

**КСЕНИЯ ЧЕРНОВА**

тренер по технике речи, ТВ-эксперт  
и телеведущая

**ВЫСТУПАЙ.**

★ **ЗВУЧИ.**

★ **УБЕЖДАЙ.**

ТРЕНАЖЕР ПО ОНЛАЙН-  
И ОФЛАЙН-ВЫСТУПЛЕНИЯМ  
ДЛЯ ОРАТОРОВ, ЛЕКТОРОВ,  
СТЕНДАПЕРОВ, ФАУНДЕРОВ  
И УМНИКОВ В СТИЛЕ TED

**7 УРОКОВ ОТ ЛУЧШИХ  
СПИКЕРОВ  
СОВРЕМЕННОЙ  
РОССИИ**

 **БОМБОРА**  
ИЗДАТЕЛЬСТВО

Top Speaker. Говори так, чтобы тебя слушали

Ксения Чернова

**Выступай. Звучи. Убеждай. 7  
уроков от лучших спикеров  
современной России**

«ЭКСМО»

2023

УДК 808.5  
ББК 83.7

## **Чернова К.**

Выступай. Звучи. Убеждай. 7 уроков от лучших спикеров современной России / К. Чернова — «Эксмо», 2023 — (Top Speaker. Говори так, чтобы тебя слушали)

ISBN 978-5-04-178676-2

Главный инструмент влияния и убеждения – это голос. Если вы способны полноценно использовать его, а также знаете, как заставить людей зачарованно слушать и слышать, – рецепт ораторского успеха у вас в кармане! Ксения Чернова – тренер по технике речи и курсов по постановке голоса, более 10 лет успешно готовит к публичным выступлениям и интервью представителей таких компаний, как Rambler&Co, «Газпром нефть», телеканал «Россия 1» и многих других. Ее книга станет вашим персональным тренажером по всем видам онлайн- и офлайн-выступлений. В ней вы найдете 7 уроков от 7 лучших спикеров страны, которые делятся собственными методиками подготовки речи, навыками самопрезентации и фишками для удержания внимания самой разной публики. В формате PDF A4 сохранен издательский макет книги.

УДК 808.5

ББК 83.7

ISBN 978-5-04-178676-2

© Чернова К., 2023

© Эксмо, 2023

# Содержание

Вступление	6
Глава 1. Мотивационное выступление	7
Конец ознакомительного фрагмента.	13

**Ксения Чернова**  
**Выступай. Звучи. Убеждай. 7 уроков от**  
**лучших спикеров современной России**

© Текст. Чернова К., 2023

© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2023

\* \* \*

## Вступление

**Вы когда-нибудь отказывались от мечты, потому что страшно выйти на сцену? Ощущали, как дыхание подводит вас? Наблюдали, как зрители со скучающим видом ожидают следующего выступления?**

**Если вы хотя бы на один вопрос ответили «Да», то предлагаю рассмотреть ваш страх ближе, подружиться с ним и осуществить то, к чему вы долго стремились.**

**Меня зовут Ксения Чернова. Я тренер по голосу, речи и публичным выступлениям. Спикер и модератор деловых мероприятий. ТВ-эксперт. Актриса и телеведущая.**

Вся наша жизнь череда публичных выступлений, в том или ином жанре. От того, насколько уверенно мы умеем демонстрировать себя миру, зависит как карьерный рост, так и успехи во взаимоотношениях с противоположным полом.

Эта книга практическое и универсальное руководство для того, чтобы подготовить и провести блестящее публичное выступление. Независимо от того, кто вы – политик, стендапер, писатель или фаундер перспективного стартапа.

Здесь я собрала секреты, приемы и наработки лучших спикеров современной России. С их помощью вы поймете, как сделать так, чтобы выступление было максимально эффективным. Какие цели ставить себе и как их достигать, какие нюансы учесть и какие формулы использовать, чтобы ваша речь влияла на умы и проникала в сердца зрителей. Как запомниться слушателям. Что надеть, в конце концов.

Благодаря интервью с ведущими мастерами ораторского искусства вы погрузитесь в разные обстоятельства, примерите на себя роли мотивационного оратора, лектора, стендапера, фаундера стартапов, умника в стиле TED, политика и онлайн-спикера.

От всей души благодарю всех экспертов, которые поддержали меня в создании этой книги. Без вас она была бы неполной!

В конце каждой главы вас ждут упражнения на раскрытие и настройку голоса для публичных выступлений. Следуя моим советам, шаг за шагом вы добьетесь того, что ваш голос станет ярким, объемным, уверенным и никогда не будет уставать. Мы поработаем с речью и сделаем ее внятной и убедительной. Часть упражнений доступны по ссылкам, зашифрованным в куар-кодах: открывайте мои видео-уроки и занимайтесь вместе со мной.

Я тренировала разных людей – от директоров до политиков. У них был разный опыт за плечами, перед ними стояли разные задачи, и решали они их по-своему. Мои ученики преодолели собственные барьеры, а значит, получится и у вас. В каждой главе читайте их непродуманные истории.

Я уверена на сто процентов, что, взяв на вооружение приемы, упражнения, техники, описанные на страницах ниже, вы сделаете свои выступления убедительными, яркими, осмысленными, сумеете преобразовать волнение в энергию, которой наполните ваших слушателей.

