

Говори, не бойся! Искусство публичных выступлений

Автор:

Юлия Смирнова

Говори, не бойся! Искусство публичных выступлений

Юлия Борисовна Смирнова

Нонфикшн Рунета

Давайте знакомиться: меня зовут Юля Борисовна. Так называют меня ученики. А их много. Я учу говорить, работаю со взрослыми и детьми, актёрами и бизнесменами, учителями и продавцами. Когда я пишу этот текст, одна из моих учениц получает премию лауреата в Щукинском театральном училище. Я горжусь своими учениками и очень люблю учить, поэтому создала свой блог @oratoriia. А теперь я очень хочу поучить и вас. Из этой книги вы узнаете, как изменить мир словом. Это не так сложно, нужно лишь знать правильные формулы речи, чётко аргументировать, владеть техниками убеждения. А ещё правильно дышать, пробивать резонаторы и... Кажется, я не могу уместить здесь всё, так что скорее открывайте книгу. И говорите, не бойтесь!

Юлия Смирнова

Говори, не бойся! Искусство публичных выступлений

© Юлия Смирнова, 2020

© Издательство «АСТ», 2020

Введение

Представьте, что однажды вы проснулись, а в мире нет никого, кроме вас. Вы можете пользоваться теми же ресурсами, не беспокоитесь о том, где добыть еду или как не замёрзнуть зимой. Всё то же самое, только людей нет. Сейчас модно быть мизантропами, поэтому многие скажут: «Ну и замечательно!» Но в действительности от такой жизни можно довольно быстро сойти с ума. Потому что общение – это основа нашего существования: оно даёт нам эмоции, знания, жизненный опыт.

Общение возникло вместе с зарождением человечества. Благодаря ему первые люди учились взаимодействовать друг с другом. С тех пор мало что изменилось, разве что пещеры стали куда комфортабельнее, и вариантов охоты за мамонтом стало намного больше.

Только сейчас мы немного забыли вот что: общение останавливало и развязывало войны, меняло ход истории.

Это мощный инструмент, которым должен владеть любой человек, желающий добиться своих целей.

Философы древности были мудрее нас. У них не было высоких технологий, но искусство общения являлось одной из главных образовательных дисциплин. Я работаю в школе уже много лет, и твёрдо уверена в том, что дети должны обучаться риторике – так же, как русскому и математике. Попадая в социум, мы, будто слепые котята, действуем наобум. Кажется, ведь слово – это не спичка, из-за которой при неосторожном обращении может сгореть весь дом...

Как бы не так! Слово обладает гораздо большими способностями: зажечь и спалить дотла, ранить и возродить, возвысить и уничтожить. Но обращению со спичками учат, а обращению со словом – нет. Это неправильно. Неизвестно, кем станет ребёнок в будущем, но умение общаться необходимо и топ-менеджеру, и домохозяйке.

Общение – это обмен. Кто помнит стихотворение Агнии Барто?

Решили два Ивана

Меняться без обмана.

А что менять –

Не в этом суть:

Хоть что-нибудь

На что-нибудь.

.....

Так целый день менялись,

И при своём остались.

Если обмениваться информацией по принципу «что-нибудь на что-нибудь», то выйдет то же самое. Моя задача – подсказать вам, как провести этот обмен эффективно, чтобы оба участника речевой коммуникации получили нечто ценное. Не буду скрывать, что с помощью определённых манипуляций (о них мы тоже поговорим) можно одержать победу над собеседником или даже обмануть его, получив более «сочный» кусок информации. Решаться ли на такой неравноценный обмен – это ваше дело, я же считаю, что самый искусный оратор никогда не забывает о собеседнике.

Это только первая страница, а слово «общение» прозвучало уже много раз. Не «риторика», не «ораторское мастерство», не «искусство публичных выступлений» или *speech writing*, даже не «деловое», а просто «общение». Потому что всё названное выше – это части общения. В подготовке публичного выступления есть принцип «Я хочу» (мы ещё поговорим о нём позже). Так вот, я очень хочу, чтобы эта книга помогла вам во всех аспектах общения: от телефонного разговора с подругой до речи перед многотысячной аудиторией.

Психология выделяет три основные составляющие общения: содержание, средства и цель. Именно так будут названы главы этой книги.

Содержание – это начинка вашей речи. Какой бы красивой ни была обёртка, это не исправит невкусную конфету. Поэтому над содержанием необходимо работать старательно. Сейчас от многих ораторов можно услышать такое мнение: не важно, что мы говорим, – важно, как мы это делаем. Это полуправда или, если хотите, манипуляция. Без целостного содержания, но на приёмах и

харизме оратора можно повести людей за собой. Они поверят и вдохнутся.

Но куда вы их приведёте? Содержание – это ваш план изменения мира. В этой главе мы начнём издалека: узнаем, с чего начинается подготовка к выступлению, как строится его структура, чем начать и закончить. Затронем и модный сегодня сторителлинг. О нём сейчас пишут многие, но я пришла к технологии «рассказывания историй» не через ораторское мастерство и знаменитую книгу Ted talks, а через режиссуру. На одном из театральных фестивалей нашему коллективу дали задание переработать отрывок в жанре сторителлинг. Через эту постановку я пришла к интересным выводам, которыми с вами поделюсь. Сторителлить можно и в процессе деловых переговоров, главное – делать это правильно. Поскольку общение бывает не только устным, в этой части мы поговорим и об основах деловой переписки. Для некоторых изложить свою мысль на бумаге сложнее, чем на словах.

Средства – это то, как говорить. Это комплекс упражнений и приёмов, с помощью которых можно отшлифовать свою речь.

Как должен говорить оратор?.. Когда я задаю этот вопрос своим ученикам, точнее всего отвечают дети. Они говорят: «Громко, понятно, красиво». Так и есть. В этой главе я дам комплекс упражнений, который поможет вам правильно дышать во время речи, избавиться от каши во рту, громко говорить, не срывая голос. Всё это доступно каждому, но при одном условии. Чтобы достичь результата, необходимы регулярные тренировки. Тренинг построен на основе программы обучения сценической речи, которая используется в театральных вузах.

Средства бывают вербальными и невербальными. Язык тела иногда красноречивее слов. Поговорим о том, как его расшифровать. Цель – то, ради чего произносится слово. Одна из моих любимых цитат звучит так: «Если не знаешь, чего хочешь, то умрёшь в куче того, чего не хотел!» (Чак Паланик) Грубо, но точно. Мы поговорим о том, как избавиться от страха и правильно донести идею до слушателя. Поговорим о приёмах убеждения, о сердце вашей речи – аргументации.

Цели могут быть разными, в зависимости от вашего рода деятельности: разберёмся в особенностях делового общения, общения в сфере услуг и даже блогинга. Для многих из нас виртуальное общение если не вытеснило, то уж точно подвинуло реальное. Поэтому темы «Как правильно жестиковать в

Сторис» или «Структура прямого эфира в Инстаграм» не кажутся такими уж смешными.

В этой книге вы найдёте немало практических заданий. Не игнорируйте их, если хотите получить результат.

Попробуем с вами рассмотреть феномен общения со всех сторон. Эта книга – практическое руководство по работе со всеми инструментами речи, и я хочу, чтобы каждый смог настроить их и сыграть свою лучшую партию.

Что ж, а теперь давайте пообщаемся!

Содержание общения

Фабула, тема, идея и, наконец, правда

Риторика полезна, потому что истина и справедливость по своей природе сильнее своих противоположностей, а если решения выносят не должным образом, то истина и справедливость обычно бывают побеждены своими противоположностями, что достойно порицания.

Аристотель

Мы только начали, а уже так много слов!..

Я уверена, что для вас они не новы. Но кто-то задастся вопросом: «Все эти слова об одном? Зачем повторяться?»

Но эти слова о разном. И если все их применить к своему выступлению на начальном этапе, то у речи появится крепкий скелет, и она не развалится.

Как помогут нам эти термины? Берём простой пример.

Жил да был Иван Иванович, работал в офисе документоведом, перед людьми выступал, разве что выпив пива в баре по пятницам. И тут нашего героя осенило: пора расти и менять профессию. Он нашёл вакансию руководителя отдела документации и отправил туда резюме. И вот случилось чудо: Ивану перезванивают и говорят: «Всё прекрасно, ваш опыт нас устраивает. Только расскажите нам на собеседовании, почему главный документовед – это ваше призвание». Тут Ивану Ивановичу поплохело: он никогда не произносил таких речей. Он просто работал, отлично знал своё дело, ему нравилось документоведение.

