

Министерство культуры Республики Крым

ГБУК РК «Крымская республиканская библиотека для молодежи»

# КАК СДЕЛАТЬ ВЫСТУПЛЕНИЕ ПЕРЕД АУДИТОРИЕЙ УСПЕШНЫМ

Методические рекомендации

Симферополь, 2020

**Министерство культуры Республики Крым**

**ГБКУ РК «Крымская республиканская библиотека для молодежи»**

# **Как сделать выступление перед аудиторией успешным**

**Методические рекомендации**

**Симферополь, 2020**

ББК 78.0  
80.7  
К16

Как сделать выступление перед аудиторией успешным : методические рекомендации [Текст] / Мин-во культуры Респ. Крым, ГБУК РК «Крымская республиканская библиотека для молодежи» ; [сост. О. В. Ершова ; отв. за выпуск А. А. Подшивалова]. – Симферополь : ГБУК КРБДМ, 2020. – 46 с.

В рекомендациях обозначены основные ошибки на выступлении и пути их решения. Дана характеристика аудитории по нескольким параметрам и особенности выступления перед ними.

Для библиотекарей и всех желающих повысить ораторское мастерство.

Составитель: О. В. Ершова

Ответственный за выпуск: А. А. Подшивалова

© ГБУК РК Крымская республиканская  
библиотека для молодёжи

## Содержание

---

Небольшое вступление	5
Типы аудитории	6
Причины неудачных выступлений	22
Идеи успешного начала вступления	26
Юмор в публичном выступлении	31
Завершение речи: 9 эффектных приемов	33
Мнемотехника: запоминаем речь выступления	36

---

## *Небольшое выступление*

---

Библиотекари постоянно сталкиваются с публичными выступлениями, проводя мероприятия. Однако не всегда удастся провести хорошее мероприятие по ряду причин (по мнению библиотекаря): невнимательная аудитория, компьютер не захотел «показывать» презентацию, не тот свет, шум за окном.

В большинстве случаев мы сами виноваты: стресс и страх, которые мы не умеем контролировать, не умеем подобрать нужные слова для завоевания внимания публики, и еще множество факторов, которые зависят только от нас: это и наш голос, и внешний вид, и жесты с мимикой, наше умение грамотно говорить тоже здесь играет роль. Все это достигается только путем саморазвития и самосовершенствования. Следует всегда анализировать свое выступление, с каждым разом прощаясь все с большим количеством «вредных привычек».

Среди библиотекарей есть много мастеров своего дела. Но можно быть уверенным, что это не далось им так просто. Оказавшись впервые перед аудиторией, не все могут сразу сориентироваться по обстоятельствам, которые могут перечеркнуть все хорошее. Поэтому данные рекомендации предназначены не столько научить успешному выступлению, сколько помочь приобрести уверенность в себе. Читайте, тренируйтесь, выступайте. Все получится!

## Типы аудитории

---

Организуя мероприятие, библиотекарь обязан учитывать то, какая аудитория будет присутствовать. Сразу падает рейтинг, если к старшеклассникам библиотекарь обратится фразой: «Здравствуйте, ребята!». Для каждого типа аудитории существуют свои требования.

Аудитория, которая может являться предметом речевого воздействия, подразделяется на разные типы, основные из которых следующие<sup>1</sup>.

### По размеру:

- большая,
- небольшая.

### По возрасту:

- детская аудитория (дошкольная и младшая школьная);
- подростковая аудитория;
- молодежная аудитория;
- аудитория среднего возраста (взрослые);
- аудитория старшего возраста (пенсионного возраста).

### По гендерному признаку:

- мужская аудитория;
- женская аудитория.

### По отношению к оратору и воспринимаемой информации:

- позитивно (благожелательно) настроенная аудитория;
- сверхактивная, сопереживающая аудитория;
- равнодушная (потенциальная) аудитория;
- негативная аудитория.

### По уровню подготовленности:

- хорошо подготовленная;
- подготовленная;
- малоподготовленная аудитория.

---

<sup>1</sup>URL: [http://sterninia.ru/files/757/4\\_Izbrannye\\_nauchnye\\_publicacii/Rechevoe\\_vozdejstvie/Faktor\\_adresata-v\\_rechevom\\_vozdeistvyi.pdf](http://sterninia.ru/files/757/4_Izbrannye_nauchnye_publicacii/Rechevoe_vozdejstvie/Faktor_adresata-v_rechevom_vozdeistvyi.pdf)

По уровню образованности:

- высокообразованная;
- малообразованная.

По профессиональному признаку:

- представители точных наук;
- гуманитарии;
- учащиеся;
- работающие;
- руководители;
- творческая интеллигенция;
- государственные чиновники;
- военные и т.д.

По степени однородности:

- однородная;
- разнородная аудитория.

Про типу психики:

- ригидная;
- гибкая аудитория.

По умению понять смысл сообщения:

- хорошее понимание;
- удовлетворительное понимание;
- неудовлетворительное понимание;
- непонимание главной мысли.

По степени понимания текста:

- слушатели, воспринимающие без понимания;
- понимающие тему и предмет сообщения;
- понимающие содержание и овладевающие содержанием.

По статусу:

- руководители,- подчиненные.

## *Речевое воздействие на разные типы аудитории*

### 1. Размер аудитории большая/небольшая аудитория.

Особенности *большой* аудитории. Большой обычно считается аудитория более 30 человек. В большой аудитории выступать легче всего (как это ни парадоксально на первый взгляд). Почему? По целому ряду причин. В большой аудитории всегда царит несколько приподнятое настроение – сам факт сбора большого количества людей создает обстановку приподнятости. Это, в свою очередь, облегчает воздействие на такую аудиторию – она обычно не настроена критически. Большая аудитория охотнее верит оратору, чем маленькая<sup>2</sup>.

П. Сопер писал: «В массе человек склонен скорее поддержать предложение, чем переживать тягостное сознание, что он «уходит в кусты». Большая аудитория как бы думает: «Раз мы вместе, мы не ошибемся».

С большой аудиторией:

- По возможности говорить следует с возвышения, вас должно быть хорошо видно.
- Необходима краткость. Большая аудитория – самая нетерпеливая и быстро устает.
- Речь должна быть яркой, фразы должны быть броскими.
- Ориентироваться следует на низкий уровень слушателей, говорить просто, если не сказать примитивно.
- Предпочтительнее индуктивная подача материала.
- Эмоциональность оратора должна быть выше средней.
- Необходимо предлагать четко и просто сформулированные решения.
- Не нужно много и тщательно аргументировать.
- Не следует призывать аудиторию «Давайте подумаем», следует сразу говорить, что надо думать.
- Излагать и развивать одну точку зрения, аргументировать одну мысль.
- Говорить короткими фразами, афористично.
- Следить, чтобы не было душно.

---

<sup>2</sup> URL: [http://sterninia.ru/files/757/4\\_Izbrannye\\_nauchnye\\_publicacii/Rechevoe\\_vozdejstvie/Faktor\\_adresata-v\\_rechevom\\_vozdejstvyi.pdf](http://sterninia.ru/files/757/4_Izbrannye_nauchnye_publicacii/Rechevoe_vozdejstvie/Faktor_adresata-v_rechevom_vozdejstvyi.pdf)



- Допускать некоторый шум, он неизбежен<sup>3</sup>.

Особенности *небольшой* аудитории. Небольшой считается аудитория, не превышающая 25-30 человек. Выступая перед небольшой аудиторией, следует иметь в виду, что она всегда настроена более критично, чем любая большая аудитория, поэтому выступать в такой аудитории сложнее.

