

Леонид СМЕХОВ



**ГОВОРИ  
КРАСИВО**

**ТЕХНИКИ  
ПУБЛИЧНОГО  
ВЫСТУПЛЕНИЯ**

**Леонид Владимирович Смехов**  
**Говори красиво: техники**  
**публичного выступления**  
**Серия «Лучшие медиа-книги»**

*текст предоставлен правообладателем*

*[http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=68328626](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=68328626)*

*Леонид Смехов. Говори красиво: техники публичного выступления:*

*Издательство АСТ; Москва; 2022*

*ISBN 978-5-17-148129-2*

### **Аннотация**

Леонид Смехов – эксперт в области ораторского искусства с международной практикой, почетный профессор Института Бизнеса РАНХиГС.

«Завтра ваше выступление. Идите подумайте, что будете говорить, времени осталось мало». Вряд ли бы вы испытали душевный подъем, услышав эти слова в свой адрес. Для кого-то страх публичных выступлений сильнее любого другого. Причины этому могут быть разные: непонимание, как подготовиться, чтобы и важное сообщить, и людей увлечь, и всё логично-убедительно донести, и запомниться публике первоклассным оратором, и ничего не забыть. Именно эти задачи поможет вам решить книга «Говори красиво». Автор разбирает процесс создания выступления так, чтобы начинающий спикер мог самостоятельно

подготовиться к нему, а опытный – отточить своё умение и привнести в сложившийся стиль новые яркие инструменты.

В формате PDF A4 сохранён издательский дизайн.

# Содержание

Знакомство	6
РАЗДЕЛ I. Речевая ситуация. Цели и образ оратора	9
1. Цель и задачи выступления	9
2. Оратор – аудитория – тема	15
3. Образ оратора. Внешний вид	21
4. Голос, дикция и темп	27
5. Поза и жесты	34
6. Взгляд	41
7. Уверенность и интонации	47
Конец ознакомительного фрагмента.	49

**Леонид Смехов**

# **Говори красиво: техники публичного выступления**

© Леонид Смехов, текст, 2022

© ООО «Издательство АСТ», 2022

*В тексте упоминаются сервисы (Facebook и Instagram), принадлежащие экстремистской организации Meta, деятельность которой на территории Российской Федерации запрещена.*

**\* \* \***

*Моим ученикам, у которых я с радостью учусь*

# Знакомство

Здравствуйте, я Леонид Смахов – преподаватель ораторского искусства, почетный профессор Института бизнеса и делового администрирования РАНХиГС.

Риторикой занимаюсь с 14 лет. Во время учебы в МГУ она стала моей специальностью. С 2006 года я преподаю ораторское искусство в России и за рубежом: готовлю к выступлениям бизнес-лидеров, крупных политиков и экспертов в самых различных областях. Но особенно сильно я люблю свою работу за то, что она волшебная. Наверняка вы в детстве читали сказки, где с помощью заклинаний можно было творить чудеса. А ведь эти чудеса подвластны всем, кто владеет словом. Но не каким угодно, а грамотным, уместным, убедительным и, конечно, красивым.

Инструменты, которые вы найдете в этой книге, помогут выступать логичнее, ярче и убедительнее. Потому что ее цель – не только дать конкретные, уже готовые инструменты. А еще и расширить, пополнить ваш личный инструментарий так, чтобы вы сами смогли придумывать уже что-то свое, что помогало бы уже конкретно вам. Невзирая на то, опытный вы спикер или только начинаете увлекательный путь на сцену. И если вы будете честно следовать всему, о чем мы здесь собираемся говорить, вскоре вы почувствуете себя настоящим волшебником.

Пару слов о структуре. Эта книга состоит из шести разделов. Все они логически связаны. Поэтому, если что-то стало непонятным, возвращайтесь немного назад и освежайте в памяти прочитанное. Весь материал подобран таким образом, чтобы охватить главные темы и популярные вопросы, звучащие на моих тренингах по публичной речи.

Начнем с образа оратора и посмотрим, как можно сформировать у публики нужное впечатление. Поговорим о вербалике и невербалике, о звуках-паразитах, об уверенности и способах расположить аудиторию, чтобы нас воспринимали так, как мы сами хотим.

Второй раздел будет посвящен анализу предстоящей аудитории, подготовке к выступлению и работе с волнением – это даст возможность глубоко и серьезно подготовиться к любому выступлению и минимизировать риск оплошать.

В третьем разделе поговорим о создании речи и о том, как лучше начать выступление, потому что грамотное начало – половина успеха.

Дальше разберемся в тонкостях композиции, научимся выстраивать свои мысли в изящную структуру и посмотрим, что делает нашу речь красивой, чтобы увлекать слушателей и изъясняться логично, даже импровизируя.

А в пятом разделе речь пойдет об одной из моих любимых тем – о техниках убеждения. Что и как говорить, чтобы нам поверили, и почему не всегда получается переубеждать.

Ну а завершат нашу книгу методика работы с залом, отве-

тов на вопросы, в том числе на неудобные, и, конечно, тема концовки речи. Почему она важна и как сделать так, чтобы наше выступление запомнилось.

Начнем.



# **РАЗДЕЛ I. Речевая ситуация.**

## **Цели и образ оратора**

### **1. Цель и задачи выступления**

Как вы думаете, что самое важное при подготовке публичного выступления?

Кто-то скажет: «Настроиться на нужный лад!» И будет прав, потому что настроение очень важно: оно передается нашим собеседникам.

Кто-то возразит: «Да нет, надо заранее написать тезисы или даже речь целиком и хорошо отрепетировать ее!» И будет тоже прав, потому что не зря говорят, что лучший экспромт должен быть хорошо подготовлен, а повторение – вообще мать учения.

Наверняка сейчас кто-то из вас сидит, улыбается и думает: «Ну я-то знаю, что самое главное – подготовить крутую презентацию. Люди же в основной своей массе визуалы, им важна красивая картинка».

И это тоже правда! Красивые слайды, а также ваш внешний вид и даже антураж выступления серьезно влияют на успех всего публичного действия.

Но самое главное на этапе подготовки все-таки не это.

Представьте, что у вас запланирована на воскресенье туристическая поездка в соседний город. И вот вы просыпаетесь рано утром с боевым настроем, собираете вещи в дорогу, как вдруг звонок – и путешествие по какой-то объективной причине внезапно отменяется.

Вы ведь знаете это состояние, когда весь день был занят планами и вдруг освобождается? Вы в растерянности. Что делать? Чем заняться? Выходной – у всех уже свои планы. И вы начинаете маяться. То одно поделаете, то другое. Настроение потеряно, а все ваши действия ни к чему не ведут. Дурацкий день.