Что же сделать нашему герою, чтобы не потерять работу мечты?..

Сначала необходимо определить тему будущего выступления. А значит, ответить на вопрос: «О чём?» Ответ «О влиянии документоведения на становление меня как личности» не подойдёт. Слишком длинно и пространно, а тема должна формулироваться как можно лаконичнее.

Сказка «Колобок» – о жизни и смерти представителя сдобной выпечки, «Красная Шапочка» – о злоключениях несовершеннолетней девицы, а вот о чём пойдёт речь Ивана Ивановича?.. Если она о документоведении, то при чём здесь наш герой? Если речь, напротив, о жизни Ивана Ивановича, то как связано с ней документоведение? Кандидата на руководящую должность попросили ответить, почему документоведение является его призванием. Значит, тема его речи – «О призвании».

Если вы не определили тему выступления, то их неминуемо будет несколько. Это запутает и слушателей, и вас самих. Такая речь похожа на запутанный рассказ подружки о вчерашнем свидании:

– Я очень долго выбирала платье, потому что белое меня полнит, а красное слишком экстравагантное. Потом не могла придумать, какую сделать причёску, но в итоге накрутила кудри. Он принёс мне такой красивый букет: там были розы и ещё какие-то цветы. А в ресторане мы сидели за лучшим столиком. Ещё у него такая машина!.. А знаешь, что он сказал мне на прощание?

Допустим, Иван Иванович определился с темой выступления. Теперь подумаем о фабуле. Этот термин пришёл к нам из литературы, его используют также театральные режиссёры при разборе пьесы. Фабула отвечает на вопрос: «Что произошло?»

Ответ должен быть кратким и понятным. Когда В. В. Путина спросили: «Что случилось с подводной лодкой “Курск”?», ответ «“Курск” утонул» шокировал общественность. Такую реакцию вполне можно понять, но мы не будем сейчас углубляться в политику. Этот ответ – самый настоящий пример фабулы: она формулируется без лирических отступлений и лишних эмоций.

Есть разные варианты построения фабулы публичного выступления. Можно указать, что произошло, по сюжету вашей речи:

Я с детства мечтал работать с документами. Моя мечта сбылась.

Можно укоротить:

Моя детская мечта сбылась.

А можно указать, как воспримут эту речь слушатели:

Парень упорно работает с раннего детства.

Такой подход к фабуле сложнее, но благодаря ему можно запрограммировать реакцию вашей аудитории. Если тема – это скелет речи, то фабула – кровеносная система: она делает выступление динамичной кинолентой, а не статичной конструкцией. Поэтому фабула обязательно должна включать в себя глаголы-действия, именно они двигают повествование.

Иван Иванович уже знает главное: о чём он расскажет и что произойдёт в его речи (или в умах слушателей). Осталось главное: идея. Это сердце вашей истории. Формулируя идею, мы чаще всего отвечаем на вопрос «Что я хочу сказать?». Это верно, но не совсем точно. Учёба на факультете режиссуры научила меня формулировать идею иначе. Оратор меняет словом мир, и его идея – это «Чего я хочу?». И ответ всегда один: «Изменить мир». Вот только надо

немного конкретизировать. Чего хочет Иван Иванович?..

Научить всех документоведению.

Привести все документы в порядок.

Повысить производительность отдела документоведения в два раза.

Во всех этих примерах подчёркнуты глаголы. Потому что идея «Документоведение – это круто» никого за собой не поведёт.

Можно формулировать идею как лозунг, такой способ больше подойдёт для агитационной речи:

Учитесь документоведению!

Приведите все документы в порядок!

Повысим производительность в два раза!

Теперь мы можем быть спокойны за Ивана Ивановича: надеемся, что он покорит всех своей речью и получит желаемую должность.

Поговорим не о нём, а о правде в вашем выступлении. Одно из главных правил журналистики – всегда быть правдивым. Оратор тоже должен быть честен со своей аудиторией. К сожалению, многие забывают об этом. А ведь правда – многолика. И мы можем орудовать ею так, чтобы дать аудитории правильную мысль, но не соврать.

В жизни компании происходит событие: резко упали продажи. Вам нужно осветить эту проблему на совещании. И тут в игру включаются три правды. Первая – интеллектуальная. Её диктует голова. Вы вспоминаете, что у сотрудника N. в этом месяце был тяжёлый развод, и он/она не думал(-а) ни о чём, кроме личных проблем. «Наверное, продажи упали из-за этого», – думаете

вы, и это правда. Она называется: «Я думаю так».

Вторая правда – фактологическая. Её диктуют статистика и факты. Вы обращаетесь к специалистам по планированию бюджета и выясняете, почему в этом месяце упали продажи. Это тоже правда. Она называется: «Дело обстоит так».

Третья правда – эмоциональная. Её диктует сердце. Такую правду не стоит впускать в деловое общение. Потому что она называется: «Я верю, что это так». К примеру, сотрудник F. очень неприятный человек, давно пора его уволить. Вы верите, что это он виноват в проблемах компании. И это тоже правда. Не стоит думать, что эмоциональная правда бесполезна. Она приходит на помощь, когда мы хотим вдохновить слушателя, когда мы сами горим идеей.

Оценивая событие, мы думаем головой, изучаем данные и верим сердцем. Хороший оратор умело пользуется всеми тремя правдами и умеет отделять их друг от друга. Спросите себя, чего ждёт от вас аудитория: фактов, трезвого рассудка или взрыва эмоций?

Об аудитории мы поговорим подробнее в следующей главе.

Задание

Вы «пробуетесь» на вакансию мечты. Продумайте тему, фабулу и идею вашего выступления. Какой правдой вы будете руководствоваться в нём?

Аудитория

Речь слагается из трёх элементов: из самого оратора, из предмета, о котором он говорит, и из лица, к которому он обращается; аудитория – конечная цель речи.

Аристотель

Как вы думаете, какой вопрос должен задать себе оратор перед составлением речи? Вы читали предыдущую главу, а значит, ответите: «Чего я хочу?» и будете правы.

Но есть и ещё один важный вопрос, который не лежит на поверхности. «Кто будет слушать меня?» Многие не придают этому значения. А между тем, основная задача оратора – попасть точно в сердце аудитории.

Как это сделать?

Вот вам пример: речь о вреде курения. Типичная агитация. Казалось бы, что нового там можно придумать?.. Но давайте представим, что вас слушают подростки. Интересна им статистика смертей от рака лёгких, вызванного курением? Вряд ли. Научным языком такую аудиторию не проймёшь. А если поговорить с ними так...

– Когда мне было пятнадцать, я начала курить. Это было так круто, делало меня популярнее и загадочнее. Я сочиняла стихи, держа сигарету во рту. Хотите, скажу вам честно? Мне нравилось курить.

Но прошло десять лет, и моё курение стало проблемой: я начала работать в школе, приходилось прятаться от коллег и учеников, я хотела родить здорового ребёнка, мой муж не курит и был очень против моей гадкой привычки. Чтобы бросить, я потратила кучу денег на пластыри, жвачки, таблетки. Было тяжело. Но я счастлива, что справилась. А вы хотите пройти такой путь?

Такая речь гораздо убедительнее для подростков, не правда ли?..

А вот если вашу агитацию слушают люди среднего возраста, которые курят уже много лет?.. Наверняка они испытывают на себе все «прелести» курения. На такую аудиторию как раз наверняка подействует статистика смертности курильщиков.

От того, кто слушает вас, зависит стилистика вашей речи, аргументация, да и весь ваш образ на выступлении.

Давайте разберемся в основных правилах работы с аудиторией:

1. Проанализируйте и назовите своих слушателей.

Вовсе необязательно, что слушать вас придут подростки или пожилые люди: аудиторию можно классифицировать не только по возрасту. Молодые мамы, врачи, дворники, начинающие бизнесмены, жители района Кукушкино – вариантов много. Чтобы правильно обозначить группу, найдите то, что объединяет ваших зрителей.

И вы будете правы, если скажете: «Как же так? Ведь меня слушают разные люди!»

Да, но найти точки соприкосновения между ними можно.

