

КАК СДЕЛАТЬ ПУБЛИЧНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ ИНТЕРЕСНЫМ И УВЛЕКАТЕЛЬНОМ?

Окончание (начало в РФК 2007;4:115–116)

И.В. Поморцева

Кандидат медицинских наук, доцент, мастер делового администрирования

Бизнес – тренер - консультант

*Три составляющих необходимы для убеждения человека:
логос (факты), пафос (эмоции) и этос (доверие).*

Аристотель

На успех публичного выступления работают три составляющих: содержание, оформление и стиль. Стиль – это баланс формы и содержания, т.е. рациональных и эмоциональных компонентов. Именно эмоциональная окраска презентации сделает Ваше выступление особенным, запоминающимся. Докладчик обязательно должен обладать эмоциональным интеллектом (EQ), что означает умение понимать, демонстрировать, отражать не только свои, но и чужие эмоции и управлять ими. EQ не менее важен, чем широко принятый IQ. Известный русский философ и публицист Н.А. Бердяев точно подметил, что происходит со словами, когда отсутствует баланс IQ и EQ: «Пустые, утерявшие реальный смысл слова не подпускают людей друг к другу. Мы хотели бы понять друг друга, но слова не пускают».

Эмоциональная окраска профессионального выступления складывается из многих составляющих (мимики, жестов, речи, ярких примеров, цитат, историй и т.д.), но начинается она с доверия к Вашим словам и, прежде всего, лично к Вам. Поэтому очень важно суметь расположить аудиторию к себе с первого взгляда и передать ей полное ощущение своего профессионализма, своей социальной значимости. Аудитория, прежде чем начать Вас слушать, оценивает Ваши внешность, поведение, одежду. Еще до того как Вы начинаете говорить, у слушателей формируются первые впечатления о Вас (это «нулевая» фаза презентации). Вы еще молчите, а Ваши осанка, манера держаться и лицевая экспрессия уже «общаются» с аудиторией. Какой бы ни была тема Вашего выступления, презентуете Вы, в первую очередь, себя. Именно поэтому особенно важны для установления контакта с аудиторией первые минуты Вашего выступления.

Абсолютные уверенность и невозмутимость едва ли возможны в такой ситуации. Однако стараться выглядеть спокойным просто необходимо. Никакие сомнения, волнения, страхи не должны «показываться на люди». Только демонстрация удвоенной уверенности поможет Вам успешно выступить. Поведение оратора должно напоминать чем-то «утиное плавание»: снаружи – безмятежное скольже-

ние по зеркальной поверхности воды. А под ней – неистовая работа.

Чтобы спланировать общую длительность публичного выступления и отдельных его частей, необходимо определить баланс времени между частями. Желая произвести впечатление сказанным, всегда важно помнить, что чем больше говоришь, тем скорее производишь впечатление заурядного и даже занудного человека. Но даже при произнесении банальностей Вы будете выглядеть оригинальным, если Ваша речь будет ясной, четкой, и тем более, если Вы чего-то недоговорите.

Именно поэтому важно всегда укладываться в запланированный регламент. Затягивая выступление, Вы нарушаете планы слушателей и других выступающих. Этим легко вызвать потерю внимания, скуку и раздражение.

Важно: если Вам отведено 20 минут, завершите выступление через 19.

Знание техники аргументации помогает профессиональному лектору правильно использовать силу доказательств и быть убедительным. Но надо помнить, что количество аргументов не всегда переходит в качество убеждения. Поэтому лучше выбрать те из них, которые действительно будут иметь вес в глазах аудитории. В том же случае, если лектор использует слишком большое количество аргументов, то может возникнуть впечатление, что он за что-то оправдывается. Если Вы хотите использовать три аргумента, неравнозначные по силе, то начальный и завершающий аргументы должны быть наиболее вескими.

Если Вы упоминаете только свои аргументы «за», то аудитория может усмотреть в этом односторонний и предвзятый подход.

Если Вы знаете, какие возражения могут возникнуть, заранее прокомментируйте их в своем выступлении. Можно сказать: «... да, здесь могут быть возражения» или «возможно, кто-то захочет возразить». И тогда именно эти возражения, скорее всего, уже не прозвучат. Не пытайтесь скрывать наиболее очевидные аргументы «против».

Сила убеждения должна достичь своего апогея прежде, чем внимание слушателей начнет уменьшаться.

Очень важно при повторении главной идеи выступления подключать разные интонации. Помните, что тройное повторение лектором главного тезиса гораздо эффективнее одинарного. Эффект дает и повторение ключевых идей с добавлением конкретных деталей, усиливающих этот аргумент. Постоянное же повторение главного тезиса придает выступлению направленность и сосредоточенность. Заранее отточите ключевые высказывания.