Знакомо?

Когда у действий нет цели, мы застреваем в бесконечном процессе. Поездка в другой город – это цель. Вы к ней готовились, к ней шли. Но эта цель исчезла, а новая не появилась. И вы старательно пытаетесь ее себе придумать, чтобы спасти свой выходной день.

Постановка цели нужна, чтобы понимать, куда вы двигаться. Сформулировать цель важно в любом деле – от похода в магазин до разработки плана развития компании, от делового разговора тет-а-тет до публичного выступления перед огромным залом. Но! Бывают ситуации, когда процесс общения сам становится целью. А когда это бывает?

Ну, например, когда вы приходите на встречу выпускников и разговариваете с бывшими одноклассниками. Для чего обычно приходят на подобные встречи? Повидать своих,

почувствовать себя снова юным, ну и, скажем честно, иногда посмотреть, насколько остальные выглядят хуже вас. Понятно, что никто не будет там слушать длинные речи. Народ пришел ради общения. Вот это общение и будет целью. А начнете длинно говорить – вас рано или поздно перебьют. Не верите? Проверьте.

Итак, самое важное на этапе подготовки выступления – сформулировать его цель.

А что такое цель выступления? Расположить к себе публику? Это может быть целью? Или, например, ничего не забыть и хорошо выступить? Цель?

Когда я готовлю к публичному выступлению разного рода руководителей, то смотрю на своих слушателей как на людей, в первую очередь знающих, что такое цели и целеполагание. Ну, или по крайней мере думающих, что знают, пока я не задаю им один вопрос...

Тогда я им говорю: представьте, что вы выступаете перед молодежной аудиторией с мотивирующей речью о пользе бега по утрам. Скажите, какой может быть цель такого выступления?

И тут звучат ответы:

– Цель – убедить!

– Нет, цель – повлиять!

– Моя цель – вдохновить их бегать!

А некоторые приверженцы жесткого стиля управления даже говорят: «Моя цель – **заставить** их бегать». (Сочувствую

их подчиненным.)

Вот представьте: в аудитории сидит 25 топ-менеджеров крупных компаний. Из них обычно только двое-трое говорят: «Цель – чтобы они побежали».

То есть, конечно, если вы производитель спортивной одежды, то вашей целью в данном случае может быть, к примеру, повышение продаж определенной модели кроссовок. Или вы можете искать себе компанию для пробежки – это тоже может быть целью.

Но в любом случае варианты «убедить», «вдохновить», «повлиять» – это не цели. Это – задачи. И многие из нас на самом деле путают цели с задачами.

Поэтому давайте разграничим. Что такое цель?

Цель – это некий итог. Измеримый результат. То, что будет после занавеса. Те действия, которые произойдут в результате нашего воздействия на слушателей.

Для достижения целей существуют этапы, ступеньки. А вот это и есть задачи. Поэтому если мы говорим о публичном выступлении, то «расположить публику», «ничего не забыть», «хорошо держаться», «быстро реагировать на реплики и отбивать их» – это не цели, а задачи. Задачи, которые нужны нам для чего-то. Для того, чтобы что-то в результате этих шагов произошло. А вот что именно должно произойти, мы сформулируем в своей цели.

Как лучше сформулировать цель выступления?

Один из самых простых способов – использовать модель

S.M.A.R.T., которую, уверен, вы знаете и применяете у себя в работе, чем бы вы ни занимались.

SMART – это аббревиатура, которая расшифровывается как Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time bound.

То есть наша цель должна быть:

*Четко сформулированной.* Это нужно для точного понимания и видения результата. Например, подписать договор. Сформулировали? Сформулировали.

*Измеримой.* Когда меня просят о частной консультации, я всегда спрашиваю: что будет считаться результатом успешной работы? И получаю конкретный ответ. Задавать границы результата необходимо, с одной стороны, для его более конкретного осмысления, с другой – чтобы не надорваться от непосильной и нереальной ноши.

*Значимой.* Выступать ради того, чтобы просто не забыть текст? Скажите, а оно правда того стоит? Вы можете влиять на умы людей, а говорите с ними только для того, чтобы рассказать заученный текст, не забыв его? Согласитесь, как-то мелко. Ставьте себе значимые цели и получайте удовольствие от их достижения.

*Достижимой.* То есть мы должны понимать, что своим выступлением перед вот именно этой аудиторией мы точно сможем добиться конкретного и реального результата.

*Ограниченной во времени.* Результат может быть сейчас – к примеру, вы подписали нужный контракт, – а может быть от-

ложенным или даже растянутым во времени, но всегда ограниченным. Например, повысить продажи кроссовок определенной модели в два раза в этом квартале. Все, квартал закончился, подводим итоги.

Цель строится на стыке того, что вы можете дать, и того, что способна сделать ваша аудитория. И если ваша цель расходуется с потребностями ваших собеседников, значит что? Правильно, эту потребность необходимо создать. Ровно так Стив Джобс и поступал со своими революционными продуктами. Как вы помните, когда-то никто не мог представить, что телефон без кнопок вообще кому-то будет нужен. Как по нему звонить-то, без кнопок? А теперь посмотрите, что у вас сейчас в руках или лежит рядом. Вот и пример созданной потребности, о которой публика и не думала.

Итак: четко сформулированная цель – основа любого хорошего выступления. Начинайте подготовку именно с целеполагания. Формулируйте цель под аудиторию и ее возможности, расписывайте себе шаги-задачи. Так вы сможете выбрать нужный путь к сердцу своих слушателей и прийти к победе.

## 2. Оратор – аудитория – тема

Презентация проекта перед руководством. Лекция TED. Выступление на митинге над бушующей толпой. Переговоры с клиентом в тихом стильном офисе. Казалось бы, совершенно разные вещи, правда? Разные форматы, разные условия, разные жанры. Но на самом деле все эти сюжеты стоят на одном и том же фундаменте под названием «оратор – аудитория – тема».

Любой диалог тет-а-тет, любое публичное выступление, даже душевная беседа с самим собой состоит из этих трех компонентов. И каждый из них необходимо анализировать и учитывать.

Например, убрали мы оратора, оставили только аудиторию и тему. Что получается? Публика в ожидании спикера. Тема известна, и публика ее обдумывает или обсуждает. Как перед уникальной лекцией известного на весь мир специалиста. Все сидят и шушукаются в нетерпении: «О чем он будет говорить? А хорошо бы вот об этом». Или наоборот: «Почему профессор филологии собирается говорить об аналитической геометрии? Странно, странно. Подождем, наверное, здесь какая-то ошибка. Но интересно, вдруг так задумано?»