2. Продумайте стиль общения.

Подумайте, что было бы приятнее услышать вашей аудитории: «Привет!» или «Здравствуйте!»? Они хотят услышать мудрого наставника? Или поболтать с подругой за чашкой чая?

Если вас слушают люди одной профессии, используйте термины, понятные им.

Не умничайте там, где этого не требуется.

3. Подбирайте демонстрационный материал.

Включите пианистам фортепианную музыку. Глупый пример, но самый понятный. Ваша задача – проанализировать вкусы аудитории, её темперамент.

Когда я представляю свой детский театр взрослым, я показываю им фото и видео со спектаклей. Когда ко мне приходят дети, я даю им в руки театральную маску.

Цель одна – заинтересовать, но подходы к аудитории отличаются.

4. Ваша одежда воздействует на аудиторию не слабее, чем речь.

Попробуйте надеть мини-юбку и в ней выступить на заседании Совета пенсионеров. Если вы не провалите речь – можете спорить со мной.

Подбирайте одежду и аксессуары, руководствуясь двумя правилами:

- В чём меня хочет видеть аудитория?

Одежда не должна раздражать зрителей, отвлекать их от вашего выступления.

- Каким должна меня увидеть аудитория?

Хотите выглядеть серьёзным специалистом – наденьте деловой костюм. Хотите быть другом, советчиком – выбирайте менее формальный стиль.

5. «Зеркальте»!

Правило «отзеркаливания» работает точнее, если вы один на один с партнёром. На большой аудитории его использовать труднее. Но если вы хорошо знаете своих слушателей, то можете попробовать.

Ваша задача – стать отражением собеседника: повторять его жесты, мимику, темп голоса. Но это не должно перейти в пародию!

Как это работает? Очень просто: человеку приятнее общаться с себе подобными. Он доверяет такому оратору почти как самому себе. «Я говорю тихо и медленно, а мой собеседник рвёт глотку – значит, он что-то скрывает или нервничает. Я говорю громко и быстро, а мой собеседник что-то мямлит под нос – он точно не уверен в себе...»

6. Подбирайте аргументы!

Тему аргументации мы будем рассматривать подробно позже, но вы ведь знаете, что аргумент – это доказательство. А доказывать можно по-разному.

Вспомним нашу речь о вреде курения. У нас есть два аргумента:

- От курения желтеют зубы, и изо рта пахнет, как из помойки;
- На сэкономленные за пару лет на сигаретах деньги можно купить новый айфон.

Первый аргумент сильнее сработает с подростками. Нет, они, конечно, хотят новый айфон (и возможно, даже пытаются на него заработать), но тема внешности точнее попадёт в цель. Вторым аргументом можно применять к более взрослой аудитории, а на место айфона ставить любой другой материальный объект.

Подобрать аргументы так, чтобы они стреляли в сердце аудитории, – ваша главная задача. Спросите себя: каковы главные ценности моих слушателей? И используйте их в аргументации.

Задание

У вас есть три типа аудитории:

- студенты медицинского университета;
- учителя начальных классов;
- пожилые пенсионерки.

Подготовьтесь к выступлению перед каждой группой слушателей. Возьмём самую банальную тему: «О пользе правильного питания».

Обратите внимание, насколько по-разному можно подать эту речь.

Углубляемся. Структура речи

Когда вы знаете, чего хотите добиться и кто вас слушает, вы уже «на коне». Теперь дело за малым – надо на этом коне поскакать. Для этого мы строим маршрут, то есть план нашего выступления.

Я знаю, что вы знакомы с классической структурой речи, но давайте освежим знания.

Вступление

Занимает примерно 20 % всего выступления. Включает в себя знакомство с аудиторией, приветствие. Во вступлении вы заявляете тему речи и цепляете зрителя «на крючок». Здесь очень важно не облажаться. Если впечатление об ораторе подпорчено в начале, его будет сложно исправить.

Основная часть

60 % вашего выступления. Здесь не только вся информация по теме вашей речи, в основной части выступления вы доказываете свою мысль. Если цель вступления – зацепить, заинтересовать, то сейчас вам нужно убедить. Именно в основной части звучит кульминация вашей речи и утверждается основная мысль.

Заключение

Последние 20 % выступления. Когда я училась театральной режиссуре, нам всё время говорили, что главное – не завалить начало и (особенно!) финал спектакля.

Это правило действует и в искусстве публичных выступлений. Заключение – это «мотивационный пинок» для ваших слушателей. Вы справились с выступлением успешно, если после вашего финального слова люди встали с кресел и пошли в том направлении, которое вы им указали.

Грамотно выстроенная структура – это то, без чего невозможно успешное выступление. Построить её не так сложно, как вам могло показаться. Но нужно знать несколько важных правил.

С чего начинается речь? Вступление

Я очень хочу с вами познакомиться. А сделать это можно по-разному. Let's go!

Знакомство № 1

– Здравствуйте, мои уважаемые читатели! Меня зовут Юлия Борисовна Смирнова, и я уже больше 17 лет занимаюсь ораторским мастерством с детьми и взрослыми. Кроме прочего, я руковожу театральной студией. Каждый год юные актёры участвуют в крупнейших конкурсах звучащего слова и занимают высокие места, вплоть до Гран-при. Мой опыт преподавания риторики складывается из многих лет, проведённых в театральной среде, а также из индивидуальной работы с разными людьми: менеджерами, продавцами, педагогами и даже жёнами миллионеров.

У вас сложился определённый образ? Отлично! А теперь попробуем по-другому.

Знакомство № 2

– Всех приветствую! Я Юлия, а ученики зовут меня Юлия Борисовна. Мой путь в страну Ораторию[1 - @oratoriia – название моего блога в Инстаграм.]был очень даже тернист. Во-первых, до 13 лет я не выговаривала звук «р», и логопедический детский сад не исправил этого. Победить коварную букву удалось лишь тогда, когда руководитель театральной студии однажды сказала: «Юля, вот хорошая ты актриса, только Р надо исправить». И хотя это была грубая лесть (не такая уж я и хорошая актриса), грёзы о Голливуде помогли мне заговоррррить хорррошо. Теперь я знаю, что для человека, одержимого идеей, нет ничего невозможного. По крайней мере, если речь идет о вашем голосе.

Второе приветствие длиннее, но, возможно, вы догадались, что оно далось мне намного легче. Это не значит, что оно лучше.

Просто первый вариант знакомства – это демонстрация моих навыков, «продажа» себя. Если я хочу получить должность преподавателя ораторского мастерства (а кроме меня, на неё претендуют другие специалисты), то я обязана вытащить на первый план все свои заслуги, показать почётные дипломы, представить опубликованные статьи. Работодатель видит меня впервые, временные рамки собеседования весьма сжаты... Как ещё ему понять, что перед ним профессионал?

Второй вариант я обязательно выберу, если когда-нибудь напишу свои мемуары. Ну а что?.. Кто знает... Во втором приветствии я хочу подружиться с читателем, и поэтому не боюсь показать себя не идеальной. Только так люди могут увидеть во мне себя. Я говорю этим текстом: «Смотрите! Я смогла – значит, сможете и вы. Научиться выступать публично не так сложно!» Осознанно или нет, но такой вариант приветствия часто используют блогеры, чтобы прорекламирровать себя. «Я смогла похудеть, хотя в детстве была полненькой», «Жила в нищете, а теперь я стала успешной и научу тебя», «Стеснялась парней, но теперь знаю секреты обольщения...» И это работает, ведь суть блогинга в том, что на экране мы видим подружку, с которой так приятно поболтать.

Теперь вы понимаете, как важно правильно начать?.. Как вы яхту назовёте, так она и поплывёт. Но главное – не оплошать с названием. Иначе приплывёте не туда.

Давайте рассмотрим разные варианты вступления.

1. Общие точки соприкосновения со слушателем

Это то, что вы могли наблюдать во втором варианте моего знакомства.

Принцип «Я такой же, как вы» работает не только в неформальном, но и в деловом общении. Ведь очень важно сплотить людей вокруг себя: какими бы мастерами своего дела ни были ваши коллеги или (тем более) подчинённые, «погода» в коллективе играет весьма значительную роль в работе над общим проектом.