С небольшой аудиторией следует учитывать следующие факторы:

- Выступать с трибуны только в случае крайней необходимости. Лучше сойти вниз к слушателям.
- Лучше всего отказаться от микрофона.
- Если слушатели рассеяны в зале, подойти к ним поближе.
- Хотя для библиотекарей это и важно, но все же не следует просить слушателей пересесть на первые ряды. Если большинство зрителей сели назад, то лучше самому подойти к ним. Оставшихся впереди пару человек пригласить пересесть назад. Так вы пойдете на уступки и расположите к себе аудиторию. Естественно, это все по ситуации и наличию таковой возможности.
- Выступление должно напоминать беседу, следует избрать стиль общения, близкий к разговорному.
- Аргументировать свои идеи надо тщательно и подробно.
- Эмоциональность выступления должна быть весьма умеренной.
- Возможна как индуктивная, так и дедуктивная подача материала.
- Следует приглашать аудиторию к размышлению.
- Необходимо выносить на обсуждение конструктивные предложения.

## 2. Возрастные особенности аудитории.

*Детская* и *подростковая* аудитория. Основные особенности детской аудитории<sup>4</sup>:

-эмоциональная непосредственность;

---

<sup>3</sup> URL: [http://sterninia.ru/files/757/4\\_Izbrannye\\_nauchnye\\_publicacii/Rechevoe\\_vozdejstvie/Faktor\\_adresata-v\\_rechevom\\_vozdejstvyi.pdf](http://sterninia.ru/files/757/4_Izbrannye_nauchnye_publicacii/Rechevoe_vozdejstvie/Faktor_adresata-v_rechevom_vozdejstvyi.pdf)

<sup>4</sup> URL: [http://sterninia.ru/files/757/4\\_Izbrannye\\_nauchnye\\_publicacii/Rechevoe\\_vozdejstvie/Faktor\\_adresata-v\\_rechevom\\_vozdejstvyi.pdf](http://sterninia.ru/files/757/4_Izbrannye_nauchnye_publicacii/Rechevoe_vozdejstvie/Faktor_adresata-v_rechevom_vozdejstvyi.pdf)

-неусидчивость;  
-быстрая утомляемость;  
-высокая заражаемость, страсть к копированию;  
-предпочтение событийного изложения, хорошо понимают только его;  
-непонимание подтекста высказываний, непонимание иронии  
(приблизительно до 12-13 лет);

-любовь к наглядности, яркости, зрелищности;  
-нетерпимость к длиннотам;  
-упорство в отстаивании своих вкусов, требуют их уважения;  
-любят «рыжих клоунов», то есть людей с отклоняющимся поведением<sup>5</sup>.

С 12-13 лет наблюдается кризис в общении со взрослыми, требуют отношения к ним как к взрослым; тяга к подробностям взрослой жизни; большее доверие к устно сказанному; постоянное ожидание внимания к себе и одобрения своей деятельности.

С такой аудиторией наиболее эффективным будет:

- Рассматривать только один вопрос.
- Выступать кратко.
- Чаще хвалить отдельных слушателей и аудиторию в целом.
- Избегать намеков, подтекста, все мысли формулировать развернуто, «словами».
- Опирается на конкретные события.
- Изложение строить как последовательность событий.
- Максимально использовать средства наглядности.
- Демонстрировать выраженную эмоциональность.
- Не говорить медленно, темп речи должен быть достаточно высоким.
- Выводы формулировать в открытой словесной форме.
- Давать аудитории периодически отдохнуть и расслабиться.

---

<sup>5</sup> Там же

*Молодежная* аудитория отличается значительной спецификой. Ее характеризуют:

- бездзаботность;
- необремененность житейскими проблемами;
- слабая развитость способности к логическому мышлению;
- эмоциональное восприятие преобладает над рациональным;
- неприязнь к наставлениям, прямым назиданиям;
- стремление к «критиканству» (огульная критика без конкретных предложений);
- максимализм в суждениях и оценках;
- болезненная чувствительность к противоречиям, неправде;
- податливость к внушению, манипулированию;
- страсть к победам, внимание к победителям;
- тяга к новизне, новому;
- любопытность;
- интерес к проблемам литературы, искусства, музыки;
- интерес к морально-этическим проблемам;
- любовь к личностной интерпретации фактов;
- стремление к опоре на конкретные факты;
- низкий уровень внимания;
- высокий уровень доверия к информации, воспринимаемой на слух;
- доверие к мнениям сверстников;
- любовь к яркости, зрелищности, наглядности;
- легкость эмоционального заражения;
- легко теряют нить повествования;
- в споре незаметно для себя переходят от темы к теме, от факта к факту;
- любят юмор, шутки;
- ценят веселых людей;
- ждут понимания проблем молодежи от старшего поколения, от взрослых;

-резко отрицательно относится к тем, кто пытается выгораживать кого-либо, скомпрометированного общественным мнением;

-любят и лучше понимают быструю речь.

Существует дифференциация и самой молодежной аудитории. Выделяют три группы молодежи: 18-25 лет – высокое развитие мышления, памяти, низкое внимание; 26-29 лет – более низкое развитие мышления и памяти, высокое внимание; 30-33 года – высокое развитие памяти, мышления и внимания. После 33 лет наблюдается постепенное угасание всех интеллектуальных функций, если человек не занимается профессиональной деятельностью, связанной с постоянным умственным трудом.

С молодежной аудиторией следует:

- Использовать дедуктивную подачу материала (для аудитории старше 25 лет), индуктивную (до 25 лет).

- Рассматривать один-два вопроса, не больше.

- Темп речи должен быть достаточно быстрый.

- Говорить кратко.

- Избегать прямых назиданий, словесных морально-оценочных рекомендаций в адрес аудитории.

- Использовать преимущественно эмоциональное воздействие.

- Логические доводы использовать только для закрепления воздействия, оказанного на чувства и веру.

- Избегать абстрактных логических рассуждений.

- Использовать наглядность, яркие схемы, слайды, музыку.

- Обязательно использовать юмор, шутку, смешные истории и случаи из жизни.

- Не говорить плохо о сегодняшних кумирах молодежи.

- Не пытаться реабилитировать в глазах молодежи тех, кто осужден общественным мнением.

- Не замалчивать правду, недостатки, а показывать пути возможного исправления ситуации.

- Демонстрировать смелость мышления, принципиальность, самостоятельность мышления, оценок.

- Вести диалог максимально откровенно, окрашивая его личностным отношением, личностными оценками.

- Не укорять аудиторию за ошибочное понимание того или иного вопроса.

- Опирается в изложении на конкретные факты, жизненные ситуации и случаи.

- Применять специальные приемы поддержания внимания.

- Всячески избегать длиннот, длинных цитат и длинных фраз.

- Всеми давать личную оценку.

- Приводить новые идеи, факты, мнения, подчеркивать их новизну и оригинальность.

- При выступлении находиться как можно ближе к аудитории.

- Выводы формулировать в эксплицитной словесной форме.

- Говорить культурно и грамотно.

- Демонстрировать высокую общительность.

- Демонстрировать разносторонние интересы, умение дать собеседнику новые знания.

- Объяснять и убеждать понятно.

- Сообщать полезную аудитории информацию.

- Стараться доставить аудитории удовольствие от общения.

- Красиво выглядеть.