Но вот к публике выходит оратор, и все становится на свои места.

А если есть оратор, есть аудитория, но нет предмета обсуждения? Тогда либо все молчат, либо пытаются найти какие-то общие темы. Оратор здесь может делегировать свою роль аудитории, став модератором какого-нибудь обсуждения, а потом снова принять на себя главенствующую роль, как часто бывает на групповых тренингах.

Ну а если есть оратор и тема, но нет аудитории, то это, скорее всего, подготовка к выступлению. Это вы стоите перед зеркалом или видеокамерой и репетируете речь, адресованную какому-то собеседнику или группе людей.

Суть этих трех элементов – оратор – аудитория – тема – в том, что они взаимосвязаны и взаимозависимы. Они влияют друг на друга. Значит, речь, направленная на определенную аудиторию, другой попросту не подойдет.

Любимый пример: когда моя мама была маленькой, она часто оставалась в гостях у своих дедушки с бабушкой. Ее дед, а мой прадед, Борис Моисеевич Смахов, был крупным ученым-экономистом. И как-то раз мама не могла заснуть и попросила дедушку почитать книгу. Дедушка сказал: «У меня нет детских книжек. Но завтра на кафедре я выступаю с докладом на тему логики планирования. Если хочешь, я его тебе прочту». Пятилетнему ребенку было не очень понятно, что сказал дедушка. Но раз хочет что-то прочесть – отлично, пускай читает.

Сон накрыл внуку примерно в через минуту.



А на следующий день кафедра рукоплескала моему прадеду, осыпая его комплиментами за прекрасный и такой полезный с точки зрения науки доклад. Докладчик же выдержал паузу, улыбнулся и ответил: «Вот вы меня хвалите, говорите о пользе моего исследования... а я вам сейчас расскажу о его истинной ценности... Есть у меня внучка Леночка...» И рассказал под смех аудитории историю вчерашнего убаюкивания.

Поэтому все параметры диалога, или, как они называются в академической риторике – параметры речевой ситуации – должны быть четко выстроены подо что? Правильно, вы уже знаете. Под конкретную цель. Меняется один параметр – меняются и остальные.

Вот поменялась аудитория – и вы уже не можете говорить то, что хотели, или так, как хотели. Например, настолько же глубоко уходить в детали, потому что публика оказалась неподготовленной. Или наоборот. Однажды меня пригласили в Ростов-на-Дону на фестиваль русского языка. И, помимо всего прочего, мне предстояло прочесть лекцию о техниках убеждения в институте повышения квалификации. Я спросил: «Кто будет в зале?» Мне ответили: «Ростовские предприниматели». Отлично! Я уже придумал, что им расскажу полезного.

А пришли мои коллеги-филологи, преподаватели университета. А что это значит для меня как для оратора? Могу ли я им раскрывать тему, которую приготовил? Могу, потому

что цель моего выступления – информирующая, то есть чтобы у аудитории появились новые, полезные для повседневного общения знания. Но если я выступаю перед коллегами, значит, я должен менять форму подачи. Потому что азы они знают и так. И я радостно ушел в специфические темы, нырнул в самую глубину. И все остались довольны. А что произошло? Поменялась аудитория – а за ней и манера подачи темы, и ее глубина.

А можно ли определить, о чем и как разговаривать с теми или иными людьми? Как найти к ним подход и точки соприкосновения?

Отвечаю решительно: не только можно, но и нужно. И мы это обсудим во втором разделе книги.

С аудиторией разобрались. А если поменялась тема? И публика ждет рассказа не о том, что вы готовили, а о чем-то другом, важном для себя? А вы что-то об этом читали, но поверхностно. Что делать?

Тут уже надо смотреть на обстоятельства. Иногда можно все-таки вывести на свою первоначальную тему. Но сначала надо обосновать слушателям, почему именно так. Почему сейчас это важнее. Либо же отказаться от выступления. Выступать по малознакомой теме не только непрофессионально, но и может быть попросту опасно для вашей репутации.

А что же с параметром «оратор»? Что в нем можно поменять?

На самом деле очень многое. В зависимости от ожиданий

и особенностей аудитории для достижения поставленной цели вы можете менять свой внешний вид или манеру общения. Например, надеть на встречу не костюм, а что-то менее официальное. Или общаться простым и легким языком вместо тяжелого бюрократического. И наоборот. И это возымеет эффект!

Знакомый врач рассказал: привезли к ним как-то в отделение пьяного хулигана. Хулиган успел подраться: на голове зияла свежая рана, но медсестер к себе он не подпускал. Бунтарь махал на них руками и грозил страшной расправой. Изъяснялся же при этом исключительно на тюремном жаргоне. Что делать? Пациент явно не в себе, но помощь-то ему оказать надо – кровь идет.

Тогда решили вызвать психиатра. Психиатр подошел к раненому хулигану, внезапно для всех сел перед ним на корточки и заговорил на таком же блатном языке. Причем искусно и очень убедительно – да так, что буян наконец затих, слушая, как доктор раскладывает ему ситуацию «по понятиям». После чего наконец дал себя перевязать и дальше вел себя спокойно.

Разумеется, врач не сидел в тюрьме. Но психиатру приходится общаться с такими разнообразными собеседниками, что ему просто необходимы богатый социальный багаж и умение говорить с разными людьми на их языке. И этот навык у него был, он помогал ему в работе. Поэтому, если вы в себе и своих возможностях не уверены – не переходите

те на язык собеседника, если он отличается от вашего. Оставайтесь собой – с тем лексиконом, который вам привычнее. А вместе с тем расширяйте свой социальный и коммуникативный кругозор.

Итак, мы поняли, что успех любого диалога зависит от того, насколько хорошо вы просчитали базовые параметры: особенности аудитории, темы и оратора.

Вот на ораторе мы задержимся чуть дольше и разберемся, как нам создать то впечатление, которое хотим.

Как говорится, не переключайтесь.

### 3. Образ оратора. Внешний вид

Первое впечатление о новом человеке. За какое время оно обычно у нас складывается?

Когда я задаю этот вопрос у себя на тренинге, то ответы звучат самые разные. Кто-то говорит: «Минута». Другой не соглашается: «Да нет, минута – это долго. Секунд двадцать-тридцать». «Пара секунд», – возражает третий участник. Но все соглашаются с тем, что первое впечатление на то и первое, что складывается за какие-то первые мгновения. То есть сразу, как только мы увидели кого-то нового.