Начните своё выступление с обобщающих местоимений: «мы», «нам», «для нас». Фраза «Вам нужно достичь успеха» выглядит как указание и вызовет подсознательное недовольство у слушателей. «Нам нужно достичь успеха» = «Мы делаем общее дело, вам оно важно так же, как и мне».

Вот несколько примеров, как во вступлении можно использовать этот приём:

- На нашей сегодняшней встрече мы обсудим...
- Мы собрались всем коллективом, чтобы...
- Наши компании объединяет...
- Сегодня на повестке дня – наша общая проблема...

Конечно, это лишь варианты, а вы можете создать вступительные слово, которое будет актуально для вашей речи, руководствуясь двумя простыми правилами:

- Больше обобщающих местоимений.
- Дайте понять слушателям, что вы работаете над общим делом.

2. Комплимент слушателю

Жена крутится перед зеркалом:

– Как я сегодня плохо выгляжу, просто смотреть противно. Дорогой, ну скажи мне какой-нибудь комплимент!

Муж:

– Зрение у тебя отменное!

Начав свою речь с искреннего комплимента, вы располагаете к себе аудиторию. Но он должен быть правдивым, в противном случае люди почувствуют фальшь, и вы лишитесь их доверия окончательно.

Если совсем не хочется говорить что-то приятное, лучше отбросить этот вариант.

Примеры вступления с комплиментом:

– Я счастлив выступать перед такой доброжелательной аудиторией!

– Я рад видеть каждого из вас здесь, ведь сегодня в этом зале собрались самые внимательные слушатели / ответственные сотрудники / близкие друзья и т. п.

3. Риторический вопрос

Он поможет красиво начать и заставить ваших слушателей задуматься. Вопрос, безусловно, должен затрагивать ключевые проблемы вашей речи.

Например:

– Мы часто слышим словосочетание «правильное питание». А что значит «правильное»?

– Какая девушка в наше время не хочет выглядеть модно?

Мне нравится этот способ тем, что ваш зритель сразу включается в выступление, не просто слушая, но рассуждая вместе с оратором. НО! Вопрос должен быть риторическим: прямые вопросы в зал имеют ряд подводных камней. Задавая вопрос прямо, вы не можете быть уверены в том, что ответ будет соответствовать вашей идее. Он может и не прозвучать вообще!.. А главное то, что прямой вопрос не подталкивает слушателей размышлять, а заставляет сразу принять решение и дать чёткий ответ. Многих это пугает. Поэтому риторические вопросы – козырь в рукаве оратора[2 - Подробнее про прямые и риторические вопросы поговорим с вами в отдельной главе.].

4. Проведение сравнений

Ещё один приём для успешного вступления. Зачем и в каких случаях сравнивать? Когда надо доказать, что стало лучше, чем было, что ваша компания превосходит конкурентов, и т. п. Если вы не уверены, что слушатели вам доверяют, пользуйтесь сравнением смело.

Примеры:

– Здравствуйте, коллеги! Только что я получил результаты исследования, которое доказывает, что мы лучшие в своём деле!

– Стоя в этом зале, я вспоминаю, как мы здесь начинали работать десять лет назад. Всё изменилось, причём в лучшую сторону.

Перейдём к приёмам попроще. Они лежат на поверхности, но их нужно грамотно использовать.

5. Чувство юмора

Вот что никогда не помешает!.. Смеяться любят и профессора, и дворники. Если у вас есть возможность начать выступление с забавной истории из жизни, сделайте это! Только не перебарщивайте и помните о стиле речи. Научный доклад можно оживить юмором, но включать в него десять анекдотов или баек не стоит. Кстати, осторожнее с анекдотами. Не нужно превращать своё выступление в журнал «Тёщины забавы». Анекдот – это отдельный речевой жанр: его важно правильно подать, грамотно подобрать. Если сомневаетесь, чувствуете себя дискомфортно, то не стоит. Главное, помните: если люди ушли с вашего выступления с улыбкой, это уже победа.

6. Факты, статистика – деловое начало

Сейчас в Интернете активно идёт движение за закон о домашнем насилии. Блогеры запускают флешмобы, активисты выступают на конференциях. А теперь давайте представим два варианта вступления к такой речи.

№ 1

– На сегодняшний день проблема домашнего насилия стоит в России очень остро. Женщинам, страдающим от рук своих мужей и отцов, некуда обратиться. Из-за отсутствия закона они вынуждены умирать или убивать агрессора.

№ 2

– За последний год от домашнего насилия пострадало 30 % женщин России. Из них 120 человек стали инвалидами, как Маргарита Грачёва; 50 погибли, как Алёна Верба; 25 убили агрессора, как сёстры Хачатурян. Сейчас такие женщины не защищены государством. У них два пути: пойти на убийство или умереть.

Почему второй вариант звучит убедительнее? Здесь оратор оперирует реальными цифрами, процентами, именами. Это факты, взятые не с потолка. Любую агитационную речь выгодно начинать именно так.

Задание

Представьте себе три речевые ситуации:

1. Вы выступаете с торжественной речью на юбилее троюродной тётушки.
2. Вы изобрели инновационную технологию и впервые представляете её на суд общественности.
3. Вы добиваетесь прекращения вырубки лесов в Подмосковье.

Попробуйте придумать варианты вступления для каждой речи, используя изученные приёмы. И не забывайте: как вы яхту назовёте, так она и поплывёт!

Сердцевина выступления. Основная часть

Вы уже знаете, что вступление – это крючок, на который вы цепляете аудиторию. Да, для кого-то достаточно природного обаяния, чтобы очаровать публику в первые секунды речи. Я немного завидую таким ораторам: им не нужны секретные приёмы и формулы. Но основную часть одним обаянием не спасти. В ней должна прозвучать и утвердиться ваша ключевая идея.

Давайте рассмотрим главные правила, по которым следует составлять эту часть выступления:

1. Ничего лишнего!

Основная часть объёмна, поэтому вас будет мучить соблазн отступить от темы. Не поддавайтесь ему. Проверить себя просто: попробуйте выкинуть из речи сомнительный кусок. Затем зачитайте её вслух. Если ничего важного не исчезло из выступления и смысл по-прежнему ясен, текст можно смело сокращать.

Возможно, вы захотите вставить в выступление личную историю или шутку. Как проверить тогда?.. Задайтесь вопросом, как эта история работает на идею. Например, юмористическая вставка расслабит слушателя, и ему будет проще принять дальнейшую информацию.

Чтобы не уйти от темы, нужно быть аккуратнее с формулировками. Особая опасность таится в следующих фразах:

- Прежде чем перейти к сути, хочу сказать...
- Давайте ненадолго отступим от темы...
- Сейчас мы перейдём к главному, но для начала скажу пару слов о...

Эти реплики буквально заливают ваше выступление водой из ненужных лирических отступлений.

2. Будьте внимательны к аудитории

Информация в основной части должна быть изложена понятным языком. Не злоупотребляйте научной терминологией, чтобы показаться умнее или серьезнее. Речь не должна быть скучной. Конечно, вы не аниматор в детском клубе, чтобы развлекать аудиторию, однако ваше выступление должно запомниться, заразить слушателя идеей.

Вовлекайте в дискуссию. Задавайте наводящие вопросы, придумывайте задания. Превратите своё выступление в беседу. Мысль о важности интерактива в публичном выступлении пришла ко мне несколько лет назад. Как педагог, я каждый год прохожу различные курсы повышения квалификации. И стоит признаться, что лекции не всегда бывают интересными.

Но что заставляет слушать внимательно? Итоговый тест после лекции. Только не подумайте, что схема «скучная речь + тест на оценку» работает на успешное выступление. Конечно же, это не так. Но почему бы не добавить в основную часть элемент азарта?.. Ведь ваша задача состоит не только в сухом изложении информации. Важно, чтобы вас поняли.

3. Продумайте структуру основной части

Внутри основной части вашего выступления не должно быть сумбура. Для этого продумайте принцип её построения. Варианты могут быть разными, вот несколько вам на вооружение:

Принцип времени

От прошлого к настоящему, от настоящего к будущему, из «вчера» в «сегодня» и обратно – такое построение поможет рассказывать. Это может быть история развития компании: как из скромного полуподвального помещения выросла крупная корпорация. Это может быть история дружбы или история жизни прекрасного человека: тогда по этому принципу можно построить речь на дне рождения лучшего друга или юбилее любимой тётушки.

