиленно репетировал. Наконец настал час икс. Наш герой (назовем его так, к своему стыду, имя его я забыл) вышел к аудитории и начал свою речь. После 30 минут яркой и конструктивной речи из зала последовал вопрос: «Простите, а о чем идет речь? О какой документации?» Оказалось, что рядовые сотрудники просто не знали о грядущих нововведениях и заранее не ознакомились с отчетностью. Естественно, все предложения и идеи оратора им были не понятны. Вся подготовка, старания, мучения и сама речь – коту под хвост. Что мешало оратору заранее узнать у руководителя о степени знания темы выступления аудиторией? Хорошо, такой возможности не было. Но что мешало в начале выступления прощупать почву и спросить: все познакомились с образцами новых документов?

Определив заранее интересы, знания, особенности, потребности, мотивацию слушателей, можно спрогнозировать реакцию аудитории на ваше выступление и, самое главное, подготовить грамотную речь как с точки зрения содержания, так и с точки зрения самой формы.

Понимание того, перед какой аудиторией будет выступление, дает ответы на многие вопросы и поможет подготовить речь, которая попадет в точку. Например, для преимущественно мужской аудитории лучше приготовить аргументы логического характера. На женскую аудиторию будут эффективнее действовать эмоциональные доводы. Возрастная аудитория остро отреагирует на откровенно слабые аргументы, неявные расхождения и противоречия в рассуждениях. Поэтому при подготовке должна быть безукоризненно выстроена линия аргументации[4]. Молодежная аудитория сначала делает акцент на оценке личности оратора, а уже потом на содержании выступления. И только ей будет понятна ссылка на новомодный фильм, социальное явление или течение в культуре, в отличие от возрастной аудитории.

В зависимости от профессии и образования слушателей опытный оратор формирует лексикон своего выступления. Насколько аудитории будут понятны такие слова, как «бриф», «трейд-маркетинг», «мейнстрим», «дауншифтинг», «аджента» или, наоборот, «уповать», «забрало», «дабы», «ликбез»?

Если возможности заранее продиагностировать аудиторию не было, необходимо развивать следующий важнейший навык оратора – чувство аудитории. Кто мешает в рамках вступления, начала речи задать несколько вопросов аудитории? Сегодня тема такая-то. Вы что-нибудь слышали об этом? Поднимите руку, кто знаком с этим? У кого-нибудь есть четкая позиция по этому поводу?

[4] Об этом подробно написано в моей книге «Убеждай и побеждай: Секреты эффективной аргументации» (М.: Альпина Паблишерз, 2010).

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.