Первое впечатление тем и уникально, что влияет на наши последующие отношения.

Конечно, потом в процессе общения оно может отойти на второй план. Например, человек вам не понравился, а спустя время вы поняли, что он вполне приятный и интересный. И вы общаетесь.

Но что произойдет, если вы с ним поссоритесь? Наверняка даже спустя годы вы вспомните свое первое впечатление и подумаете: «А ведь он мне тогда сразу не понравился». Правда же? А еще в народе говорят: «Первое впечатление – самое верное». И несмотря на то, что это не всегда так, многие этому утверждению верят. А почему не всегда так? Потому что на нас постоянно влияют разные обстоятельства. Представьте, что вы на мероприятии и у вас заболела голова. Любой

шум вас раздражает, вы отошли в сторонку и отдыхаете. И тут к вам подходит знакомиться шутник и балагур. Каждое его слово отдается болью в вашей голове. Он вас раздражает и, сам того не желая, становится вашим мучителем.

А теперь представьте другую ситуацию: вы в прекрасном настроении, кругом праздник, и тут вы встречаете вот этого самого весельчака, который оказывается как нельзя кстати.

Как вы его воспримете в первом и втором случае? Согласитесь, что в первом случае он вызовет у вас скорее негативную реакцию. Хотя человек в обеих ситуациях будет один и тот же. А о чем это нам говорит?

На наше восприятие других людей влияют не только эти самые люди, но и масса других факторов: наше состояние, окружающая обстановка, даже наш жизненный опыт.

Вдруг у нас когда-то был негативный опыт общения с человеком, который выглядел точно так же, как наш новый знакомый? И мы невольно на него проецируем свой негатив из прошлого.

Но, выходит, мы никак не можем повлиять на впечатление, которое сами производим на других?

Конечно можем. И для управления этим впечатлением нам в первую очередь нужно продумать и проработать свой внешний вид.

Одежда, которую мы надеваем на свое выступление, должна быть не просто красивой и удобной. Она должна

быть уместной. Не зря в народе говорят: «Встречают по одежке». Значительную часть информации мы воспринимаем визуально. А значит, первичное воздействие должно быть на визуальный канал. Одежда, телосложение, аксессуары, наша осанка и походка, прическа и так далее – все это нами подмечается у других людей порой даже незаметно для нас самих. И постепенно обрабатывается мозгом, выдавая в сухом остатке тот или иной вывод о человеке.

Одежду можно подбирать под нормы общества, а также под шаблоны и стереотипы аудитории. Попадание в такой шаблон повысит доверие к вам и к вашим словам. Вспомните рекламу жевательной резинки. На экране человек в белом халате и, скорее всего, в очках (потому что так он выглядит умнее и значительнее). И вот человек в белом халате говорит вам что-то вроде «Каждый раз после еды ваши зубы подвергаются разрушительному воздействию...» и что-то там еще о здоровье зубов. Кто этот человек? Ну понятное дело: стоит в белом халате и рассуждает на медицинскую тему. Конечно, врач! Там даже внизу для недоверчивых часто пишут: «Иван Иванов, врач-стоматолог».

А кто еще может быть в белом халате? Давайте подумаем. Мясник может быть? Может. Пищевик-технолог? Запросто. Уборщица? Ученый-химик? Конечно. Да и вообще любой человек, купивший себе белый халат. А психиатры даже шутят: «Кто первым надел халат, тот и доктор».

Теперь представьте, что тот же текст про здоровье зубов

произносит, например, железнодорожный рабочий в оранжевой жилетке. Вот ровно так же стоит и говорить: «Каждый раз после еды ваши зубы подвергаются...» И какой будет ваша реакция? Скорее всего, непонимание. Вы будете пытаться связать у себя в голове внешний вид спикера с тем, что он говорит. Но согласитесь, что такого доверия, как в случае с белым халатом, оранжевая жилетка не вызовет. Но так работают наши шаблоны восприятия, что одежда и вообще внешний вид спикера могут как повышать авторитетность его слов, так и понижать. Учитывайте это.

«А как же деловой стиль?» – спросите вы. Ну да, где-то есть свои дресс-коды, и люди не могут позволить себе, например, надеть яркий пиджак. Тогда они стараются выделиться по-другому: яркими аксессуарами – разноцветными носками, или индивидуальным пошивом одежды из дорогих материалов. Но строгие костюмы, принятые в некоторых кругах (например, у чиновников), обычно воспринимаются нейтрально, а в некоторых ситуациях могут и навредить.

Как-то раз мой знакомый решил организовать бесплатную юридическую помощь дачникам-садоводам. На встречи он надевал свой лучший костюм и приезжал в дачные товарищества. Там он убеждал людей вступить в его общественную организацию, защищать свои права и пользоваться его поддержкой совершенно бесплатно. Но почему-то первые его выступления не задались. Они вызывали у публики недоверие и даже отторжение. Тогда он спросил меня: в чем же де-



ло?

А теперь остановитесь ненадолго и скажите: в чем люди ходят на даче?

Нет, не просто в старом и ненужном. Есть у нас такая специальная категория одежды под названием «Да не выбрасывай, на дачу отвезем». И когда все вокруг одеты примерно одинаково по этой форме, то человек в дорогом костюме начинает диссонировать и подавать сигналы: «Я чужой, я чужой». А раз чужой – то явно жулики. И все его слова воспринимаются априори с недоверием. Мой знакомый это понял и стал одеваться на такие встречи проще. Во что-то более неброское и домашнее. И ситуация в корне поменялась. То есть этап верификации «свой/чужой» по внешнему виду он стал проходить успешно, и люди дальше уже были готовы его слушать.

Одежда и внешние аксессуары – это сигналы нашей аудитории. И если эти сигналы идут вразрез с представлением публики о том, как должен выглядеть человек, говорящий вот именно на эту тему, то первое впечатление будет негативным или как минимум нечетким. Люди будут пытаться разобраться, почему именно так, и доверие к вашим словам может понизиться. С другой стороны, имея сложившийся публичный образ в определенном сообществе, спикер может себе позволить выглядеть так, как ему удобно. Есть даже на эту тему такая шутка: «Часы за двадцать долларов на руке Билла Гейтса – это стиль. Часы за двадцать долларов на ру-

ке обычного человека – это просто часы за двадцать долларов». То есть в начале своего публичного пути вы должны четко подбирать одежду, соответствующую замыслу вашего выступления и ожиданиям аудитории. А со временем этот фактор будет влиять все меньше на впечатление о вас. Начнет работать ваш личный бренд.