Принцип «за» и «против»

В своей речи вы представляете две противоположные позиции, а в итоге принимаете одну из сторон или даёте возможность слушателям сделать выбор самостоятельно. Либо утверждаете свою позицию так, чтобы аудитория поверила вам.

Принцип причинно-следственной связи

Удачный принцип построения для речи, посвящённой какой-либо проблеме или событию. Расскажите о причине случившегося, о том, к чему всё привело. Затем переходите к результату и способам его достижения.

Принцип постановки цели

В этом случае вся речь строится вокруг цели, общей для коллектива. Вы планируете путь к ней и предполагаемый результат.

Можно использовать и другие варианты:

Принцип «от простого к сложному»,

Принцип «от общего к частному»,

Принцип brainstorm и другие

Вы не обязаны использовать именно эти способы в своей речи – она может быть построена даже в форме сказки. Но структура обязательна.

Задание

Продумайте принцип построения основной части речи-презентации книги-бестселлера. Проявите фантазию.

Заключение. К чему мы идём?

Заключение – это яркая точка в вашем выступлении. А может быть, многоточие, восклицательный знак или вопрос. Всё зависит от того, какое впечатление вы хотите оставить. Оно должно быть кратким, динамичным и очень мощным по содержанию и подаче. Никаких реплик в духе: «Прежде чем закончить, скажу ещё пару слов...» (затем идёт монолог на 30 минут). Помните: в заключении утверждается идея.

Как её утвердить:

- подвести итог или повторить основные тезисы выступления;
- обозначить новые задачи;
- произнести цитату-вывод (аккуратнее с этим пунктом: не говорите «ради красного словца»);
- высказать пожелания или дать советы;
- привести пример того, что идея работает;
- призвать к действию.

Каждая успешная речь неизменно оканчивается призывом. Даже если это торжественная речь, в её финале звучит: «Поднимем же бокалы!..»

Призыв нужен для того, чтобы люди не просто услышали вашу идею, а поняли, как им действовать дальше.

Задание

Продумайте итоговые слова для:

- речи-агитации;
- речи-поздравления;
- рекламной речи.

Планы и формулы построения речи

Планирование – не просто очередной тренд современности. Оно помогает запрограммировать желаемый результат.

Искусству планирование тоже не чуждо. Любой режиссёр начинает постановку с действенного анализа. Не будем углубляться в театральные дебри, остановимся вот на чём: одной из важнейших частей этого анализа является разбор пьесы по трём или пяти событиям. Таким образом, текст длиной в 50 страниц с большим количеством персонажей раскладывается на несколько пунктов.

Разложим так же и публичное выступление. Трёхчастная структура хороша, но недостаточно точна. Существует несколько формул, которые значительно облегчают работу оратора. Они представляют из себя подробные схемы, с помощью которых можно быстро составить любую речь.

Доктор наук Вольфганг Ментцель выделяет несколько речевых формул, и самая универсальная из них – пятичастная или пятиступенчатая формула.

Пятичастная или пятиступенчатая формула

Эта схема подходит практически для любой речи, поскольку её основная функция – убеждение. Такой формулой можно воспользоваться, если ваше время на подготовку к выступлению ограничено. По ней же можно подготовить не длинную речь, а краткий ответ в споре, дискуссии и даже на экзамене. Вот она:

1. Вызвать интерес.
2. Заявить о сути речи (ключевой тезис).
3. Обосновать и доказать свою позицию.
4. Подвести итог.
5. Призвать к действию.

Как работать с этой формулой?

Первый пункт – это ваше вступление. Вы вводите слушателя в тему, пробуждая интерес к ней. Это можно сделать по-разному, в зависимости от типа вашей речи.

Давайте рассмотрим пару примеров.

№ 1. Рекламная речь – презентация робота-пылесоса

Можно вызвать интерес, указывая на общую проблему.

– Сколько раз в неделю вы пылесосите свою квартиру? Я думаю, многие здесь согласятся со мной, что это не самое интересное занятие. Стандартный пылесос громоздкий, таскать его по дому неудобно, вычистить труднодоступные углы сложно.

№ 2. Речь-агитация против курения

В агитационных речах часто затрагиваются большие темы, единые для всего общества. Пробудить интерес можно с помощью фактов и статистики.

– По данным Росстата, 22,5 % населения России курят каждый день. 30,6 % курильщиков, по их же словам, не могут бросить из-за недостатка силы воли. При этом 74 % населения считают курение обыкновенной привычкой, не представляющей опасности для общества. И это очень опасное заблуждение, ведь...

Другие варианты пробудить интерес можно увидеть во главе, посвящённой вступлению.

Во втором пункте оратор должен заявить свою точку зрения, основной тезис или цель выступления.

Пример 1 (опора на базовый тезис)

– Сегодня я представляю вам робот-пылесос «Суперуборщик». Он поможет вам забыть все бытовые проблемы.

Пример 2 (опора на цель выступления)

– Я хочу предложить провести дополнительную кампанию по борьбе с курением. Её программа...

Третий пункт является самым важным в выступлении. Сейчас вам необходимо доказать свою точку зрения. Как сделать это правильно, мы рассмотрим в главе, посвящённой аргументации и её видам. Продумайте этот пункт основательно: аргументы должны быть убедительными, их не должно быть слишком мало или много. Оптимальное количество – три. Избегайте пустословия.

Антипример

– Наш пылесос – это лучшее изобретение современности, он мощный и удобный. Вы будете поражены его способностями к уборке.

Пример

– Робот-пылесос «Суперуборщик» имеет высоту 10 сантиметров, что позволяет ему пропылесосить самые труднодоступные места. Он оснащён искусственным интеллектом, контактными сенсорами и датчиками определения препятствий. Поэтому вам не нужно следить за процессом уборки. Также пылесос самостоятельно находит базу для подзарядки и подключается к ней по завершении уборки.

Помните о том, что аргументы должны быть конкретными. Но только не врите аудитории – забудьте о пустых обещаниях.

В четвёртом пункте вы высказываете своё решение и подводите итог.

Пример

– Действительно, робот-пылесос «Суперуборщик» выигрывает у конкурентов по соотношению «цена – качество». А сегодня на него действует скидка 20 %.

Как вы уже поняли, подготовку к антитабачной кампании нужно начать незамедлительно.

Четвёртый пункт плавно переходит в пятый – призыв к действию. Слушатель должен понимать, к чему вы его призываете. Поэтому избегайте формулировок в духе: «Так вперёд, в светлое будущее!»

Чем точнее звучит призыв, тем больше вероятности, что он сработает.

Пример

– Покупайте робот-пылесос «Суперуборщик» сегодня!

Прошу вас представить идеи по организации кампании на этой неделе. Лучшие получат премию!

Следующая речевая формула близка к пятичастной, но более узко специализирована.

Формула решения проблемы

Смысл этой схемы состоит в том, что речь строится на разборе проблемы и поиске её решения.

1. Вызвать интерес.
2. Обозначить проблему.
3. Обозначить её решение.
4. Предложить варианты решения проблемы.
5. Выбрать наиболее благоприятный вариант и обосновать его.
6. Призвать к действию.

Разберём эту схему на примере. Клиент недоволен предоставленной ему услугой и планирует обратиться в суд. На совещании коллектива обозначается эта проблема.

1. – Вы наверняка уже знаете, что у нашей компании возникли проблемы с клиентом N. Эти проблемы оказались гораздо серьёзнее, чем мы все полагали. (Интерес пробуждён, коллектив заинтригован.)

2. – Наш клиент угрожает судебным иском. Все вы знаете, какой это серьёзный удар по репутации. Нам грозит опасность, вплоть до банкротства. (Обозначена проблема и степень её серьёзности.)

3. – Нам необходимо уладить конфликт с клиентом N. (Обозначена цель, к которой будет стремиться коллектив.)

4. – Что мы можем сейчас предпринять? Продолжить доказывать неправоту клиента – самый глупый путь, потому что он в любом случае приведёт нас в суд. Уволить менеджера, который допустил конфликт, – это максимум решение наших внутренних проблем. Остаётся только пойти на компромисс с проблемным клиентом. (Произведён разбор вариантов решения проблемы, отброшены несостоятельные.)

5. – Как нам уладить конфликт? Я думаю, самым оптимальным способом будет вернуть клиенту деньги за услугу, исполненную ненадлежащим образом, и предложить ему скидку. Так мы потеряем гораздо меньше, чем в случае судебного иска, но сохраним клиента. (Выбрано оптимальное решение, выбор обоснован.)

