

АЛЕКСАНДР СУДАРКИН ■

# 51 ПОДСКАЗКА ОРАТОРУ

ПОЛЬЗУЙТЕСЬ КНИГОЙ  
ПРЯМО НА ВЫСТУПЛЕНИИ  
КАК ШПАРГАЛКОЙ  
ИЛИ КАК ЗАПИСНОЙ  
КНИЖКОЙ — ПОСЛЕ КАЖДОЙ  
ПОДСКАЗКИ ЕСТЬ МЕСТО  
ДЛЯ ЗАМЕТОК

# ВПЕЧАТЛЯЮЩАЯ РЕЧЬ



**Александр Сударкин**  
**Впечатляющая речь.**  
**51 подсказка оратору**  
**Серия «Практика лучших**  
**бизнес-тренеров России»**

*pdf предоставлен правообладателем*

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=23588658](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=23588658)*

*Александр Сударкин Впечатляющая речь. 51 подсказка оратору:*

*ISBN 978-5-496-02524-9*

### **Аннотация**

У вас выступление, а времени на подготовку совсем нет? Нужно объяснять сложные вещи простым языком? Вы мечтаете управлять вниманием аудитории и чувствовать себя на сцене как рыба в воде? Значит, эта книга для вас.

В ней вы найдете короткие, но действенные подсказки, которые применяют профессиональные ораторы. Возьмите ее с собой и используйте прямо на выступлении – как шпаргалку или даже как записную книжку (мы специально оставили после каждой подсказки место для заметок).

Рекомендуем всем, кто регулярно выступает публично и кому по роду деятельности необходимо в совершенстве владеть навыками коммуникации.

# Содержание

Введение	5
Раздел I	8
1. Определите цель своего выступления	8
2. Определите общие с аудиторией точки и их ключевые ценности	9
3. Определите болевые точки аудитории	10
4. Узнайте, кто будет вас слушать – однородная аудитория или несколько разных групп	11
5. Определите, какие вопросы являются спорными для слушателей	12
Конец ознакомительного фрагмента.	13

# Александр Сударкин

## Впечатляющая речь

### *51 подсказка оратору*

Серия «Практика лучших бизнес-тренеров России»

© ООО Издательство «Питер», 2017

© Серия «Практика лучших бизнес-тренеров России»,  
2017

\* \* \*

# Введение

«Мне скоро выступать, а как подготовить речь, я не знаю. Помогите!» – с такой просьбы часто начинается моя работа консультанта по публичным выступлениям. В современном мире поток информации зашкаливает, переполняя все доступные нам каналы восприятия. «Фейсбук» и другие соцсети, блоги, новостные ленты, рассылки, телевидение и радио – все они ведут борьбу за внимание человека. И когда вы готовитесь выступить (с докладом, речью или презентацией), то, кроме собственно информации, вам нужно научиться готовить свое выступление так, чтобы оно привлекало внимание, чтобы вас запомнили, чтобы речь затронула эмоции тех, кто пришел вас послушать. Некоторые люди умеют это делать от природы, но большинство из нас вынуждены учиться выступать!

Выступать публично приходится многим – руководителям и начальникам всех уровней, политикам, адвокатам, журналистам, инженерам, учителям, врачам, студентам и даже школьникам. Навыки выступления со сцены можно и нужно тренировать с раннего возраста, ведь именно умение формулировать свои идеи, заечь ими других людей и приводит к движению вперед. Мы мало что способны сделать в одиночку, но если вы научитесь увлекать людей своими речами – вы сможете достигать целей быстрее и легче.

Распространенное заблуждение многих людей, которые только начинают выступать со сцены, звучит так: «Главное, чтобы содержание было хорошим. Текст речи нужно подготовить, насытить данными, загрузить цифрами. А над стилем можно не работать, да и некогда». Безусловно, содержание выступления имеет значение и вы должны быть подготовлены. Но ведь можно было бы просто раздать текст участникам, зачем же выступать? Ответ прост: стимул изменить что-либо для слушателей создаст прежде всего их отношение к тому, что они услышат. Даже в самом простом тексте можно расставить смысловые акценты несколькими способами. А вы знаете, какой смысл вынесут слушатели из вашего текста, если просто прочтут его? Ведь мы все разные, у нас разные фокусы внимания, да и информацию мы воспринимаем тоже по-разному. Вот зачем вы выходите на сцену!

Когда мы вместе с клиентами готовимся к выступлению, то еще до начала работы над текстом собираем информацию: какова аудитория слушателей? Зачем им слушать ваше выступление? Каких целей вы хотите достичь? Какие у аудитории ценности и болевые точки? Знание ответов на эти вопросы поможет работать над текстом, а затем и над способами его донесения. Одну и ту же информацию можно преподнести совершенно по-разному – в этом и заключается искусство оратора. Когда мы переходим к стадии подготовки текста, а затем начинаем репетиции, текст «настраивается» именно для тех слушателей, кому он предназначен.