Итак, как ни крути, нас встречают по одежке. Все сигналы, которые вы посылаете своим внешним видом публике, должны быть заранее продуманы. Тогда и управлять вниманием собеседников будет проще.

## 4. Голос, дикция и темп

Мы говорили о внешнем виде как о факторе, на который обращают внимание в первую очередь. Но если мы хотим удерживать внимание публики и вызывать у нее доверие, одного внешнего вида и глубоких знаний мало. Надо, чтобы наши слова долетали до публики, то есть словам нужен транспорт. А что это может быть за транспорт? Если мы свою речь пишем и отправляем адресату либо публикуем, то таким транспортом становится бумага или электронный носитель. Но письменная риторика – отдельный жанр, а мы говорим о ее устном разделе – о публичной речи. И в выступлении на публике транспортом, который доставит наши мысли целой аудитории, становится наш голос.

Глубокой работой с голосом и дикцией занимается особая дисциплина – техника речи. Лучше всего этот предмет преподают в театральных училищах. Вспомните своих любимых артистов – у каждого из них своя манера речи, свой уникальный и ни на кого не похожий голос. А вы можете себе их же представить произносящими свой текст так невнятно и тихо, что ничего нельзя было бы разобрать? «Да глупости, – скажете вы, – быть такого не может!» И правда – известные публичные люди знают, как это важно – хорошо и правильно звучать.

В советские времена особое внимание уделялось подго-

товке дикторов Гостелерадио. Голоса, звучащие в каждом доме большой страны, должны были быть идеальны по всем характеристикам. Поэтому даже если вы услышите более современные записи бывших советских дикторов, например Игоря Кириллова, Виктора Балашова или Анны Шатиловой, то вы непременно отметите прекрасные голоса и идеальное произношение, несмотря на их почтенный возраст. А все почему? Школа! Если вы хотите звучать красиво и выразительно, если хотите иметь четкую дикцию, необходимо этим регулярно заниматься. «А что нужно делать?» – спросите вы.

Начнем с голоса.

Всю жизнь мы разговариваем разными голосами. В детстве он один, с возрастом меняется. Заболели или выпили холодный напиток – хрипим и разговариваем басом. Долго выступали без подготовки – на следующий день общаемся исключительно шепотом. И так далее. На наше звучание влияет множество факторов.

А теперь скажите, нравится ли вам ваш голос в записи?

Готов поспорить, что вам он кажется каким-то чужим и не самым приятным, не имеющим никакого отношения к тому прекрасному и родному звуку, который вы привыкли слышать.

Когда заходит речь о самостоятельной работе, когда нужно отрепетировать речь, нам приходится прибегать к диктофону. Но слушать запись своего голоса – увольте! И наверняка вы хоть раз задавались вопросом: «Неужели я и правда

так ужасно звучу?»

У меня для вас хорошие новости. Звук собственного голоса вам не нравится, потому что записываете вы его, скорее всего, на телефон или самый простой диктофон. Ну подумайте, разве может этот крошечный микрофон передать все оттенки вашего звучания? Конечно нет. По-настоящему свой голос вы сможете услышать только на профессиональной технике, как на радио, например. И я вас уверяю: то, что вы услышите, если и будет отличаться от знакомого вам звука, то очень незначительно.

Чтобы хорошо звучать, важно делать упражнения.

Во-первых, это распевки. Если вы учились вокалу, то вы знаете сами, как это делать. А если нет – возьмите любое слово – вообще любое, хоть свое имя – и постарайтесь его повторять на сильном выдохе выше и выше, как будто вы его пропеваете. А когда дошли до самого верха, пойте вниз, до самой нижней своей границы. Это несложно – должно сразу получиться. Повторите это раза три, и диапазон вашего голоса немного расширится.

Второе упражнение позволяет усилить звучность голоса, то есть сделать его звучание более богатым и насыщенным. Для этого нужно пропеть по очереди буквы И, Э, А, О, У, Ы. Они имеют разную частоту, и наше тело своими резонаторами откликается на эти частоты по-разному. Но сначала – дыхание. На вдохе следите, чтобы плечи не поднимались, а живот надувался.

Это – наилучшая техника дыхания для долгого говорения. Если сразу не получается – надо лечь на спину и сделать вдох. В этом положении такое «дыхание животом» произойдет само собой. Когда встанете, вспомните всю механику и представьте, что во время вдоха у вас в животе надувается мячик. А во время выдоха старайтесь напрягать мышцы пресса, чтобы воздух выходил более интенсивно. Так вы сможете говорить громче, не нагружая при этом связки.

Ну что, прогреем резонаторы? Итак, вдох, и запели: «Ииииииииииии»... Пока воздух не кончится. Теперь – «ээээ», и так далее. Пройдите снова все буквы три раза.

После этих двух упражнений вы почувствуете, что голос стал звучать гораздо легче и богаче. Так нужно тренироваться каждый день.

Когда я работал телеведущим, моя коллега пришла на съемки после долгого мероприятия с севшим голосом. Я дал ей сначала распевку, а потом упражнение на прогрев резонаторов – и через 15 минут она зазвучала. Так что пользуйтесь на здоровье!

Теперь что касается дикции.

Лучший способ тренировать дикцию – делать артикуляционную гимнастику и следить за артикуляцией.

Многие из нас говорят, практически не разжимая зубов, а это неправильно. Рот должен обязательно открываться, нижняя челюсть – двигаться свободно, иначе звук будет сдавлен-

ный.

Наверняка вы слышали, что скороговорки хорошо тренируют дикцию. Это так, но только далеко не все из них.

Если я спрошу вас, какие скороговорки вы знаете, то наверняка вы вспомните Сашу, которая шла по шоссе, про дрова на дворе и так далее. Это уже даже не специальные упражнения, а часть фольклора. Но далеко не каждый из нас умеет эти скороговорки произносить быстро. Есть разные сочетания звуков, которые таким образом тренируются. Поэтому одну скороговорку вы произнесете быстро и уверенно, а на другой споткнетесь. Теперь о тренировке. Начинать нужно медленно. Сядьте в расслабленную позу или встаньте как вам удобно. Возьмите сложную для вас скороговорку и произнесите ее сначала медленно и четко. Потренируемся на моей любимой – «Еду я по выбоинам, из выбоин не выеду я». Давайте медленно, повторяйте за мной. «Еду я по выбоинам. Из выбоин не выеду я». Теперь быстрее: «еду я по выбоинам, из выбоин не выеду я». Если быстрее не получается, оставайтесь на той скорости, которая вам удобна. Ускоряйтесь постепенно. Как правило, нам неудобно из-за все той же нечеткой артикуляции. Когда тренируетесь, артикулируйте ярко, даже утрированно. Так вы заодно проведете хорошую разминку мышц лица. Но фольклорные скороговорки произносить не так сложно, как специальные дикторские. Они лишены смысла, и нам их труднее воспроизводить на высокой скорости. Например, ЗЖДРИ, ЗЖДРО, ЗЖДРУ или ПТКИ,

ПТКУ, ПТКО. Таких упражнений много, вы их можете найти в Интернете или узнать на специальных тренингах по технике речи.