Следующая формула используется в том случае, если имеются две противоположные позиции. Она так и называется – формула «за» и «против».

Формула «за» и «против»

Эта схема похожа по построению на предыдущие две. Но оратору нужно не просто представить два мнения, но и доказать правдивость одного из них.

Для этого нужно привести и опровергнуть аргументы противоположной стороны.

1. Вызвать интерес.
2. Обозначить суть противостояния.
3. Представить позицию оппонента с его аргументами.
4. Опровергнуть её.
5. Заявить свою позицию.
6. Аргументировать её.
7. Сделать вывод в пользу одного из мнений.
8. Призвать к действию.

Разберёмся на примере. Ситуация будет печальная, но актуальная.

Сотрудники не справляются с текущим объёмом работы и требуют расширения штата. С какой речью обратится к ним руководитель?

1. – Сегодня у нас на повестке дня серьёзный вопрос. Сейчас самый сложный сезон, и работы много. Нам всем сейчас очень тяжело. (Заявляется общность интересов.)
2. – Недавно группа сотрудников обратилась ко мне с просьбой о расширении штата. Проблема заключалась в том, что коллектив не справляется. (Заявлена суть противостояния, описано событие, которое подтолкнуло к разговору.)
3. – Вы говорите, что из-за объёмов работы всем приходится задерживаться, а иногда даже приходиться в офис по субботам. Также приходится уделять меньше времени на работу с клиентами, из-за чего возможны ошибки. Я верно изложил ваши претензии? (Перечисляются аргументы противоположной стороны, оратор

задаёт уточняющий вопрос, чтобы ничего не упустить.)

4. – Но когда вы откликнулись на эту вакансию, вы наверняка видели, что наши сотрудники загружены сильнее, чем у компаний-конкурентов. Мы предъявляем высокие требования, но компенсируем это соответствующим окладом.

Переработки и выход в офис по выходным в это время года возможны. Мы с вами обсуждали это во время итогового собеседования. Я понимаю, что непросто работать с клиентами в таком убойном режиме, но мы собрали здесь только высококлассных профессионалов, для которых это не должно стать проблемой. (Аргументы противоположной стороны опровергнуты, прозвучал комплимент сотрудникам.)

5. – Если мы сейчас расширим штат, то у вас не станет меньше работы. (Изложено собственное мнение.)

6. – Ведь первое время необходимо будет вводить новых сотрудников в курс дела, обучать их. Сейчас у нас нет на это времени. К тому же придётся сократить вашу премию, так как у нас нет возможности оплачивать работу новых людей. (Приведены аргументы в пользу высказанной позиции) – Как видите, расширение штата сейчас – не самая лучшая идея. (Вывод.)

7. – Так давайте хорошо поработаем сейчас и получим отличную годовую премию! (Призыв к действию.)

Речевые формулы можно сравнить с навигатором: они помогут вам построить маршрут к цели так, чтобы не заблудиться и добраться как можно быстрее. А главное – они сокращают время и количество усилий, затраченных на подготовку к выступлению.

Задание

На этот раз очень интересная тема для речи. Вы – ребёнок и очень хотите собаку. Вам нужно убедить родителей. Составьте план своего выступления по трём формулам.

Тезисный план. Зачем он нужен

Когда вы разобрались со структурой выступления, заканчивается аналитическая часть подготовки и начинается практическая. Интересно понаблюдать, насколько по-разному все подходят к делу. Ораторов можно разделить на несколько типов. Эта шуточная классификация показывает, что дано нам от природы:

Оратор-отличник

Готовится долго и основательно, записывает свою речь от руки, в крайнем случае – распечатывает, делая много пометок. Текст, конечно же, должен быть выучен досконально.

Помню, когда я училась в средней школе, каждый год нужно было сдавать экзамены по нескольким предметам. Класс имел гуманитарную направленность, сдавались история, литература, обществознание. Это были классические испытания: 30 билетов, 60 вопросов, никакой тестовой системы и много зубрёжки. Обычно перед экзаменом начинался увлекательный квест «Выучи за одну ночь». Я сдавала всё успешно – благодаря своей хорошей памяти. Но знаете, что интересно? Сейчас я не помню и 20 % от выученного тогда материала!.. Это лишь одна из опасностей зазубривания. Такая речь мертва, она не дойдёт до сердца слушателей.

А теперь – о главной проблеме переписанного и выученного текста: если во время выступления у вас из головы вылетит хоть одно слово, то вы окажетесь на грани провала. Я всегда против заучиванья текста наизусть, хотя этот путь и кажется самым простым.

Оратор-бояка

Похож на отличника, с одним только «но»: жутко боится сцены. Поэтому во время выступления читает с листа, не смотрит в зал, готовит тысячу подсказок и

подпорок для своей речи.

Чтение с листа – ещё бо́льшая ошибка, чем зазубривание. Я присутствовала на выпускном вечере, когда отец одного из ребят выступал с длинной напутственной речью. Она была трогательной, подготовка не вызывала сомнений. Вот только оратор так волновался, что не выпускал из рук листы с текстом. Из-за этого даже самое искреннее выступление выглядело пустышкой.

Харизматичный оратор

Прекрасно чувствует публику, не готовится к выступлению совсем. Такие, как он, умеют завести зал и становятся прекрасными ведущими. Забыть текст для них не проблема, потому что природное обаяние помогает найти нужные слова.

Проблема таких ораторов в том, что они ведут за собой, но непонятно куда. Вот почему актёры нуждаются в режиссёре, чтобы донести со сцены нужную мысль. Харизматичный оратор убедителен, но этого недостаточно, чтобы приносить людям пользу.

Эмоциональный оратор

Похож на харизматичного, потому что ему тоже легко даются публичные выступления. Но им помогают не обаяние и чувство толпы, а живые эмоции. Такие ораторы становятся хорошими агитаторами (если действительно горят идеей). Из них получаются хорошие педагоги, да и в целом искусство общения даётся этим ребятам легко. Но на одних эмоциях и личном опыте не построить самую успешную речь.

Любому из этих ораторов может помочь тезисный план.

Вы знаете, что тезис – это краткое утверждение. Краткость здесь – одно из важнейших правил. Как составлять тезисный план: опирайтесь на структуру речи. Выпишите тему, фабулу и идею. Затем воспользуйтесь любой формулой и пропишите тезисы к каждому пункту. Начните с записи всех своих мыслей;

можете писать много, но кратко. Затем несколько раз перечитайте и сократите менее важные моменты, повторы и т. п.

Много писать не нужно, но к тезисам вы можете добавить специальные указания. Например, такие: переключить в этот момент слайд, сделать паузу для вопросов, ускорить или замедлить темп речи и другое. Это и есть режиссура слова. Только старайтесь прописать указания так, чтобы они не путались с тезисами.

Можно сделать таблицу по образцу этой:

Форма, в которой будет составлен план, должна быть удобной для оратора. Вы можете придумать свой способ или воспользоваться одним из предложенных:

1. Классический тезисный план

Выписываем тезисы по порядку на бумагу формата А4 или в тетрадь. Бумага не должна быть слишком тонкой. Пишите крупно и разборчиво, если текст печатный, выбирайте размер шрифта не меньше 14.

Я пользуюсь этим способом, когда готовлюсь к родительским собраниям в своём театральном коллективе. Тезисы записываю по порядку, пронумеровываю.

2. American style

В американском кино мы часто видим уверенных ораторов, которые держат в руках жёлтый стикер. Тезисы, записанные на маленьких карточках, не так заметны, но такая система удобна не всем.

Я пользуюсь таким планом, когда в речи не слишком много тезисов. На стикеры удобно записывать слова, которые побуждают говорить. Именно слова, а не длинные предложения.

3. Тезисный план-схема

Это план, построенный из графиков, схем и таблиц. Его удобно использовать в том случае, если ваши тезисы подразумевают подпункты, или необходимо выписать много дополнительных указаний.

По такому плану будет проще строить речь людям, обладающим техническим складом ума.

4. План-раскадровка

Пожалуй, самый оригинальный вариант тезисного плана. В нём тезисы не записываются, а зарисовываются. В театральных вузах так разбирают отрывки художественных произведений для экзамена по сценической речи. Это называется раскадровкой. Когда я зарисовываю событие, о котором рассказывается в тексте, оно оживает. Речь превращается в кинофильм.