В этой книге приведена 51 подсказка – каждая из них позволяет улучшить качество выступления. Изучив и отработав все, вы выступите так, что после вашей речи слушатели будут выходить со словами: «Вот это да! Я даже не думал, что суть заключается именно в этом! И как красиво было сказано – я даже записал несколько мыслей. Ну, теперь все понятно!»

Успех современного человека заключается не только в качественной работе за пределами сцены, но и в умении донести результаты вашего труда до людей, которые заинтересованы в вашей работе: в вашем выступлении в суде, в результатах сделки или способах реализации партийной программы, в реферате или научном открытии. Вдохновения вам и заинтересованных слушателей! И давайте приступим к работе над вашим выступлением.

# Раздел I

## Подготовка выступления

### 1. Определите цель своего выступления

Зачем вы выступаете? Что будет хорошим результатом для вас? А для участников? Учтите, что сам по себе факт выступления не является целью. Чтобы сформулировать цель, вы можете ответить на такой вопрос: «Какую задачу вы помогаете слушателям решить с помощью своего выступления?» Может быть, вы предоставите им новые факты для того, чтобы справиться с существующей проблемой, может быть, дадите мотивацию к каким-то изменениям? Иногда нужно просто показать существование проблемы, о которой слушатели даже не подозревали.

Понимание цели выступления помогает вам удерживать структуру речи и выстраивать презентацию связным и логичным образом. Четкое очерчивание цели помогает запустить у слушателей мотивацию достижения, когда они более четко представляют, к какому результату придут, если будут вас активно и с интересом слушать.



## **2. Определите общие с аудиторией точки и их ключевые ценности**

Как сделать так, чтобы вас слушали? Довольно просто: нужно стать для слушателей «своим парнем». Дайте им понять, что вы разделяете их цели, ценности, понимаете то, что для них является важным.

Используйте фразы, абстрактные понятия, которые часто встречаются в речи представителей вашей аудитории. Так вам не придется углубляться во все детали и нюансы всего перечня ценностей и целей слушателей. По крайней мере это не будет необходимым условием для того, чтобы подготовить выступление.

Вы можете узнать, что для слушателей является важным, поговорив с некоторыми участниками до написания речи или прямо в ходе подготовки выступления. В крайнем случае про ценности аудитории может рассказать ваш организатор. Выпишите три цели своего выступления и три ценности аудитории и несколько раз в ходе выступления ссылайтесь на них, подчеркивая их важность и для вас тоже.

### **3. Определите болевые точки аудитории**

Готовясь к выступлению, узнайте, зачем слушателям вообще решать описываемые вами задачи, то есть разубедите, какие проблемы есть у слушателей сейчас из-за того, что они вас еще не слушали. Любая информация, озвученная вами, будет лишь сухими фактами, если она не поможет слушателям справиться с чем-то, решить что-то, избавиться от чего-то неприятного (имеются в виду нерешенные задачи, неудовлетворенные требования, невысказанные потребности).

Активизируя болевые точки аудитории, то есть затрагивая их в своей речи, вы подчеркиваете важность решения этих проблем с помощью своего выступления и запускаете у аудитории второй из двух основных типов мотивации – мотивацию избегания.

## **4. Узнайте, кто будет вас слушать – однородная аудитория или несколько разных групп**

Аудитория состоит из разных людей с разными ценностями. Но в любом случае можно выделить одну или несколько групп, объединенных каким-либо общим признаком. Это позволит вам лучше подготовиться к выступлению, четче понять, с какими сообщениями обращаться, к каким ценностям и убеждениям людей апеллировать.

Если аудитория однородная (например, ваши клиенты), можете обращаться к ним как к единому целому, учитывая их ценности и цели в общем. Если аудитория состоит из нескольких групп, придется готовиться практически к двум выступлениям: учитывать разные ценности и цели и продумывать способ, как в ходе выступления привести каждую группу к одному и тому же результату.

## **5. Определите, какие вопросы являются спорными для слушателей**

Часто, выступая перед определенной аудиторией, оратор сталкивается с тем, что отношение к некоторым вопросам неоднозначное. Споры по этим вопросам не прекращаются, потому что единого ответа, который бы удовлетворил всех, нет. Такие темы обязательно нужно знать заранее. Если вашей целью не является обсуждение именно этих вопросов (например, если вы модератор дискуссии), лучше всего их не касаться. Тогда вам не придется вместо презентации своей идеи мирить группы слушателей с противоположными мнениями. Стоит лишь затронуть спорный вопрос – участники мгновенно отвлекутся от того, что вы им собирались предложить, и займутся привычным делом – начнут спорить. С вами в данном случае.

# 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.