Для систематизации речевого мышления очень важны ключевые слова. Когда ребенок учится писать, он обычно проговаривает то, что пишет. Если Вам удалось удачно подобрать ключевые слова, то они сами по себе будут настраивать Вас и аудиторию на нужную тему, включая нужные цепочки ассоциаций. Известный писатель, философ Карлос Кастанеда очень точно заметил: «... ты вспоминаешь одно. Оно тянет за собой другое. Одно ключевое слово – и все вываливается на тебя, как из переполненного шкафа, дверца которого не выдержала». Ключевые слова и фразы составляют основу свободного построения речи.

1. Физиологи доказали, что возможности людей по восприятию речи ограничены объемом кратковременной памяти. Объем кратковременной памяти определяется «магическим» числом Миллера – 7 ± 2 , то есть именно такое количество структурных единиц информации составляет ее возможности. В кратковременной памяти происходит первичная обработка информации и ее перекодирование, после чего информация в несколько измененном виде передается в долговременную память. Соответственно, для лучшего усвоения материала структурная сложность высказываний не должна превышать объема кратковременной памяти – 7 ± 2 . Если Вы хотите, чтобы Вас понимала и воспринимала аудитория, постарайтесь говорить не слишком быстро, короткими (не более 13-15 слов), несложными предложениями. При построении фраз фактор вложенности оборотов не должен превышать 2. Речь должна строиться в соответствии с известной аббревиатурой «KISS» (keep it simple & short). В русском языке аналог этой аббревиатуры – коротко и ясно (КиЯ). Микропауза в речи повышает внимание аудитории. Ключевые фразы произносите чуть медленнее, выделяя их интонацией; наиболее важные элементы своего выступления выделяйте легкой паузой в начале и в конце.

Способ научиться говорить красиво и понятно разработан психологом К. Гофманом. Он содержит четыре основных принципа.

- I. Простота (простые предложения, понятная терминология, отсутствие аббревиатур в речи, пояснения к сложным словам и словам иностранного происхождения).
- II. Упорядоченность (логические мостики в презентации, паузы, выводы, помогающие аудитории не терять нить изложения; комментарии, помогающие отличить существенное от несущественного).

III. Краткость и точность (отсутствие ненужной детализации, емкие выражения, отсутствие телеграфного стиля).

IV. Стимулы восприятия (наглядные иллюстрации, отсутствие монотонной речи, личностное отношение к обсуждаемым вопросам).

Опытные ораторы искусно вплетают в свои речи иллюстрирующие истории. Подобные истории должны обладать энергией, чтобы «заряжать» аудиторию.

Однако речь – хотя и очень важный, но лишь отдельный фрагмент той картины, которой Вы должны покорить аудиторию. Главная сила Вашей убедительности заключается во взглядах, мимике, позе и жестах. Один из самых значительных невербальных контекстов – лицевая экспрессия. Слушатели будут смотреть на лицо выступающего 70% всего времени, если его речь их захватывает, и только 30% – если им скучно. Лицевая экспрессия – упаковка Ваших слов, которую слушатели отслеживают в течение почти всего времени Вашего выступления. Помните, что улыбка – это приглашение к общению. Периодически сознательно контролируйте выражение своего лица.

Одним из самых важных видов невербального общения является зрительный контакт. Взгляд выступающего не должен метаться по аудитории, но и не должен фиксироваться на ком-то из слушателей. В малой аудитории (до 20 человек) Ваше выступление должно состоять из фрагментов 3-10 секундных зрительных контактов с каждым слушателем. Аудитория ревнива и не любит, когда взгляд выступающего фиксируется на ком-то одном. Большую аудиторию необходимо мысленно поделить на несколько зон и поочередно обращаться к ним, выражая зрительный контакт движениями головы и туловища. Общаясь с большим залом, не обделяйте вниманием передние ряды. Взгляд не должен идти над головами слушателей. Периодически смотрите на передние ряды, чтобы в зале не образовались «мертвые зоны». Взгляд «глаза в глаза» не должен длиться больше 20 секунд. Используйте руки как эффективный инструмент невербального разговора с аудиторией. Используйте фокусирующие и структурирующие жесты. Избегайте как закрытых поз, так и размашистых движений.

Поза выступающего – еще один важный элемент невербального общения с аудиторией. Авторитарная поза – симметрична. Коммуникативная поза – асимметрична. Симметрия связывается с устойчивостью, стабильностью, целеустремленностью, властью и авторитетом. Асимметрия – это динамика, шаг навстречу, готовность к изменениям. Для установления эффективного контакта с аудиторией больше подходит чередование асимметричной позиции с авторитарной. Движения же без причины воспринимаются как признак нервозности. Ваши перемещения перед слушателями должны следовать логике выступления. Соизмеряйте элементы невербального поведения со своей ролевой позицией и с конкретной ситуацией.