Это весьма узко специализированный тип подготовки тезисного плана. Он пригодится вам, если вы хотите рассказать трогательную историю и заставить публику сопереживать.

Задание

Вы рассказываете сказку «Колобок». Попробуйте составить к ней тезисные планы разных видов.

Сторителлинг. Что такое рассказ?

Сейчас это слово обретает всё большую популярность. Сторителлинг используется в театре, маркетинге, публичных выступлениях. Тренинги и мастер-классы по этой теме собирают зрителей.

Давайте разбираться, что же такое этот модный сторителлинг.

Story переводится с английского как «история», tell – «рассказывать». В одном из вариантов перевода storytelling означает «рассказ».

Как правильно рассказывать истории?

Чтобы понять это, узнаем, что представляет из себя рассказ. Это речевой жанр, который повествует о случае, произошедшем с автором истории или с кем-либо другим. Вот классическая схема, по которой строится рассказ:

Поясим на примере.

– Однажды нам велели в классе написать сочинение на тему «Я помогаю маме». Я взяла ручку и стала писать. (Вступление.)

«Я всегда помогаю маме. Я подметаю и мою посуду», – написала я. Больше я не знала, что писать. А все вокруг строчили в тетрадках. (Завязка.)

И тогда я стала сочинять. Я написала, что стираю наши с мамой платья, простыни, занавески и скатерти. Моё сочинение стало лучшим в классе. Я была очень рада. (Развитие действия.)

Но радоваться пришлось недолго. Учительница прочла моё сочинение на родительском собрании, и мама всё узнала. Она была так удивлена, что в этот

же вечер попросила меня постирать наши огромные занавески. Я была в ужасе, но пришлось согласиться, чтобы не выдать себя. (Кульминация.)

Сначала я намыливала занавески по кусочкам, потом так же по кусочкам выжимала, но труднее всего было их повесить. (Спад действия.)

Целый день из занавесок лилась вода. Мама ходила по кухне в калошах, но, как ни странно, осталась довольна. (Развязка.)

«Ты замечательно выстирала занавески!» – сказала она. Я вздохнула с облегчением, но тут мама продолжила: «Завтра ты будешь стирать скатерти». (Заключение.)

Это был краткий пересказ рассказа Ирины Пивоваровой «Как я писала сочинение». Структура рассказа настолько глубоко укоренилась в головах людей, что история о любой бытовой ситуации зазвучит интересно, если будет правильно построена.

Историю о том, как я утром гуляла с сыном, можно рассказать так:

– Сегодня была плохая погода, мы оделись потеплее, взяли велосипед и пошли. Было много луж, мы все испачкались и вскоре собрались домой.

А теперь давайте действовать по структуре.

– Сегодня утром я выглянула в окно и поняла, что всю ночь шёл дождь. Лужи и слякоть были повсюду. (Вступление.)

Но лужи не помеха прогулке! Мы оделись потеплее, взяли велосипед и пошли. (Завязка.)

Мой сын был только рад такой погоде: он весело прыгал в самую грязь, а я старалась держаться подальше. (Развитие действия.)

Но долго прятаться не удалось. «Плюх!» – и я с ног до головы в грязи.
(Кульминация.)

Отругать ребёнка не получилось – слишком уж было смешно. (Спад действия.)

Но и гулять дальше было проблематично. И мы пошли домой. (Развязка.)

Такая вот грязная, но забавная вышла прогулка! (Заключение.)

Если вы хотите вставить в свою речь историю – реальную или выдуманную, – советую использовать такую структуру.

В какую часть своей речи можно вставить рассказ? Да практически в любую.

Во вступлении история поможет установить общность со слушателями. Во время обучения на втором курсе нам посчастливилось посетить театральный семинар. На нём выступали спикерами опытные режиссёры. Нам они казались недостижимыми звёздами. Один из режиссёров начал своё выступление с рассказа о том, как его чуть не выгнали с учёбы после первого семестра в театральном институте. Каждый из нас вспомнил свои первые трудности и радости обучения, и эта история сблизила нас со спикером.

Рассказ, вставленный в основную часть выступления, поможет вам обосновать свою точку зрения, привести правильный пример. Все помнят сказку «Приключения Буратино»? Мальвина учит его математике с помощью выдуманной истории-задачи:

– Предположим, что у вас в кармане два яблока. Некто взял у вас одно...

Рассказ в заключении выступления поможет утвердить идею, сделать итоговый вывод.

Повторите главную мысль в кульминации истории, и она лучше запомнится зрителям.

Стив Джобс не был гениальным оратором от природы, но его речи расходятся на цитаты. Одно из самых знаменитых его выступлений было адресовано выпускникам Стэнфорда. В заключение Джобс рассказал историю из своей юности:

– Когда я был молод, я прочитал удивительную публикацию The Whole Earth Catalog («Каталог всей Земли»), которая была одной из библий моего поколения. Её написал парень по имени Stewart Brand, живущий тут недалеко в Menlo Park. Это было в конце шестидесятых, до персональных компьютеров и настольных издательств, поэтому она была сделана с помощью пишущих машинок, ножниц и полароидов. Что-то вроде Google в бумажной форме, 35 лет до Google. Публикация была идеалистическая и переполнена большими идеями.

Steward и его команда сделали несколько выпусков The Whole Earth Catalog и в конце концов издали финальный номер. Это было в середине 70-х, и я был вашего возраста. На последней странице обложки была фотография дороги ранним утром, типа той, на которой вы, может быть, ловили машины, если любили приключения. Под ней были такие слова: «Оставайтесь голодными. Оставайтесь безрассудными». Это было их прощальное послание. Оставайтесь голодными. Оставайтесь безрассудными. И я всегда желал себе этого. И теперь, когда вы заканчиваете институт и начинаете заново, я желаю этого вам.

Оставайтесь голодными. Оставайтесь безрассудными.

Эта история вдохновляет и даёт мощный толчок слушателям. В ней звучит идея, которая сформулирована действенно, через глаголы (Оставайтесь голодными, оставайтесь безрассудными). При этом внутри самого рассказа не так много действия: описывается содержание журнальной публикации и её влияние на жизнь оратора.

Неотъемлемой частью хорошей истории является наличие героя, которому верит слушатель. Даже если этот герой вы сами, подумайте, что может заставить слушателя сопереживать вам. Чтобы герой ожил, нужно проработать детали: где работал, что у него болит, что ел на завтрак и т. д. Деталей должно быть достаточно, потому что в них заключается реальность происходящего.

Антипример

Моя ученица Таня боялась выступать. Когда мы поработали с ней полгода, она перестала бояться. Теперь Таня – отличный оратор!

Пример

Когда я впервые увидела Таню, это была очень «забитая» девушка. Она боялась даже посмотреть мне в глаза. Таня призналась, что сцена – это её ночной кошмар, но на работе нужно выступить перед всем отделом. Мы занимались дыханием, артикуляцией, голосом, делали упражнения, чтобы избавиться от страха сцены. Вчера Таня выступила перед коллегами. Она позвонила мне и сказала, что всё прошло отлично. Я верю, что у Тани впереди ещё много блестящих выступлений!

Детали очень важны для хорошего рассказа, но не увлекайтесь. Обилие лишних деталей затянет историю, зритель начнёт скучать.

Рассказ, как и вся речь, подчиняется принципу темы, фабулы и идеи. Но существует ещё несколько обязательных составляющих хорошей истории. Все они берут своё начало в сценаристике, режиссуре, теории драматургии.

Конфликт – это противостояние, которое движет историю. В противостояние с героем могут вступать разные силы. Это может быть конфликт по схеме: «человек – человек»; «человек – стихия»; «богатые – бедные»; «отцы – дети» и т. д.

В театральной режиссуре есть такое разделение конфликтов: прямой и скрытый. Прямой предполагает открытое противостояние. Он очень динамичен, наполнен действием. Такой конфликт характерен для комедий или трагедий.

Открытый конфликт в сторителлинге предполагает большое количество событий, динамичный темп речи и эмоциональность оратора.