Еще одна проблема кроется в мышечных зажимах. Поэтому постарайтесь максимально расслабиться во время тренировки.

Со временем вы сможете произносить любые скороговорки. Главное – помните, что четко говорить надо не только во время упражнения, но и в жизни.

Но есть секретный способ, позволяющий быстро сделать свою речь исключительно четкой, правда, лишь на определенное время. Наверняка вы слышали, что Демосфен набирал полный рот камней и с ними тренировал дикцию. Сегодня экология ухудшилась, чистых камней мало, поэтому используйте грецкие орехи в скорлупе или что-нибудь другое, что вы точно не проглотите во время упражнения. Задача – заблокировать рот в приоткрытом состоянии и создать помеху движению языка. Ваша речь должна звучать так, будто бы у вас полный рот горячей картошки. Когда вы все сделали верно и говорить вам стало тяжело, произнесите речь, с которой должны выступать, или прочтите вслух несколько газетных статей. Читать надо с выражением, с усилием, преодолевая помеху. На все упражнение – минут 15. После того как вы закончите и освободите свой речевой аппарат, вы услышите, какой четкой стала дикция. Любая скороговорка зазвучит так, будто бы вы заправский артист. Однако этот



эффект можно сравнить с разогревом перед силовой тренировкой. Если вы с утра сделали такое упражнение, а выступать планируете только спустя время, эффект пропадет. Вы остынете, как если бы, размяв мышцы в зале, отошли бы на часик-другой по делам, а потом вернулись бы жать штангу. Все-таки разминка с орехами – назовем ее так – имеет принцип обратимости. А это значит, что вам стоит ее использовать непосредственно перед важным выступлением.

Когда вы говорите, старайтесь придерживаться темпа 140 слов в минуту. Этот темп достаточно динамичный, но в то же время позволяет говорить четко и делать паузы, придумывая, что сказать дальше. Чтобы понять, что такое 140 слов в минуту, возьмите любой несложный текст и загрузите его в текстовый редактор. Там есть счетчик, ориентируясь на который можно оставить ровно 140 слов. Возьмите секундомер и начните читать. Как закончите – посмотрите, сколько времени прошло, успели вы или нет. Тренируясь таким образом, вы начнете чувствовать темп своей речи и владеть им для управления вниманием и восприятием своей аудитории.

Четкая речь и поставленный голос сделают ваше выступление ярким, доходчивым и убедительным.

Используйте только лучший транспорт для донесения своих мыслей.

## 5. Поза и жесты

Сигналы, которые мы посылаем аудитории своей мимикой, жестами и переменной позы во время выступления, называются невербальными.

С их помощью мы можем расположить публику или, наоборот, вызвать у нее отторжение. Можем управлять ее вниманием и формировать у нее впечатление о себе как о спикере. Уверенность и неуверенность, напряжение и свобода, доброжелательность и закрытость – все это считывается по нашей невербалике.

Вспомните себя во время выступления. Вы выходите, смотрите на аудиторию, начинаете говорить... и понимаете, что ваши руки вам мешают. Они какие-то громоздкие, неудобные и тяжелые, висят по бокам, а вы абсолютно не знаете, куда их деть.

Если вы сталкивались с этим чувством, то наверняка пытались найти рецепт в популярных книгах по языку тела. На рынке сегодня можно найти множество книг по невербалике. И если мы возьмем практически любую из них, то обнаружим что они, скорее всего, написаны в США. А что это значит? В первую очередь это означает, что подходят они в большей степени американцам же и их языку тела. А ведь в каждой культуре есть свои специфические жесты.

Например, полную открытость и искренность америка-

нец показывает, поднимая обе руки вверх, открывая ладони. Вспомните Стива Джобса на презентациях Apple. А что у нас такой жест означает? У нас своя история, порой суровая и трагическая, поэтому поднятые вверх руки зачастую подразумевают, что наш собеседник вооружен, а вам нужно сдаваться. Жест искренности и открытости двумя руками у нас тоже есть, просто руки находятся немного ниже. Чуть поджали плечи – и мы уже демонстрируем растерянность.

Сложенные щепоткой пальцы в нашей культуре почти не встречаются. Но первая ассоциация – Италия и итальянцы. Действительно, это распространенный в Италии жест, означающий некоторое эмоциональное усиление слов, раздражение. А когда я читал лекции по публичной речи в Лионском университете во Франции, то спросил местных студентов, что этот жест значит для них. Французы ответили хором: «Это что-то итальянское». А студенты с Ближнего Востока сказали: «Это значит “подожди”». И действительно, на Ближнем Востоке – от Израиля до Ливана – тот же самый жест означает «подожди», «остановись». Видите, как интересно получается!

Популярные книги по невербалике часто говорят, что закрытые жесты – это плохо. А что такое закрытые жесты? Открытая жестикуляция подразумевает свободу движений. Наши руки движутся, оживляя выступление. Закрытые жесты статичны. Когда мы общаемся, скрестив руки на груди или сведя их в замок, мы демонстрируем закрытую же-

стикуляцию. Но так ли закрытые жесты плохи? На самом деле все немного сложнее. В публичной речи, да и вообще в искусстве общения нет таких понятий: «плохо» и «хорошо», «правильно» и «неправильно». Есть скорее «уместно» и «неуместно». Коммуникация ситуативна. Помните, мы говорили о трех базовых параметрах – ораторе, аудитории и теме речи? Так вот, один и тот же жест в каких-то условиях может быть уместным, в каких-то – нейтральным, а в иных – вызвать негативную реакцию.

Посмотрите во время диалога на своих собеседников. Скорее всего, вы обнаружите, что часть из них сидит и слушает вас, скрестив руки на груди. Не потому, что они не согласны с вами. А потому, что им так удобно, тепло – у нас ведь вообще климат холодный... Да и иногда просто хочется обнять самого любимого человека – то есть себя.

