

УДК 808.5
ББК 80.7
С50

Смирнова, Ю.

С50 Говори, не бойся! Искусство публичных выступлений / Ю. Смирнова. – Москва: Издательство АСТ, 2020. – 256 с. – (Нонфикшн рунета).

ISBN 978-5-17-117454-5

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 @oratoriii. 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!

УДК 808.5
ББК 80.7

ISBN 978-5-17-117454-5

© 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.

плин. 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 нач-

нём 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 жестикулировать в Storis» 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 выносятся 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 потеть 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 слу-

шателей, и вас самих. Такая речь похожа на запутанный рассказ подруги 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...