



СЕРГЕЙ ЧУВИЛО

СТРАТЕГИЯ

ОРАТОРА

7 ШАГОВ

К УСПЕШНОМУ ВЫСТУПЛЕНИЮ

Сергей Петрович Чувило
Стратегия Оратора. 7 шагов
к успешному выступлению

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=71678212
ISBN 9785006548589

Аннотация

«Стратегия оратора. 7 шагов к успешному выступлению» – книга для тех, кто работает с людьми и выступает публично. Вы узнаете как за семь этапов подготовиться к любому выступлению. В книге описаны схемы по которым можно построить убедительную речь, алгоритм подготовки материала, способы аргументации, главные параметры оратора. Просто и понятно о самом главном для подготовки речи и влияния на аудиторию.

Содержание

Глава 1.	5
Глава 2.	7
Глава 3.	8
Глава 4.	11
Глава 5.	12
Глава 6.	17
Конец ознакомительного фрагмента.	18

Стратегия Оратора 7 шагов к успешному выступлению

Сергей Петрович Чувило

Корректор Ирина Суздалева

© Сергей Петрович Чувило, 2025

ISBN 978-5-0065-4858-9

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Глава 1.

Вступление

Как родителю научиться вдохновлять своего ребенка на учебу? Покупателю – торговаться с продавцом? Потерпевшему – дать словесный отпор обидчику? Парню – общаться с девушкой, чтобы ей понравиться? Бизнесмену – убедить потенциального партнера по бизнесу подписать сделку? Школьнику – уверенно отвечать на уроки? Депутату – выступить на политических дебатах? Ответчику – отстаивать интересы в суде? Артисту – увлечь зрителей во время своего выступления? Учителю – собрать внимание учеников, продавцу – реализовать товар, журналисту – взять интервью, следователю – провести допрос подозреваемого и, в конце концов, простому смертному – получить справку в МФЦ?

На эти и другие вопросы есть ответы в ораторском искусстве. Естественно, в таком маленьком пособии мы не сможем осветить все эти темы, так как каждая из них достойна отдельной книги. Однако, в этом курсе описана базовая стратегия 7 шагов, которая поможет подготовиться практически к любому публичному выступлению или коммуникации с людьми в принципе. Дочитайте этот курс до конца, и после практики принципов описанных в нём, вы однозначно сможете оказывать больше влияния на людей и добивать-

ся своих созидательных целей.

Глава 2.

7 шагов к успешному выступлению

Базовая стратегия публичных выступлений. Дорогие друзья, предлагаю вам 7 шагов, которые помогут добиться успеха:

- 1. Определите цель выступления.**
- 2. Выясните причины, по которым вы хотите выступить, чего вы хотите добиться. Также мотивацию аудитории, почему она вас должна слушать.**
- 3. Установите срок.**
- 4. Подготовьтесь, соберите информацию.**
- 5. Составьте план выступления.**
- 6. Репетируйте.**
- 7. Выступите.**

Пройдемся по каждому из пунктов.

Глава 3.

Шаг 1. Определить цель

«Если корабль не знает, к какой пристани он держит путь, никакой ветер для него не будет попутным» (Сенека-младший, римский философ-стоик, поэт, государственный деятель).

Какие бывают основные цели в публичных выступлениях? Их четыре. Первое – проинформировать. Второе – развлечь. Третье – убедить. Четвертое – протокольно-этикетная цель.

Это может быть соблюдение традиций. Торжественные речи, приветственные, траурные, хвалебные. Также их используют, когда нужно представить какого-то нового человека. Когда говорим мы вдохновляющую речь для студентов-выпускников, чтим память погибших в сражениях во время Второй мировой. Итак, возьмем конкретную ситуацию. На некоего мальчика напал хулиган и отобрал велосипед.

Наша цель – проинформировать. Например, полицейский может на планерке сказать своим сотрудникам: «Коллеги, поступило заявление об избиении мальчика 12 лет по улице Карла Маркса, дом 8, днем, в 15:00, и краже велосипеда. Нужно установить личность подозреваемого». Другая цель – развлечь. Артист стендап-комедии может сказать, что один

мальчик катался на велосипеде, его избил хулиган и украл велосипед.