Аудитория *среднего* возраста – это наиболее квалифицированная, опытная аудитория, с интересами в сфере профессиональной деятельности, карьеры, улучшения своего материального благосостояния, образования детей, обеспечения жилищных условий. Для аудитории данного возраста<sup>6</sup>:

- В одном выступлении можно рассматривать 3-4 вопроса.

- Строить выступление как некоторое сравнение или сопоставление.

---

<sup>6</sup>URL: [http://sterninia.ru/files/757/4\\_Izbrannye\\_nauchnye\\_publicacii/Rechevoe\\_vozdejstvie/Faktor\\_adresata-v\\_rechevom\\_vozdeistvyi.pdf](http://sterninia.ru/files/757/4_Izbrannye_nauchnye_publicacii/Rechevoe_vozdejstvie/Faktor_adresata-v_rechevom_vozdeistvyi.pdf)

- Использовать сопоставление разных стран, людей, социальных групп и т.д., анализировать и обсуждать результаты таких сопоставлений.
- Обращаться к материальному благосостоянию.
- Апеллировать к жизненным проблемам и ситуациям, связанным с социальной стороной жизни людей.
- Обращаться к темам семьи, работы.
- Внимательно выслушивать вопросы аудитории.
- Демонстрировать в общении образованность и интеллект, спокойствие и сдержанность, открытость и искренность, веселость и оптимизм.
- Строить общение на равных, в доброжелательной манере, не навязывать свою точку зрения.
- Вести себя интеллигентно.
- Быть опрятным, аккуратно одетым.

Аудитория *старшего* возраста характеризуется преобладанием интересов, связанных с повседневным бытом и воспитанием молодежи, социально-политическими проблемами общества в целом. Речевое воздействие на старшее поколение относится к наиболее трудным сферам речевого воздействия – возрастная аудитория имеет тенденцию к ригидности психического склада – очень трудно и неохотно изменяет свои привычные мнения и оценки, склонна к идеализации того, что было в ее юности, в прошлом опыте, часто страдает недостатком общения и в силу этого – известным эгоцентрическим многословием, если предоставляется возможность общения<sup>7</sup>.

Для аудитории старшего возраста необходимо:

- Демонстрировать постоянное и безусловное уважение к лицам старшего поколения.
- Всегда демонстрировать внимание, смотреть в лицо собеседникам.
- Говорить медленнее, аудитория старшего возраста лучше понимает медленную речь; тех, кто говорит быстро, считают глупыми, поверхностными, болтунами.

---

<sup>7</sup> Там же

- Устанавливать личный эмоциональный контакт со слушателями.
- Апеллировать к опыту слушателей, к истории, историческим фактам.
- Предоставлять им возможность высказаться.
- Внимательно выслушивать, когда им хочется поговорить.
- Терпеливо относиться к вопросам представителей старшего поколения, которые могут отличаться детальностью и дотошностью, быть длинными, развернутыми, содержать личные воспоминания задающего вопрос.
- Использовать интерес к общественно-политической тематике.
- Обсуждать написанное в газетах.
- Ссылаться на авторитеты, известные источники, статистические данные.
- Четко указывать источник сообщаемой информации; люди старшего возраста часто обращаются за указанием источников информации, за уточнением, интересуются дополнительной литературой, которую оратор должен им назвать.
- Иметь наготове библиографию или даже книги и брошюры, которые можно было бы показать интересующимся слушателям.
- Спрашивать у старшего поколения совета, у них вырабатывается ответственность за свои советы.
- Интересоваться их новостями, результатами посещения различных лекций, публичных мероприятий.
- Говорить развернуто, не демонстрируя поспешности.
- Делать морально-этические выводы из совместно обсуждаемых событий.
- По возможности не использовать научных слов, терминов, длинных и иностранных слов.
- «Отражать» реплики пожилых людей, реагировать на их высказывания – поддакивать, соглашаться, использовать любые контактные реплики, повторять их отдельные фразы.
- Одобрять их деятельность, поступки, интересы, мнения.
- Успокаивать их в любых жизненных ситуациях, обещать помощь, говорить «мы справимся», завершать любое выступление оптимистически.

- Избегать обсуждения острых психотравмирующих ситуаций, которые пришлось пережить нынешнему пожилому поколению – войны, репрессии, перестройку и т.п. – попытки разговора на такие темы, как показывает практика, наталкиваются на активное противодействие и отказ не только говорить, но и думать об этом.

- Шире использовать сравнения, строить беседу как некоторое сравнение или сопоставление.

- Обращаться к повседневным жизненным проблемам и ситуациям, связанным с материальной стороной жизни людей.

- Обращаться к личному и социальному опыту пожилых людей.

- Задавать им вопросы о фактах истории, о событиях, свидетелями которых они были.

- Ссылаться на авторитеты, известные источники.

- Приводить статистические данные, цифры.

- Использовать в убеждении поговорки, пословицы, народную мудрость.

- Не переубеждать, а информировать: учитывая повышенную ригидность (склонность не менять своих мнений) большинства пожилых людей, говорить им: *«Я не пытаюсь вас переубедить, я просто хочу вас информировать»*<sup>8</sup>.

### 3. Гендерные особенности аудитории.

Общение с *мужчинами*. Как отмечала американская писательница Б. де Анджелис, «мужчины таковы не потому, что хотят довести женщин до бешенства; они таковы, потому что их учили быть такими тысячи лет». Приемы эффективного речевого воздействия в мужской аудитории<sup>9</sup>:

- Основное внимание уделять содержанию, а не форме выступления.

- Обозначить временной лимит своего выступления и четко ему следовать.

- В начале выступления кратко сформулировать его цель.

---

<sup>8</sup> URL: [http://sterninia.ru/files/757/4\\_Izbrannye\\_nauchnye\\_publicacii/Rechevoe\\_vozdejstvie/Faktor\\_adresata-v\\_rechevom\\_vozdeistvyi.pdf](http://sterninia.ru/files/757/4_Izbrannye_nauchnye_publicacii/Rechevoe_vozdejstvie/Faktor_adresata-v_rechevom_vozdeistvyi.pdf)

<sup>9</sup> URL: [http://sterninia.ru/files/757/4\\_Izbrannye\\_nauchnye\\_publicacii/Rechevoe\\_vozdejstvie/Faktor\\_adresata-v\\_rechevom\\_vozdeistvyi.pdf](http://sterninia.ru/files/757/4_Izbrannye_nauchnye_publicacii/Rechevoe_vozdejstvie/Faktor_adresata-v_rechevom_vozdeistvyi.pdf)



- Изложение строить дедуктивно: начать с объяснения того, что вы хотите доказать, а затем приведите несколько подтверждений своей идеи.
- По возможности предложить мужской аудитории некоторые краткие письменные материалы, иллюстрирующие содержание выступления.
- Говорить кратко, короткими фразами, не затягивать выступление, всячески избегать многословия.
  - Говорить медленнее, не спешить.
  - Говорить, понижая интонацию в конце фразы.
  - Не использовать в выступлении крайних эмоциональных оценок и восклицаний, выражать оценку умеренно.
  - Приводить несколько аргументов.
  - Говорить прямо, не использовать намеков, подтекста.
  - Не отклоняться от темы, следовать логике изложения материала, не перескакивать с одного на другое.
  - Избегать многочисленных подробностей и деталей при изложении.
  - Не задавать мужской аудитории много вопросов в ходе выступления, использовать в случае необходимости риторические вопросы или самому отвечать на заданные вопросы.
  - Давать краткие оценки, избегая развернутых и многословных.
  - Избегать в выступлении советов в адрес мужской аудитории.
  - Хвалить мужскую аудиторию, отмечать ее ум, компетентность, опыт.
  - Не говорить мужской аудитории, что она права, говорить, что этот вопрос требует еще дополнительного изучения.
  - Не делать выводы за мужскую аудиторию, предоставить это сделать самой аудитории.
  - Не требовать немедленного принятия той или иной идеи, точки зрения, предложить мужской аудитории подумать и принять решение позже, самостоятельно<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> URL: [http://sterninia.ru/files/757/4\\_Izbrannye\\_nauchnye\\_publicacii/Rechevoe\\_vozdejstvie/Faktor\\_adresata-v\\_rechevom\\_vozdeistvyi.pdf](http://sterninia.ru/files/757/4_Izbrannye_nauchnye_publicacii/Rechevoe_vozdejstvie/Faktor_adresata-v_rechevom_vozdeistvyi.pdf)