Скрытый конфликт гораздо сложнее прямого, потому что он не предполагает большого количества действий. В ходе такого противостояния герои улыбаются друг другу, мило общаются, но между ними перманентно присутствует напряжение, которое в итоге выльется в непредсказуемую развязку. Скрытый конфликт – основа сложной драматургии. Его можно увидеть в пьесах А. П. Чехова, О. Уайльда, А. Вампилова. Как же воссоздать скрытый конфликт в своей истории? Такое повествование будет напряжённым, не слишком насыщенным событиями, оратор будет говорить в медленном темпе. Используйте скрытый конфликт, если хотите рассказать детективную историю. О том, как выстраивать своё выступление по этому принципу, мы скоро поговорим подробнее.

Ещё один элемент сторителлинга, который пришёл в него из театральной режиссуры, – это предлагаемые обстоятельства. Это всё, что окружает героя и толкает его к действию. В круг обстоятельств входят: страна, город и время, в которое живёт герой; его социальный статус; его семья и окружение; события, которые происходят в его жизни, и прочее. Если ваш герой вымышленный, продумайте предлагаемые обстоятельства. Если герой реален, упомяните о том, что толкнуло его на действия.

Вернёмся к истории про Таню.

Когда я впервые увидела Таню, это была очень «забитая» девушка. Она боялась даже посмотреть мне в глаза. Таня призналась, что сцена – это её ночной кошмар, но на работе нужно выступить перед всем отделом. Мы занимались дыханием, артикуляцией, голосом, делали упражнения, чтобы избавиться от страха сцены. Вчера Таня выступила перед коллегами. Она позвонила мне и сказала, что всё прошло отлично. Я верю, что у Тани впереди ещё много блестящих выступлений!

Я подчеркнула обстоятельства, которые толкнули Таню обратиться к педагогу-речевику. Их достаточно для понимания конфликта «Таня – общество» и цели героини. Можно добавить драматизма.

Когда я впервые увидела Таню, это была очень забитая девушка. Она боялась даже посмотреть мне в глаза. В личном разговоре девушка рассказала, что у неё было трудное детство. Таня из бедной семьи и в школе всегда была изгоем. Она призналась, что сцена – это её ночной кошмар, но на работе нужно выступить перед всем отделом. Мы занимались дыханием, артикуляцией, голосом, делали упражнения, чтобы избавиться от страха сцены. Вчера Таня выступила перед

коллегами. Она позвонила мне и сказала, что всё прошло отлично. Я верю, что у Тани впереди ещё много блестящих выступлений!

Теперь педагог по технике речи не только помог Татьяне научиться бесстрашно выступать на сцене, но и выполнил функцию психолога. Так предлагаемые обстоятельства дополняют и меняют смысл выступления. Прошу об одном: пользуйтесь ими только во благо!

Давайте подведём итог. Рассказ внутри выступления – это:

- 1) соблюдение семиступенчатой структуры с яркой кульминацией;
- 2) идея;
- 3) живой герой и его цель;
- 4) конфликт;
- 5) предлагаемые обстоятельства;
- 6) детали.

Умело рассказывать истории означает оживлять своё выступление.

Ключевое слово – «умело». Давайте поговорим о главных ошибках начинающего сторителлера.

История должна быть «в тему». Всегда задавайте себе вопрос: «Зачем я это рассказываю?» Поставьте себя на место аудитории и подумайте, какие чувства должна вызвать у неё история. Никогда не говорите, чтобы казаться смешнее, умнее, дружелюбнее и т. д. Думайте о слушателях, а не о себе.

Не нойте. Возможно, вы смотрели американский ситком «Друзья». Забавные ситуации, которые были там показаны, хотя и слегка преувеличены, но всё же

близки к реальной жизни. Одна из героинь долго готовится к выступлению на годовщине свадьбы родителей. Она мечтает переплюнуть собственного брата, чьи выступления каждый раз трогают гостей до слёз. Но её речь проваливается, потому что Моника слишком старается. Она говорит, как была бы счастлива сейчас их умершая бабушка, пускает по залу её фото, давит на гостей эмоционально, использует плаксивые интонации и т. п. Эта речь формально имеет цель – растрогать зрителя. Но фактически героиня старается не ради гостей, а ради себя. Ей хочется выглядеть хорошо перед родителями, превзойти в мастерстве брата.

Никогда не жалуйтесь в своих историях! В лучшем случае ваше выступление станет скучным, в худшем же аудитория будет вспоминать вас как нытика, который всё время жаловался на тяжёлую жизнь.

Говорите на понятном слушателям языке. На театральном семинаре, о котором я уже говорила, выступал знаменитый режиссёр театра и кино. Я не буду называть фамилию, скорее всего, вам она знакома. Его задачей было дать совет начинающим режиссёрам. Каково же было наше удивление, когда этот человек рассказал жалостливую историю о том, как тяжело работать режиссёру, когда государство выделяет на постановку спектакля всего 200 тысяч рублей. Видно было, что ситуация действительно возмущает оратора, что он искренне болеет за искусство. Но проблема в том, что его аудитория состояла из молодых людей, которые выпрашивают реквизит для спектаклей в социальных сетях, а иногда и ищут на помойке. Я не помню, о чём ещё говорил режиссёр, речь была длинной, но после в коридорах было слышно только возмущённое: «Зажрался! Не пойду на его спектакль!»

Все эти ошибки упираются в одно правило: рассказывать не для себя, а для слушателей. И будьте искренни! Рассказ – это шанс открыться аудитории, не упускайте его!

Задание

Расскажите о самом ярком событии последней недели. Используйте структуру рассказа.

Сторителлинг как способ подготовки речи

Сторителлинг – обширное явление. Вы уже знаете, что он широко используется не только в искусстве публичных выступлений, но и во многих других сферах. Сторителлинг – это способ донести информацию.

Давайте разберёмся, как можно построить всю свою речь по принципу рассказывания истории.

Миф. Путь героя. В гору или вниз?

Структура мифа восходит своими корнями к древности. Его признаками являются:

- История подвига.
- Героями становятся мистические существа.
- Это история о рождении мира: в мифе говорится о происхождении особенностей поведения человека, его навыков и установок.
- Подаётся не как фантастическая, а как подлинная история.
- Присутствует сакральность, что делает историю особенно вдохновляющей.

Структура мифа широко используется в культуре всех наций – от народных сказаний до голливудских фильмов. Он проник и в наше подсознание: Джозеф Кэмпбелл в своей книге «Тысячеликий герой» доказывает, что даже наши сны построены по принципу мифа.

Кэмпбелл же является автором термина «мономиф». Это сказание о путешествии героя, который проходит определённые этапы:

1. Герой слышит призыв или чувствует его.
2. Он покидает свой дом.
3. С помощью наставника герой пересекает границу обычного мира и переходит в мир мистический.
4. На пути герой встречает много испытаний, ему трудно, но он преодолевает их.
5. Герой побеждает главного злодея, возвращается домой. Со своим возвращением он принесёт что-то обществу: сокровища, пользу, осознание нового и так далее.

История, построенная по принципу мономифа, держит слушателя в напряжении. По такой структуре может построить своё выступление наш старый знакомый Иван Иванович. Он расскажет о своём трудном пути к документоведению, о том, какие препятствия ему пришлось преодолеть на пути к вакансии мечты. По такому же сюжету может строиться речь, посвящённая становлению компании.

Про путь героя можно рассказывать не только в форме мономифа. Другая структура повествования называется «гора». Такая история тоже похожа на миф: она так же линейна, насыщена событиями, во главе всё тот же герой, преодолевающий препятствия. Но в мифе герой обязательно побеждает своего дракона. Для «горы» характерен другой финал: герой терпит поражение. Такая история показывает, что путь пройден не напрасно, даже если ожидаемый результат не получен. «Гора» – это надежда для тех, кто боится открыто рассказывать о своих трудностях. Воспользуйтесь такой схемой, если вам нужно рассказать людям о своём промахе. Главное, что здесь нужно сделать, – это вытащить из своего провала смысл.

Конец ознакомительного фрагмента.

notes

Примечания

1

@oratoriia – название моего блога в Инстаграм.

2

Подробнее про прямые и риторические вопросы поговорим с вами в отдельной главе.

Купить: https://tellnovel.com/smirnova_yuliya/govori-ne-boysya-iskusstvo-publichnyh-vystupleniy

надано

Прочитайте цю книгу цілком, купивши повну легальну версію: [Купити](#)