Мальчик пытался сопротивляться, недавно он записался на карате. К сожалению, был всего на одной тренировке и успел только поклониться хулигану.

Если наша цель убедить, например, спортивный тренер хочет, чтобы к нему в секцию самбо записалось больше ребят, он может сказать школьникам: «Ребята, вы слышали новость? Парень из вашей школы вышел во двор погулять, и его побил сосед и забрал велосипед. Этот мальчик никогда не занимался спортом, поэтому не смог дать отпор. Записывайтесь в секцию самбо, для того чтобы уметь постоять за себя».

Если наша цель протокольно-этикетная, нужно, например, поделиться своим опытом со слушателями и вдохновить их, то мы используем такой пример. Допустим, это торжественная вдохновляющая речь на дне встреч выпускников.

Представим, этот мальчик, потерпевший, сам про себя может сказать: «Много лет назад, когда я был в восьмом классе, на меня напал мальчик и отобрал велосипед. Сначала я очень расстроился, мне было обидно, ведь велосипед был дорогой, его мне подарил папа на день рождения. Однако я тогда решил, что больше никому не позволю дать себя в обиду, и записался в секцию борьбы. Я завоевал титул чемпиона страны через 4 года занятий. Потом нашел себе много дру-

зей. Позже я стал предпринимателем и открыл, представляете, свой магазин велосипедов. Не знаю, стал бы я тем, кто я сейчас есть, и смог бы добиться таких результатов, если бы не тот случай с велосипедом. Ребята, какие бы трудности в вашей жизни ни встречались, не отчаивайтесь, задавайте себе вопросы: какой урок я могу извлечь из ситуации, чему я могу научиться? Работайте над собой, вы сможете обернуть поражение победой, сделайте из лимона лимонад!»

Как видите, ситуация одна и та же, однако в зависимости от того, какая цель выступления, нам следует преподнести информацию с разными акцентами – больше на фактах, где-то на эмоциях. Или используем и то и другое, чтобы добиться максимального результата.

РЕЗЮМЕ:

Цели публичных выступлений:

- 1. Проинформировать.***
- 2. Развлечь.***
- 3. Убедить.***
- 4. Соблюсти традиции.***

Глава 4.

Вывод

Итак, сформируйте цель своего выступления и подберите соответствующий формат повествования.

Глава 5.

Шаг 2. Выяснить причины / мотивацию

Задайте себе вопросы. Для чего нужно достичь цели? Что приятного будет, когда я ее достигну? Или какую боль испытаю, если не достигну? Один из философов как-то сказал: «Если узнаешь зачем, тогда поймешь любое как». Имея веские причины для достижения цели, мы резко повышаем шансы на ее достижение.

Если нам нужно пробежать 100 метров за 13 секунд, чтобы получить 5 баллов на уроке физкультуры, то это одна мотивация. А если требуется спастись от злой собаки, то уровень энергии совсем другой. Действия те же, а мотивация и результаты совсем разные. В первом случае, чтобы показать максимальный результат, возможно, нам потребуется несколько попыток, а во втором хватит и одной, чтобы выложиться на все 100. Еще можем и рекорд поставить.

Как применять этот принцип в публичных выступлениях? Думаю, большинство людей, у которых нет проблем с психикой, испытывают волнение во время публичных выступлений. Это нормально. Психологи говорят, что страх выступлений перед публикой по уровню стресса находится на втором месте после страха смерти. Ведь мы в каком-то смысле

противопоставляем себя толпе.

А в древности, если ты становишься против толпы и представляешь какую-то угрозу, тебя изгоняют из стаи, и тогда ты обречен на гибель. Сейчас ситуация изменилась в социальном плане, никто не запрещает иметь свое мнение и высказывать его, но инстинкт самосохранения действует и по сей день.

Где-то он нам помогает, чтобы люди не прыгали из окон, не бросались под машины, а где-то сильно мешает, когда он сковывает нас, мы волнуемся чрезмерно на экзамене, в институте или во время важной встречи. Однако с этим можно и нужно работать. Было ли у вас такое, что вы боялись идти с кем-то на конфликт, но если обижали ваших друзей, родственников, то вы, не задумываясь, шли на обострение ситуации, желая защитить своих любимых?