Общение с *женщинами* Женская аудитория обладает, как и мужская, существенной спецификой. Эффективные приемы речевого воздействия на женскую аудиторию:

- С женской аудиторией необходимо разговаривать подробно, в деталях.
- Обеспечить легкость выступления для восприятия, затронуть несколько интересных и новых для аудитории тем.
- Обеспечить тесный зрительный контакт с аудиторией.
- Изложение следует строить эмоционально, стараясь установить прежде всего эмоциональный контакт с аудиторией.
- Оратору необходимо выглядеть внешне привлекательным.
- Говорить эмоционально, взволнованно.
- Использовать в изложении образные средства языка, метафоры.
- Делать комплименты аудитории за привлекательный внешний вид.
- Необходимо быть внимательным к интонации – женщины склонны преувеличивать и даже искажать смысл сказанного на основании интонации, с которой вы произнесли ту или иную фразу.
- Мнения и оценки высказывать многословно – женщины ждут развернутых мнений и оценок.
- Рассказывая о тех или иных событиях, необходимо сообщать дополнительные подробности (где, когда был разговор, кто что сказал, как кто выглядел, с каким лицом кто что сказал и под.), женская аудитория этого ждет и оценит.
- Использовать в качестве иллюстраций и аргументов примеры из своей личной жизни и жизни своих знакомых.
- Апеллировать в выступлении к эмоциям, чувствам, личным переживаниям.
- Информацию для женской аудитории подавать индуктивно: сначала привести факты, а затем уже подвести аудиторию к выводу.

#### 4. Благожелательная и негативно настроенная аудитория.

Информация, которую предлагает оратор аудитории, как и сам оратор, могут изначально вызывать разное отношение аудитории. По отношению к оратору и воспринимаемой информации выделяется позитивно (благожелательно) настроенная

(сверхактивная, заинтересованная), равнодушная (индифферентная) и негативная аудитория.

Исследования показывают, что в среднестатистической аудитории ее благожелательная и активная часть, чье внимание оратору обеспечено, обычно составляет 25-30%, негативные слушатели - 10%, а 60-65% - аудитории – это индифферентные слушатели. Если оратору в ходе выступления удастся увеличить активную часть аудитории до 50-60%, то этого будет вполне достаточно, чтобы выступление можно было считать эффективным

*Благожелательно* настроенная аудитория хорошо реагирует на одностороннюю аргументацию: данный прием аргументации оказывается в такой аудитории самым эффективным. Тезис надо сформулировать прямо во вступлении. Наибольший эффект дает восходящая аргументация — от более слабых к более сильным аргументам. Выводы в позитивно настроенной аудитории не следует формулировать эксплицитно, не надо их подсказывать аудитории: ей приятнее сделать выводы самостоятельно<sup>11</sup>.

*Индифферентная* (равнодушная) аудитория. С индифферентной (равнодушной) аудиторией ораторам приходится сталкиваться, к сожалению, весьма часто. У этого типа слушателей нейтральное отношение к информации, хотя может быть интерес к отдельным фактам. Часто они пришли по моральным мотивам (сказали прийти»). Эти слушатели могут быть отнесены к потенциальной аудитории, и их внимание можно и нужно завоевать. Именно активизация этой части аудитории в основном и обеспечивает общую эффективность выступления – «заинтересовал». Для нее особенно эффективным оказывается увлекательное начало, рекомендуется максимально использовать приемы захвата и поддержания внимания: говорить с повышенной эмоциональностью, чаще обращаться к аудитории и отдельным слушателям, показывать слушателям возможные выгоды от прослушивания вашего выступления (я научу вас, как избавиться от колорадского

---

<sup>11</sup>URL: <https://www.klerk.ru/boss/articles/324618/>

жука; я покажу вам, как можно значительно сократить время на домашние дела; я расскажу вам о новом простом способе похудеть и т.д.), говорить коротко, рассказывать случаи из жизни<sup>12</sup>.

*Негативно настроенная аудитория* Негативная аудитория формируется за счет того, что любой человек, как правило, испытывает нежелание автоматически поддаваться влиянию другого человека, в нашем случае – оратора, не хочет в готовом виде принимать его тезисы и пытается оказывать оратору внутреннее сопротивление.

Можно ли выделить эти категории слушателей среди сидящих перед нами? Негативные слушатели перед началом выступления обычно стремятся сесть в последние ряды, как можно дальше от оратора. Если сопереживающие и сверхактивные слушатели видны по активной позе слушания, потенциальные – по пассивной: разваливаются в кресле или на стуле, откидываются назад, сползают со стула, вытягивая ноги вперед, подают реплики типа «пора заканчивать», «надо перерыв сделать», зевают.

Как к ним относиться во время выступления? Если они не мешают выступать – просто не замечать, считать, что их как бы нет. Не надо стараться их заинтересовывать, эффект будет крайне мал, а сил на это пойдет много. Не надо ставить задачу заинтересовать всех – это нереально, всех заинтересовать никогда не удастся, не надо к этому и стремиться<sup>13</sup>.

Как же выступать в негативно настроенной аудитории? Надо, прежде всего, попытаться найти хотя бы нескольких союзников среди сидящих в зале и опереться на них. Вот некоторые правила выступления в негативно настроенной аудитории:

- не старайтесь переубедить всех;
- постарайтесь убедить или посеять сомнения в головах нескольких конкретных слушателей, которых вы выберете в зале;

---

<sup>12</sup> URL: <https://www.elitarium.ru/auditoriya-orator-slushatel-vnimanie-tema-argumentaciya-ehmocionalnost-publichnoe-vystuplenie-ritorika-stil-ocenka-intellektualnyj-uroven/>

<sup>13</sup> URL: [http://sterninia.ru/files/757/4\\_Izbrannye\\_nauchnye\\_publicacii/Rechevoe\\_vozdejstvie/Faktor\\_adresata-v\\_rechevom\\_vozdeistvyi.pdf](http://sterninia.ru/files/757/4_Izbrannye_nauchnye_publicacii/Rechevoe_vozdejstvie/Faktor_adresata-v_rechevom_vozdeistvyi.pdf)

- начинайте выступление с бесспорного – с того, в чем вы сразу достигнете согласия;
- декларируйте информационную цель вашего выступления (я не хочу вас в чем-то переубеждать, я ставлю цель просто информировать вас);
- если в процессе вашего выступления вы чувствуете, что оппозиция стала обостряться, немедленно превращайте убеждающую речь в информационную<sup>14</sup>.