Но, решив, что такой жест означает несогласие, вы можете начать переживать, что ваши слова кажутся неубедительными. А когда можно интерпретировать жестикуляцию наших собеседников? Когда мы можем учесть самые разные параметры ситуации.

Например, спонтанность жеста. Если вы что-то сказали своему собеседнику, а он отреагировал на это и словесно, и невербально, то соответственно этот жест может иметь какой-то смысл.

Однажды ко мне обратился известный ученый, который решил пойти в политику. Он подготовил программную речь

и попросил меня ее послушать и дать обратную связь. Речь эта, по всей видимости, ему самому нравилась. Говорил он с удовольствием. И, завершив выступление, спикер спросил меня с гордой улыбкой: «Ну как?» Я ответил: «Речь хорошая, но для массового зрителя слишком сложная. Вам нужно бы говорить проще». Он моментально сделал шаг назад, скрестил руки на груди и возразил: «Я умею проще».

То есть здесь невербальный жест – увеличение дистанции и скрещивание рук на груди – был напрямую связан с реакцией на мои слова. И реакция эта была комплексной, защитной.

Если же ваш собеседник просто меняет позы в процессе диалога, то это чаще всего процесс естественный, и особо фокусироваться на нем не стоит.

Тем не менее закрытые жесты имеют один значительный минус. Они делают ваше выступление визуально менее интересным. Когда мы говорим, мы и так занимаемся довольно неблагоприятным делом, воздействуя на вторичный канал восприятия, на аудиальный, то есть – на слух. Жесты помогают разнообразить картинку и влиять на главный, визуальный канал.

Но люди одинаково устают смотреть и на статичную фигуру, и на постоянно движущуюся. Здесь лучшее решение – чередовать статику и динамику. Постояли немного, потом прошлись. Показали что-то эмоционально рукой – перестали. Если выступаете сидя, то подключайте более крупные

движения корпусом: подачу вперед, повороты.

В любом случае ваши жесты должны быть умеренными и плавными. Жестами мы как будто дирижируем своей речью и показываем своим собеседникам, где у нас смысловые акценты.

Наиболее благоприятными жестами будут плавные, мягкие, уместные движения рук от себя к аудитории или же круговые. Когда ладони наши открыты, руки не напряжены и чуть подсогнуты, это выглядит эстетично.

Обратите внимание, что если у вас зажаты мышцы спины (например, в грудном или в шейном отделе от долгой сидячей работы за компьютером), вы будете выглядеть скованно, даже если жестикулируете. Поэтому – спасительный рецепт для свободы движений: бассейн, йога, регулярная растяжка, массаж.

Но даже несмотря на минусы, закрытые жесты могут стать элементом имиджа оратора и добавлять ему узнаваемости.

Вспомните Ангелу Меркель и ее сложенные в подобие расставленных шипов пальцы. Для собеседника не самый приятный жест, согласитесь. Как будто что-то острое и агрессивное направляется на нас.

Но те, кто интересуется политикой, увидев сложенные таким образом руки у оратора, скорее всего, вспомнят именно немецкого канцлера. Это уже цельный сформировавшийся образ. Также определенные жесты присущи и нашим поли-

тикам и артистам. Скажем, Жириновский имеет несколько очень характерных жестов – к примеру, он слегка поеживается, двигает плечами во время выступления, касается кончика носа. Артисты разговорного жанра выступают часто с рукой в кармане, держа в другой руке текст или жестикулируя ею.

Ну вот мы вышли к публике, и в самом начале выступления наши руки вдруг показались нам какими-то лишними и неуклюжими. Возникает вопрос: куда их пристроить, чтобы все выглядело гармонично?

Есть простой рецепт. Положите одну ладонь на другую и держите руки на уровне пряжки ремня. Это вполне удобная, эстетичная поза. Она придаст вам спокойствия и уверенности, потому что руки будут пристроены. Но стоять так во время выступления не надо. Это – стартовое положение, из которого вам будет комфортно выходить на более активную жестикуляцию. Руки у нас не должны быть крепко сжаты или напряжены. Пальцы не сплетены в «замок», а значит, мы выглядим и чувствуем себя свободно и уверенно. Если опустите руки ниже – это будет уже вратарь. А поднимете выше – торжественный работник ЗАГСа: «Сегодня у нас сочетаются браком...»

Также занять руки поможет пульт управления презентацией или маркер, если вы что-то пишете на доске или в чарте. Главное – не крутите его в руках и не делайте мелких движений, потому что люди, как кошки, станут смотреть на

то, что быстро движется, отвлекаясь от вас.

Работайте над жестами перед зеркалом, записывайте себя на видео, находите свои фишки и создавайте свой узнаваемый стиль.



## 6. Взгляд

Еще один важный элемент образа оратора – это взгляд.

Человек с открытым, ясным и прямым взглядом воспринимается благоприятно. Он спокоен, он явно честен и уверен в себе.

А про кого мы скажем: у него «глаза бегают»? Наверное, про того, кто кажется нам неискренним или напуганным. Такой человек либо делал что-то нехорошее и был застигнут врасплох, либо сильно волнуется. А раз волнуется, значит, что-то с ним не так. И мы начинаем додумывать за него: что же не так с нашим собеседником, раз у него глаза бегают? А у него вполне это может быть индивидуальной особенностью. Мой коллега, тренер по переговорам Владимир Козлов, говорил, что есть ораторы, говорящие с людьми, есть – говорящие с гномиками и глядящие куда-то себе под ноги, а есть – те, что говорят с ангелами и смотрят вверх при выступлении. Думаю, что вы встречали и первых, и вторых, и третьих. Ну так мы устроены. Опять же: книги по языку тела довольно категорично интерпретируют движения глаз во время диалога. Посмотрел в одну сторону – значит, вспоминает, в другую – лжет, и так далее. Но мы все-таки все живые и разные, поэтому смотрим тоже по-разному.

Как вы помните, наша задача при построении своего образа оратора – соответствовать представлениям своей ауди-

тории о том, что такое хорошо и что такое плохо.

Поэтому давайте же во всем разберемся.

Главное правило: когда говорите – смотрите на того, с кем говорите.

Во-первых, это вежливо. Во-вторых, вас становится лучше слышно, и это правда. В-третьих, взглядом вы держите внимание аудитории и даже управляете ею.

Если вас учили смотреть поверх голов на заднюю стенку, то так делать не стоит. И вот почему. Взгляду поверх голов учат артистов. Потому что в системе Станиславского происходит игра в четырех стенах, то есть зрителя вроде как нет и артист не должен на него смотреть. Но мы-то с вами – ораторы, мы не играем спектакль, а разговариваем. И разговариваем мы с людьми. А если мы будем смотреть мимо своих собеседников, то ни на кого в итоге не посмотрим. Взгляд наш будет направлен в никуда, и люди начнут отвлекаться, понимая, что вы общаетесь не с ними!