Когда мотивация начинает перевешивать страх, в таком случае намного легче преодолеть свои сомнения. Возьмем, например, двух торговых представителей, которые продают медицинское оборудование. Одного зовут Иван, а другого – Петр. Их цель – продать как можно больше аппаратов для диагностики. Иван хочет открыть свой бизнес, закрыть ипотеку, поменять колеса на авто, съездить всей семьей в путешествие, приобрести квартиру для своей дочери, которая скоро поступит в институт.

У него много разных целей. Петр живет с родителями, жены и детей нет. Родители его кормят, дают деньги, целей осо-

бых он не ставит. Как вы думаете, у кого больше шансов продать и заработать? Думаю, ответ очевиден.

Конечно, на успех в продажах влияет много факторов.

Нужно знать свой продукт, понимать целевую аудиторию, уметь общаться с разными людьми, понимать их психологию. Однако мотивация более мощная у Ивана, так как его цели долгосрочные, более масштабные, причины более веские, чтобы бороться за своего клиента, ведь если он не продаст, то семью кормить будет нечем, не получится оплатить ипотеку, он думает не только о себе, но и о своих близких.

Важно, чтобы ваша мотивация была двухсторонней со знаком плюс и минус.

Например, мы говорим подростку: «Если будешь бегать по три километра на протяжении двух месяцев, то я куплю тебе новый телефон». Ребенок посмеется и скажет: «А мне и со старым неплохо живется». А вот если мы скажем, что если он не будет заниматься регулярно спортом, то мы отберем у него старый телефон или приставку.

О-о-о, ну тогда больше шансов, что он отреагирует на такой призыв и задумается.

Этот пример немного похож на манипуляцию, чтобы подвигнуть ребенка заниматься спортом, конечно, лучше работать с его ценностями и убеждениями. При этом я привел такой пример для наглядности работы принципа мотивации от нежелательного состояния к желательному. Когда мы определили цель своего выступления, то запишем на бу-

маге, что будет хорошего, когда я добьюсь этой цели.

«У меня купят товар, и я смогу на вырученные деньги приобрести новый ноутбук». Или: «Я смогу убедить своих избирателей, и они за меня проголосуют на выборах». Или: «Я выступлю с вдохновляющей речью перед своими сыновьями, и они станут лучше учиться в школе».

Также пишем, что будет плохого.

«Если я не смогу убедить своих сотрудников пройти обучение по продажам и ораторскому мастерству, то выручка будет падать». «Не убедив девушку в серьезности своих намерений, я не смогу на ней жениться и завести семью». Или: «Если я пойду в клуб, вместо того чтобы готовиться к экзамену, то меня выгонят из института и нужно будет идти в армию». Вы создаете мотивацию к чему-то хорошему, вдохновляющему и мотивацию от чего-то отталкивающего, грустного, неприятного.

Итак, свою мотивацию вы определили, теперь стоит определиться с тем, чтобы понять, а почему аудитория должна меня слушать, что полезного она получит в результате моего выступления, что сможет положительного приобрести или чего вредного избежать.

Зная потребности своей аудитории, оратор будет увереннее себя чувствовать во время выступления, ему станет легче строить свою аргументацию во время подготовки к выступлению. Например, диетолог, рассказав о своей системе похудения, поможет узнать людям о том, как сбросить

лишний вес и укрепить здоровье. Его система питания поможет избежать накопления холестерина и сердечно-сосудистых заболеваний.

РЕЗЮМЕ:

Найдите свои серьезные причины и мотивацию ваших слушателей, тогда страх вам не будет помехой, а, наоборот, даст дополнительную энергию.

Глава 6.

Шаг 3. Установить срок

«Когда-нибудь» значит «никогда». Третий шаг. Установите срок. Подсознание лучше работает, когда есть конкретная дата выступления. Замечали, когда есть дело, которое вам не хочется выполнять (например, готовиться к экзамену по математике, платить штраф за парковку в неположенном месте), нам хочется отложить это подальше, пока задача уже не станет срочной.

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.