Подробно рассмотрены лишь несколько типов аудитории, что для начала будет вполне достаточно. Если появилось желание узнать больше, то советую обратиться к пособию И. А. Стернина «Фактор адресата в речевом взаимодействии» (URL: [http://sterninia.ru/files/757/4\\_Izbrannye\\_nauchnye\\_publicacii/Rechevoe\\_vozdejstvie/Faktor\\_adresata-v\\_rechevom\\_vozdeistvyi.pdf](http://sterninia.ru/files/757/4_Izbrannye_nauchnye_publicacii/Rechevoe_vozdejstvie/Faktor_adresata-v_rechevom_vozdeistvyi.pdf))

---

<sup>14</sup> URL: <https://www.klerk.ru/boss/articles/324618/>

Очень часто на массовых мероприятиях в библиотеке можно заметить, что аудитория скучает, особенно если мероприятие проходит в виде монологических лекций. Почему это происходит? Ведь вроде и материал интересный, и мы ведь готовились, а аудитория бесстыдно засыпает. Есть несколько причин того, что даже очень интересный доклад может превратиться в скучное уныние.

### **Отсутствие зрительного контакта**

Мы часто говорим о важности зрительного контакта при общении тет-а-тет, но иногда забываем о том, что в общении с аудиторией зрительный контакт имеет не меньшее значение.

*Куда не стоит направлять свой взгляд?*

- В одну точку. Где бы эта точка не находилась, если вы на протяжении всего своего выступления смотрите в одно место – это плохо скажется на впечатлении публики о вас. Человек, который смотрит в одну точку, выглядит неестественно и странно. Также, смотря в одну точку, вы лишаете себя возможности полноценно двигаться по сцене, что тоже важно.

- Выше аудитории. Чаще ораторы не фокусируются на одной точке, а смотрят куда-нибудь в стену, на потолок или в любое другое место, где нет аудитории. Причиной этого обычно служит страх публичных выступлений. Когда вы смотрите не на лица людей в зале, а куда-то в сторону, выступать легче. Но это негативно влияет на эффект от вашей речи.

- На первый ряд. При зрительном контакте с первым рядом, создаётся впечатление, что вы общаетесь с этой группой людей, а не выступаете для всех. Первый ряд оценит это положительно, а вот остальная публика вряд ли. А если ряды в зале, где вы выступаете, идут на повышение, то когда вы смотрите на первый ряд, последний ряд наблюдает вашу макушку. Не обрекайте их на это в течение всего выступления<sup>15</sup>.

---

<sup>15</sup>URL: <https://4brain.ru/blog/ошибки-оратора/>

*Куда же нужно смотреть?* Ваш зрительный контакт с аудиторией должен представлять собой последовательность пересечений взглядами. То есть вы блуждаете взглядом по всему залу, а когда возникает взгляд «глаза в глаза», вы должны немного задержаться. За время выступления вы встретитесь взглядом с большим количеством людей, и это произведет положительный эффект на аудиторию.


### **Отсутствие вовлечения в действие**

Надежный способ сделать так, чтобы человек запомнил выступление – вовлечь его в действие. Часто об этом способе забывают, что делает выступления таких ораторов менее яркими и интересными.

*Как вовлечь в действие?*

- Проведите опрос. Это самый простой способ. Задайте вопрос и попросите поднять руки в знак положительного ответа (вопрос следует задавать такой, чтобы руки подняло большинство людей). Интереснее что-то делать и слушать комментариев, чем просто слушать. Если же какой-то ваш слушатель уже отвлёкся, представьте, что вокруг него все стали поднимать руки и смотреть на вас. Думаю, он тоже начнёт вас слушать более внимательно. Не забывайте сами поднимать руку – так вы добьётесь большего доверия и сможете потом легко управлять аудиторией.
- Попросите нарисовать что-то. Примерный график, внешний вид чего-либо, что угодно. Придумайте, что вы можете предложить вашей аудитории.
- Попросите написать что-то. Ассоциации к теме вашего выступления, предположение насчёт того, что вы будете рассказывать<sup>16</sup>.

Способов вовлечь в действие достаточно много. Можете придумать свой и использовать его.

 **Монотонность и однообразие.** Боритесь с этими чертами плохого выступления. Добавляйте вашей речи эмоциональную окраску или хотя бы меняйте интонации.

Часто ораторы вооружаются изменением интонации, начинают применять этот приём, но он быстро перестаёт работать и аудитория теряет внимание. Почему?


---


<sup>16</sup> URL: <https://4brain.ru/blog/ошибки-оратора/>


Дело в том, что интонацию нужно менять не только внутри предложения, но и между предложениями. То есть если вы меняете громкость голоса и скорость речи в каждом предложении одинаково, то она уже не монотонная, но ещё однообразная. С этим тоже нужно бороться. Избегайте повторов и меняйте палитру для эмоциональной окраски. Разбавляйте публичное выступление юмором, паузами, выделяйте главное при помощи интонаций.


#### **Отсутствие призыва к действию в конце выступления**


Часто ораторы в конце выступления подводят итог, повторяют свой основной тезис одной короткой фразой и уходят. Но если вы не просто прочли лекцию, а предполагаете, что после вашего выступления слушатели должны начать что-то делать или делать что-то не так, как раньше, вы должны их призвать к этому. Это работает не только в живом выступлении, но и в текстовом варианте<sup>17</sup>.

 **Чтение с листа.** Если вы не профессиональный актер, окончивший школу художественного чтения, не читайте свое публичное выступление. В 99 случаях из 100 это звучит скучно и монотонно, складывается впечатление, что вы сами не знаете, о чем хотите говорить. Заглядывайте в записи, сверяйтесь с ними, но не бубните написанный текст как школьник.

 **Высокомерие.** Это проблема не только самоуверенных, но и неуверенных в себе людей, старающихся спрятать свой страх публичного выступления за маской снисходительности. Всегда держитесь с аудиторией на равных!

 **Неподвижность** или, наоборот, слишком много суетливых движений. Держитесь естественно, не зажимайтесь и не проявляйте нервозность жестами.

 **Извинения и оправдания.** Новичкам дискомфортно, многие постоянно извиняются за себя, свою дикцию, неопытность и сотни других вещей. Не оправдывайтесь: вы не обязаны этого делать, даже если шепелявите и потеряли пару страниц из подготовленного публичного выступления.<sup>18</sup>

 **Неумение импровизировать.** Многие начинающие ораторы, как роботы, произносят заранее заготовленный текст. Даже если реакция публики

---

<sup>17</sup>URL: <https://4brain.ru/blog/ошибки-оратора/>

<sup>18</sup>URL: <https://oratoris.ru/publichnoe-vystuplenie/>



негативная, их поправляют или задают вопросы. Из-за этого создается впечатление, будто выступающему наплевать на слушателей. Импровизация очень помогает, если, вдруг, что-то не так с вашей презентацией, отключили свет, вы забыли небольшой абзац из своей речи и прочие нюансы, которые легко могут выбить вас из равновесия. В данном случае главными являются две вещи – спокойствие и умение обыграть ситуацию.

✚ **Непроверенные факты.** Говорите только то, в чем уверены на 100%. Не употребляйте не до конца понятных слов, не приводите непроверенные факты.

✚ **Ошибки в произношении.** Если не уверены, как правильно произносится слово, проверьте в словаре и расставьте ударения прямо в тексте публичного выступления.


✚ **Отсутствие пауз.** Не частите, давайте слушателям время переварить информацию, выделяйте важные тезисы паузами.

✚ **Шутки на грани фола.** Некоторые ораторы слишком близко к сердцу принимают совет разбавлять публичное выступление юмором. Не шутите на потенциально опасные темы, юмор не должен задевать чувства слушателей<sup>19</sup>.