И уж, конечно, не нужно выбирать кого-то одного в пятнадцатом ряду, чтобы смотреть все выступление на него. Пожалейте человека, он ни в чем перед вами не провинился!

Смотрите на всех! Если у вас большая аудитория – несколько сотен человек, или средняя – человек двадцать пять – сорок, то, выходя к ней, перед началом речи установите визуальный контакт.

Запомните правило трех секунд.

Выйдя к аудитории, разделите зал на условные три

части: левую, правую и центральную. Еще до того, как вы начнете говорить, посмотрите три секунды на крайние левые места, затем три секунды – на правый край, а затем – охватите взглядом середину зала и еще через три секунды начинайте говорить.

За это время вас заметят, вы настроитесь на выступление и соберете аудиторию одним только взглядом.

Вы увидите людей, люди увидят вас, начало не будет смазанным.

Контакт установлен, можно начинать.

Во время выступления смотрите на каждого, не игнорируйте никого. У большой аудитории есть плюс: куда бы вы ни посмотрели, сразу нескольким людям кажется, что вы обращаетесь именно к ним. А это приятно.

В средней аудитории примерно то же самое. Смотрим на каждого, стараемся смотреть в глаза. Пока говорим, одну часть мысли доносим до одного собеседника, другую – до следующего, и так далее. Так мы охватим всех. Иногда, я слышал, на больших тренингах по публичной речи некоторые мои коллеги раздают слушателям теннисные мячики. И если оратор в течение двадцати секунд на вас не посмотрел, вы в него кидаете этот мячик. Так спикер запоминает, что смотреть нужно на каждого.

А есть люди, которые слушают вас с хмурым выражением лица. Как будто они с вами абсолютно не согласны. Вы можете испытывать дискомфорт от этого, но бояться здесь

нечего. Конечно, смотреть на кивающего или улыбающегося человека приятнее, это вдохновляет. Но многие люди выглядят сурово, когда особенно внимательно вас слушают, ловя каждое слово. Они сосредоточены, им интересно! Например, когда я себя впервые на фото со стороны увидел в зале на одной лекции, мне стало по-человечески жаль выступавшего. Я был внешне очень строг и суров. Хотя причиной тому был именно мой неподдельный интерес к теме.

Итак, с тем, как смотреть на большую аудиторию при выступлении, мы разобрались. А что делать, если у нас один собеседник или их двое-трое?

Если мы общаемся в тесном кругу, то смотреть нужно на каждого по очереди, как в средней аудитории. Никто не должен чувствовать себя покинутым. Если же собеседник у нас один, то в большинстве ситуаций следует смотреть в глаза.

В большинстве, потому что в разных культурах люди воспринимают взгляд глаза в глаза по-разному. Где-то это сочтут за вызов, где-то – за нарушение этикета. Например, в Саудовской Аравии женщинам не принято смотреть в глаза посторонним мужчинам. И если вам предстоит выступать перед иностранной аудиторией, изучите особенности кросс-культурной коммуникации, чтобы не попасть впросак.

Ну а во всех остальных случаях – прямой взгляд в глаза. Когда здороваемся за руку – смотрим в глаза, хотя – вы, наверное, обращали внимание – многие смотрят на само ру-

копожатие. Когда сдвигаем бокалы после тоста – смотрим в глаза. Когда слушаем – всегда смотрим в глаза!

А если смотреть чуть ниже, например на губы? Взгляд на область губ у собеседника противоположного пола может вызвать ощущение личного интереса – его разглядывают! Представитель вашего пола может в этом движении увидеть признаки неискренности. Почему? А скажите мне, если вы слышите фразу «Он спрятал глаза», вы представляете движение глаз вверх или вниз? Конечно, вниз. Даже не в сторону – потому что в сторону глаза не прячут, а отводят взгляд. Поэтому старайтесь не опускать глаза ниже уровня глаз своего визави.

А что делать, если взгляд у собеседника тяжелый? Бывает ведь и такое. Если взгляд глаза в глаза вызывает напряженность, рецепт простой. Смотрите чуть выше, на уровень бровей. Они расположены достаточно близко к глазам, чтобы не казалось, что вы в них перестали смотреть, но при этом напряжение уходит. Часто я слышу совет смотреть на переносицу. Разумеется, не себе – собеседнику. В жизни, к счастью, это мало кто использует, потому что выглядит такое со стороны довольно забавно, особенно вблизи.

И кстати, если вы в процессе разговора иногда отводите взгляд в сторону, это нормально. Вот буравить глазами собеседника – гораздо более странно. Так что можете взгляд отводить, но не слишком часто, чтобы это не выглядело суетой, которая, как мы помним, может означать вашу неуве-

ренность и снизит убедительность ваших слов.

Как видите – все просто. Надо только об этом помнить.

## 7. Уверенность и интонации

Знаете, какая самая частая ошибка у начинающих ораторов? Это не слова-паразиты. И даже не жесты. Чаще всего на тренингах, да и на публичных мероприятиях, я встречаю людей, которые неправильно интонируют.

Для чего нужна интонация? Ею мы сообщаем собеседнику подтексты, смыслы, свое отношение. Но, помимо этого, интонацией мы сигнализируем о своем состоянии. Уверены мы или волнуемся – наша интонация сообщит об этом окружающим.

И тут возникает проблема: мы отдаем отчет своим интонациям, потому что воспроизводим их интуитивно, а не осознанно. А почему мы их не осознаем? Потому что мы их не изучали. А откуда тогда мы знаем, как интонировать в той или иной ситуации? Английский филолог-языковед Дэвид Кристал в своей книге «A little book of language» рассказывает о необычных исследованиях. Людям из разных стран давали слушать голоса трехмесячных детей и просили определить национальность ребенка по интонациям. И никто не смог этого сделать. А вот девятимесячные, а тем более годовалые дети уже отчетливо интонируют как англичане, китайцы, испанцы и так далее. Первые полгода жизни все младенцы в мире «говорят» на одном языке. Этот язык – определенная последовательность и частота голосовых сигналов.

Например, плач от голода и плач от боли будут различаться. Но с полугода до девяти месяцев дети начинают активно перенимать интонации взрослых, которых слышат. И уже с девяти месяцев можно слышать, как ребенок выражает свои эмоции с тем или иным национальным оттенком.



# 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.