---

<sup>19</sup> URL: <https://oratoris.ru/publichnoe-vystuplenie/>

Чаще всего на этапе подготовки выступления мы сталкиваемся с проблемой определиться с началом речи: как поздороваться, как расположить аудиторию на положительные эмоции. Это очень важный элемент речи, который надо хорошо продумать. Есть несколько вариантов начать свое выступление. Можно выбрать одну, а можно объединить их в маленький комплекс, учитывая то, что выступление не должно затянуться.


 **Благодарность организаторам.** Начните свою речь со слов благодарности организаторам мероприятия за то, что они вас пригласили. Также стоит поблагодарить слушателей за то, что они присутствуют в этом зале сейчас. Желательно адресовать слова благодарности и вашим руководителям, которые переживают сейчас за вас.

За одну минуту вы сможете сделать приятное всем присутствующим, и почувствуете, что связь с залом установлена. Можно начинать свою презентацию или речь.


 **Позитивная мысль.** Скажите слушателям, что они останутся довольны вашим выступлением.

Не бойтесь звучать многообещающе. Сделать это можно фразой *«Это встреча будет приятна каждому. Именно сейчас я поделюсь с вами знаниями и умениями, которые сделали мою жизнь лучше»*. Вас люди начнут слушать внимательно, потому что каждый хочет узнать то, благодаря чему его жизнь может стать лучше.


Простые способы заинтересовать аудиторию при публичном выступлении. Похвалите слушателей.

 **Похвала.** Искренне и с уважением скажите слова похвалы слушателям. Улыбнитесь, покажите, что вы рады находиться среди них. Представьте, что это ваши старые друзья, с которыми вы давно не виделись.


Пример того, что можно сказать: *«Это большая честь для меня – находиться среди вас. Вы – профессионалы, вам в этой области нет равных»*<sup>20</sup>.

 **Актуальное событие.** Следует заранее подготовиться и узнать о нашумевшей новости по теме вашей речи. Не запрещено принести с собой газету, в которой написана эта новость и публично ее зачитать. Можно рассказать новость наизусть. Это заставит публику заинтересоваться вашей основной речью еще до того, как вы ее начнете.

Пример: *«В сводке сегодняшней газеты я прочитал о том, что сегодня выступил известный полиглот, и рассказал о том, что изобрел новый метод, позволяющий изучить иностранный язык всего за две недели. Я вам расскажу свое видение на этот счет и предложу идею изучения языка всего за тринадцать дней».*

 **Процитировать известного человека.** Интересная идея начать выступление с цитаты известного человека.

Пример: *«Сейчас мы разберемся, почему одни люди зарабатывают больше денег, чем другие. Не так давно лауреат Нобелевской премии по экономике Джефф Резерфорд писал в своих трудах, что причиной разницы в доходах населения является разрыв в уровне знаний и умений различных групп людей. В своей презентации я собираюсь наглядно показать вам, как можно восполнить «пробелы» в знаниях и умениях, чтобы в течение двух лет стать лидером в данной области».*<sup>21</sup>

 **Шокирующее заявление.** Идея начать свою речь с заявления, которое вызовет некий восторг, удивление, а может и негативные эмоции, очень интересна. Вы сможете таким образом заставить публику внимательно выслушать свою речь.

Пример: *«По статистическим данным, в ближайшие три-четыре года в нашей отрасли конкуренция не просто усилится, а приведет к таким изменениям и новым возможностям, какие вчера даже представить было невозможно. В результате всех пертурбаций 86 процентов людей, присутствующих на данный*

---

<sup>20</sup> URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/5a92892d5f4967f9cb19a7e7/prostye-sposoby-zainteresovat-auditoriiu-pri-publichnom-vystuplenii-5dfa9e025fd55f00ada5a0b0>

<sup>21</sup> URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/5a92892d5f4967f9cb19a7e7/prostye-sposoby-zainteresovat-auditoriiu-pri-publichnom-vystuplenii-5dfa9e025fd55f00ada5a0b0>

*момент людей в зале, через три года потеряют свою работу и основной источник дохода, если не смогут очень быстро адаптироваться к изменившейся среде».*

✚ **Дать надежду.** Известный французский философ Наполеон Бонжур писал: «У всех людей мира есть только одна религия – это надежда в лучшее».


Если вы хотите выступить эффективно, дайте слушателям в аудитории некоторую надежду. Не забывайте, что целью любого выступления является мотивация людей на изменение своего образа жизни и мыслей, поведения и чувств. Вы должны вдохновить их и воодушевить на те поступки, на которые раньше они не решились бы. Каждая ваша сказанная фраза на выступлении, должна быть связана с тем, на что вы хотите мотивировать слушателей, а также с причинами, по которым им следует это предпринять.

✚ **Рассказать анекдот.** Не всегда эта идея удачна, но все же она имеет место быть. Свою речь можно начинать и с анекдота только в том случае, если он действительно смешной. Вы должны быть уверены, что у аудитории хорошее чувство юмора, и она воспримет ваш анекдот правильно. Поэтому до выступления лучше рассказать этот анекдот нескольким людям, чтобы окончательно убедиться, что он смешной, не имеет двойных формулировок и просто никого не обижает. Использовать юмор стоит только в случае, если действительно считаете этот анекдот или байку смешной, а также если уверены, что сможете преподнести ее интересно, и она будет правильно воспринята публикой.

Стоит учесть один важный нюанс. Если вы начнете речь с анекдота, публика решает, что вся ваша речь будет комичной и смешной. И если после шутки вы переходите к обсуждению действительно серьезных вопросов, многие из слушателей разочаруются. Будьте осторожны с юмором.

✚ **Позабавить аудиторию.** Лучший американский оратор Билл Гоув, после того как его представили публике, всегда выходил на сцену так, будто только что закончил разговаривать за кулисами с одним человеком, чтобы начать говорить с сидящей в зале группой людей. У слушателей не возникало предвкушения произносимой речи. Им казалось, что оратор вышел на сцену просто поговорить с публикой.


Бил много раз подходил к краю сцены, придавал себе важный вид, жестами призывал аудиторию подвинуться к нему и шепотом говорил: «Подойдите поближе, мне нужно кое-что вам сказать». Возникало ощущение, что он намеревается раскрыть нам некую страшную тайну – одновременно всей аудитории. Самое интересное, что люди в зале действительно склонялись вперед, чтобы расслышать «тайну». А затем вдруг понимали, что они делают, и начинали смеяться. После этого «приема» Гоув уже мог ими манипулировать<sup>22</sup>.

 **Заявление и вопрос.** Вы также можете начать свое выступление с какого-нибудь шокирующего заявления и затем задать вопрос. После этого дать ответ и задать следующий вопрос. Эта идея сразу же заставляет людей заинтересоваться темой, и затем они будут трепетно хранить в памяти каждое сказанное вами слово.

Например: *«Тридцать процентов людей в нашей стране зарабатывают 84 процента денег. Вы входите в эти тридцать процентов? Так вот, в течение следующих нескольких минут я ознакомлю вас с парой идей, которые помогут вам стать одним из самых высокооплачиваемых членов нашего общества. Как вы думаете, стоило ли ради этого приезжать сегодня на семинар?»*.

Есть один интересный психологический феномен, который проявляется у людей с детства: они научены отвечать на каждый поставленный вопрос. На любой вопрос, который вы зададите, люди на уровне инстинкта, почти не осознавая этого, хотят ответить, пусть даже не вслух.

Простые способы заинтересовать аудиторию при публичном выступлении. Расскажите историю.


 **История.** Свою речь можно также начать и с истории. Не существует более сильных слов, которые могут мгновенно завладеть вниманием публики, чем слова «Давным-давно жили-были».

С детства люди любят разные истории и сказки. Начиная свою речь со слов «Давным-давно жили-были», вы даете аудитории понять, что сейчас вы расскажете некую сказку. Слушатели сразу же становятся спокойными, перестают

---

<sup>22</sup> URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/5a92892d5f4967f9cb19a7e7/prostye-sposoby-zainteresovat-auditoriiu-pri-publichnom-vystuplenii-5dfa9e025fd55f00ada5a0b0>

разговаривать друг с другом и подаются вперед, как дети, сидящие вокруг мамы, которая им читает сказку<sup>23</sup>.

 **Построить мост.** Самой важной задачей вступительной части является налаживание контакта с аудиторией, построение моста между вами. Многие советую начать с того, что объединяет вас с публикой. Например, с того, что сейчас или когда-то давно вы работали в этой же отрасли. Может, у вас есть семья, как и у них. Возможно, вы знаете историю их города, или вы болеете за их волейбольную или хоккейную команду. Возможно, у вас есть какая-то проблема или забота, чем-то схожая с проблемами и заботами, с которыми публика сталкивается в своей работе или жизни.

Потратьте пару минут на возведение такого моста между вами и публикой, они сразу же примут вашу сторону. Они поймут, что вы один из них, и будут более внимательно слушать ваши слова и рекомендации, а еще станут более великодушными и снисходительными к возможным вашим ошибкам. Они почувствуют, что вы человек грамотный и доступный, потому что у вас с ними много общего.

Навык придумывать интересное, яркое начало для выступления перед любой публикой – это дело времени. От того, как вы выйдете на сцену и произнесете вступительную речь, зависит успех вашего выступления. Если у вас есть способ, как продемонстрировать публике свою теплоту и дружелюбие и при этом суметь впечатлить ее, то через тридцать секунд после начала выступления люди будут готовы ради вас на все. Завлечь слушателей – это и есть ваша главная цель.

---

<sup>23</sup> URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/5a92892d5f4967f9cb19a7e7/prostye-sposoby-zainteresovat-auditoriiu-pri-publichnom-vystuplenii-5dfa9e025fd55f00ada5a0b0>

Каждому человеку приходится рано или поздно выступать перед публикой. Все начинается со школы, затем институт, после этого работа и так далее. Есть множество способов украсить, дополнить свою речь. Одним из них является юмор. Фрэнк Снелл в книге «Искусство делового общения» определил для ораторов несколько правил изложения юмористических историй<sup>24</sup>.

**1. Рассказывайте только то, что хорошо знаете.** Если вы не уверены в своей шутке, лучше ее не произносить. Запинка, неловкое молчание оттого, что вы пытаетесь вспомнить подробности шутки, может омрачить ваше выступление. Используйте в своем выступлении только то, что знаете на отлично. Хорошо рассказанная шутка настроит нейтральных и, возможно, даже негативных слушателей на ваше выступление.

**2. Ваша шутка должна быть понятна всем слушателям.** Смешная история не будет смешной для тех, кто ее не понял. Поэтому подбирайте к своим выступлениям достаточно простые шутки. Если вас кто-то не понял, то это не только не расположит слушателей к вам, но может поспособствовать переходу слушателей из положительных в нейтральных, а может и в негативных.

**3. Шутка должна развивать тему вашей речи.** Если ваша тема звучит «эффективность делового общения», то шутка на военную тематику будет не у дел. Она может отвлечь аудиторию от основной темы. Шутка должна продолжать основную тему выступления, раскрывая ее с новой стороны.

**4. Шутка должна быть короткой.** Отчасти это продолжение пункта о понимании шутки. Так как чем длиннее шутка, тем она сложнее для восприятия аудитории. Но это не единственная причина этого требования. Вторая причина в том, что не нужно превращать свое выступление в шутку. Поэтому шутка должна быть короткой, не занимающей много времени и внимания аудитории.

**5. Перед большой аудиторией избегайте пикантных шуток и подробностей.** Цицерон писал, что красноречие держится на трех китах: знание, пафос, этика. Если

---

<sup>24</sup>URL: <https://4brain.ru/blog/юмор-в-публичном-выступлении/>

вы будете в своей речи пользоваться пикантными остротами, то это плохо скажется на «третьем ките»: этике. В итоге ваше выступление приобретет негативный, пошлый оттенок. Чтобы избежать этого, рекомендуется вовсе отказаться от подобного рода шуток.


**6. Не делайте больших пауз для смеха и аплодисментов.** Каждый выступающий любит, когда ему аплодируют, когда шутка прошла на ура, когда зал заливается смехом. Каждый это любит, и каждый ожидает, что этому не будет конца. Но эксперты утверждают, что не следует слишком увлекаться овациями. Нужно продолжать говорить, пока смех и аплодисменты еще продолжаются.




Знать как и уметь выстраивать начало публичного выступления – это только половина вашего успеха. Не менее важным навыком в ораторском искусстве считается завершение речи. Используя 9 эффективных приемов, описанных ниже, ваше выступление надолго запомнится, оставит приятное впечатление и произведет нужный эффект.

Для хорошего завершения возможно использование и одного приема, и только некоторых из них, и сразу всех. Сочетание может быть любым в зависимости от ваших задач. Имейте в виду, что каждый последующий прием придает усиление предыдущему.


Давайте в качестве примера используем некую публичную речь о вреде сигарет. Итак, представьте, что вы завершаете выступление перед заядлыми курильщиками. Смотрите примерные варианты под каждым описанным приемом.

 **Резюме.** Подводите итоги своей речи; систематизируйте информацию; напомните основные положения. Здесь вы подытоживаете и ретроспективно вспоминаете то, о чем именно говорили.

Пример: *«Итак, сегодня мы подняли тему курения в современном обществе, определились, чем никотин может навредить организму и что с этим делать».*

 **Выводы.** Не следует путать с резюме, потому что это уже более глубокое рассмотрение проблемы. Здесь нужно сделать вывод на основании сказанного вами выше. То есть вы должны ответить на вопрос: что следует из всей изложенной информации?

Пример: *«Думаю, ни у кого не осталось сомнений, что курение вредит вашему здоровью»<sup>25</sup>.*

 **Рекомендации.** Дайте слушателям рекомендации о том, как справиться с проблемой.

Пример: *«В связи с огромным ущербом, который наносит курение организму, моя главная рекомендация – устранить причину, то есть бросить курить».*

---

<sup>25</sup> URL: <https://4brain.ru/blog/завершение-речи-9-эффективных-приемов/>

✚ **Дальнейшие шаги, действия.** Дайте слушателям план конкретных действий к вашим рекомендациям, обозначьте, что конкретно нужно совершить. К слову, этот прием считается очень эффективным для завершения планерки.

Пример: *«Вам нужно выбрать способ отказа от курения, который для вас будет наиболее комфортным и наименее болезненным, и следовать ему во что бы то не стало».*

✚ **Призыв к действию.** Обратите внимание, этот прием всегда используется в рекламе, потому что он работает. Возьмите и вы за привычку в публичных выступлениях применять слова, побуждающие к действию. Не пожалейте.

Пример: *«Прямо сейчас достаньте вашу пачку сигарет и зажигалку из кармана и выбросьте их в мусорное ведро!».*

✚ **Повторение начальной мысли.** В литературе есть такое понятие – кольцевая композиция, когда в конце произведения повторяется какой-то элемент из его начала. В ораторском мастерстве это выглядит также эффектно, как и в искусстве. В конце вернитесь к началу.

Пример: *«В начале мы говорили, что каждый год в нашей стране от курения умирает 3,5 млн. человек. В ваших силах повлиять на эту цифру! Не верите? Начните с себя, и вы заметите как мир вокруг преобразится – потому что, как минимум, на одну жертву табака станет меньше».*

✚ **Доказательство теоремы.** Если в речи вы что-то доказывали или опровергали, то обязательно используйте этот прием.


Пример: *«Разве многочисленные исследования врачей, статистика, страшные фотографии пораженных от табака органов, представленные в этом докладе, не служат для вас неоспоримым доказательством вреда курения?»*

✚ **Комплемент.** Чтобы подбодрить аудиторию, обязательно похвалите ее, сделайте ей прямой, неприкрытый комплимент.

Пример: *«Общаться сегодня с вами для меня было большим удовольствием. Не помню уже, когда в последний раз мне доводилось выступать для такой интересной и благодарной аудитории»<sup>26</sup>.*

---

<sup>26</sup>URL: <https://4brain.ru/blog/завершение-речи-9-эффектных-приемов/>

 **Шутка.** Чтобы оставить приятное «послевкусие» от своего выступления, особенно если в вашей теме мало позитивного, пошутите в конце. Шутка должна удачно вписаться в контекст. А лучше ее заранее продумать, чтобы не случилось казуса. Особенно хорошо воспринимаются аудиторией забавные истории, связанные лично с вами – пошутите о себе. Посмейтесь над собой вместе с вашими слушателями – и вам будут симпатизировать.

Пример: *«Когда-то школьником я начинал курить, чтобы доказать, что я мужчина... После 30 лет стажу я бросил курить, опять же чтобы доказать (и прежде всего самому себе), что я мужчина».*

### *Ошибки завершения речи<sup>27</sup>*

Давайте теперь рассмотрим как не стоит заканчивать свое публичное выступление:

- Шутка, не относящаяся к вашей теме, может перечеркнуть все предыдущее выступление. Аудитория просто забудет то, о чем вы до этого говорили, и ваша цель не будет достигнута.
- Никогда не извиняйтесь и не оправдывайтесь, например, за то, что не все охватили или утомили слушателя и так далее.
- Если вы уже сделали вывод, больше ничего к нему дополнительного не вспоминайте, не делайте так называемых лирических отступлений после него, иначе «смажете» свое выступление.
- Нельзя уходить, не завершив свой доклад. Кроме экстренных случаев.
- Не заканчивайте негативом, у слушателей после вашей речи должны остаться надежда, оптимистичный настрой и вдохновение.
- Избегайте шаблонной фразы «Ну вот и все, что я хотел сказать». Лучше просто поблагодарите аудиторию или используйте приемы, изложенные выше.

Завершение речи – одна из самых важных частей любого публичного выступления. Уделите ей должное внимание и вам удастся максимально эффективно донести до слушателей свою мысль, идею.

---

<sup>27</sup>URL: <https://4brain.ru/blog/завершение-речи-9-эффективных-приемов/>

Всегда находит отклик у аудитории выступающий, который не отвлекается на постоянное прочтение тезисов с листа. Да и для вас будет куда выгоднее помнить свою речь – так вы почувствуете себя уверенным и отступивший страх не будет портить впечатление о вас. Подсказки в руках у вас могут быть, но они должны служить максимум для подглядывания, чтобы не утратить ритм и ход мероприятия. Но категорически нежелательно чтение с них. Со временем старайтесь избавиться и от подсказок.

Техник запоминания существует огромное множество. Возможно, у кого-то уже есть свой любимый. Предлагаю несколько вариантов запоминания для тех, кто еще часто пользуется чтением с листа.

Для начала вы можете запоминать речь дословно, но не рекомендуется зазубривать. Это займёт значительно больше сил и времени, а речь будет выглядеть неестественно. Старайтесь держать в голове план речи – это поможет вспомнить все остальное. Выделите в своей речи основные тезисы. Сделайте краткую выжимку из текста: вам нужно выписать слова, которые будут наталкивать вас на мысль.

Создайте дворец памяти и разместите в нём слова-идеи в нужном порядке.

Попробуйте воспроизвести свою речь и добавьте дополнительные образы к основным, если это необходимо. Допустим, вам нужно рассказать о странах-лидерах по выращиванию кукурузы. Вы присоединили к опорному образу кубок (моя ассоциация со словом «лидерство»), который насадили на кукурузу. Теперь вам нужно добавить к нему образы стран, чтобы вы смогли их перечислить и ничего не забыть. Над пропастью свисает, держась одной рукой за кукурузу, Дональд Трамп (ассоциация с США), в его ногу испугано вцепилась панда (Китай), а панду снизу обхватила девушка с бразильского карнавала (Бразилия, соответственно). Называем образы от верхнего к нижнему и получаем тройку лидеров<sup>28</sup>.

Убедитесь, что вы помните все основные пункты вашей речи. По несколько раз пройдите по маршруту в своём дворце памяти, чтобы потом быстрее

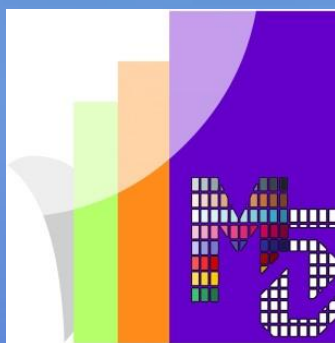
---

<sup>28</sup>URL: <https://4brain.ru/blog/мнемотехника-имена-лица-даты-и-др/>

воспроизводить речь. Не обязательно каждый раз проговаривать всё. Этим вы будете заниматься позже, а сейчас вам нужно только закрепить образы в памяти и научиться быстро перемещаться по дворцу памяти.

Прорепетируйте вашу речь перед зеркалом. Если вы движетесь по маршруту во дворце памяти и при этом закрываете или закатываете глаза, произносите протяжное «э-э-э-э-э» и т.п. – тут же пресекайте это. Делайте паузу после каждого тезиса, чтобы слушатели могли его обдумать и проанализировать, а сами тем временем вспоминайте следующий пункт вашей речи. В идеале никто не заметит ваших манипуляций и будет думать, что вы потратили много часов на запоминание.

Самое главное в каждом выступлении – уверенность в себе и своих словах. Каким образом вам удобнее этого добиться – определяйтесь сами. Мы лишь предприняли попытку направить вас в этом направлении. Все вышеизложенное имеет большое значение для успешного выступления. Но ведь каждая ситуация индивидуальна: индивидуален оратор, индивидуальна аудитория и ситуации, которые происходят в момент выступления. Ни одни рекомендации не смогут вам помочь без тренировок и опыта, потому что, даже зная все правила успеха, они вам не помогут без должного применения и самоанализа. Все, что вам надо делать – верить в себя, не опускать руки и набираться опыта. В связи с этим советуем, внимательно изучив данные рекомендации, обязательно постараться после этого потренироваться хотя бы возле зеркала. Пробуйте, общайтесь, тренируйтесь и все обязательно получится. Удачи!



**Адрес**

Россия,

Республика Крым

Г. Симферополь

Ул. Кечкеметская, 94а

**ГБУК**

**«Крымская республиканская библиотека для  
молодежи»**

Сайт: [www.krbm.ru](http://www.krbm.ru)

Почта: [info@krbm.ru](mailto:info@krbm.ru)

Тел. 22-86-95