В самом конце книги я раскрою три главных секрета успешного публичного выступления, но не торопитесь перелистывать страницы. Старайтесь идти поэтапно, выполняя упражнение за упражнением, и ваше тело откликнется на призыв, а ваш голос и ваши выступления покорят публику.

Путешествие начинается!

## Глава 1. Мотивационное выступление

Что вы представляете, когда слышите словосочетание «мотивационный оратор»?

Скорее всего, перед вашими глазами всплывет высокий поджарый мужчина, который активно двигается по сцене, жестикулирует, а от его энергии можно прикуривать. Он доносит ярким красивым голосом какие-то очень простые, но важные мысли. Чаще всего примером выступает его собственная история успеха, очень откровенная, со взлетами, падениями, выводами.

Для российского зрителя такого рода выступления еще недавно были в новинку. Ведь сам жанр мотивационных выступлений появился у нас всего лет 10–15 назад. До сих пор количество качественных мотивационных спикеров можно пересчитать по пальцам одной руки.

Одним из основоположников этого жанра в России по праву считается Радислав Гандаспас.



Президент Ассоциации спикеров СНГ, единственный в России обладатель статуса Certified Speaking Professional, занимает 11 позицию в мировом рейтинге TOP30 Global Gurus. Сертифицированный коуч. Самый известный в России специалист по лидерству. Автор 11 книг по лидерству, ораторскому искусству и лайф-менеджменту. Самый титулованный бизнес-тренер России, единственный в стране трижды был признан лучшим в профессии по результатам года. Лауреат Книжной премии Рунета 2013. Именно с ним я решила поговорить о мотивационном публичном выступлении.

**Ксения:** В любом публичном выступлении самое главное – это определить цель и планомерно к ней идти. Какие цели реализуются с помощью мотивационного выступления?

...

**Радислав:** Прежде всего, мы должны понимать, что есть цели спикера и есть цели аудитории, перед которой он выступает.

Куда он аудиторию хочет привести, к чему?

Например, проповедь – это призыв к изменению образа жизни, к изменению поведения.

Политическое выступление – тоже мотивационное, но предлагает изменение социального поведения людей. Призывает либо к поддержке каких-то инициатив, либо к реформам.

Выступление просветительское, такое как выступление гигиениста с призывом к людям в Африке чистить зубы и умываться, – это тоже призыв к изменению образа жизни. Это цели, которых мы добиваемся от аудитории.

Но у спикера может быть и личная цель – продвинуться в карьере, заработать денег, приобрести политический капитал.

На чем же зиждется собственная мотивация оратора?

Если он выступает за деньги, окей – получи гонорар.

Если выступает как политик, то должен получить какой-то политический капитал.

Если это врач-гигиенист, он должен реализовать свою карьерную цель.

Ну и, в конце концов, священник, выступающий с проповедью, реализует свою миссию.

Основным критерием мотивационной речи будет ответ на вопрос: Произошли ли изменения в аудитории?

Если произошли – речь состоялась, нет – значит, увы...

Оратор должен держать в голове две цели одновременно: свою собственную и цель аудитории. Если же целей нет, то не имеет смысла выступать.

**Ксения:** Есть ли какая-то особая структура мотивационного выступления?

...

**Радислав:** Есть закон золотого сечения, закон композиции. Всё это существует в искусстве, в жизни, в коммуникации. Весна, лето, осень, зима, весна... Детство, отрочество, зрелость, старость. Вступление, основная часть, кульминация, заключение.

Но, как в любом произведении, музыкальном и литературном, в публичном выступлении композиция может быть более сложной.

Могут быть ложные финалы, когда выступление вроде бы закончилось и вроде бы уже все понятно, а нет.

Софисты<sup>1</sup>, например, упражнялись так.

Доказывали какой-то тезис, а потом приводили противоположный ему и снова его доказывали, тем самым приводя аудиторию к совершенно другим выводам и результатам.

Мотивационное выступление может обойтись без прямолинейного призыва, без кульминации. Оно может продавать нативно, то есть призыва к действию («call to action»)<sup>2</sup> может вообще не прозвучать, но он будет подразумеваться. Выступление построено так, что люди самостоятельно считывают этот призыв.

Кроме того, вступление может быть редуцировано.

Это мой любимый прием, когда вдруг сходу переходишь к основной идее, к основной мысли. Когда аудитория вроде бы расслаблена и приготовилась к тому, что я сейчас буду представляться, объяснять, подавать ей тему выступления, как-то подводить ее плавно, шутить с ней, разогревать ее. Вместо этого спикер выходит и сразу в лоб рубит основную тему.

Как и в любом жанре, в мотивационной речи возможны варианты и всегда есть место экспериментам.

Конечно, начинающим ораторам нужен какой-то шаблон.

---

<sup>1</sup> Софисты – древнегреческие платные преподаватели красноречия, представители одноименного философского направления, распространенного в Греции во 2-й половине V – 1-й половине IV веков до н. э. Изначально термин «софист» служил для обозначения искусного или мудрого человека, однако уже в древности приобрел уничижительное значение: Платон указывал на высокие гонорары за обучение у софистов, их самовосхваление и не всегда честные приемы полемики. – *Здесь и далее примеч. ред.*

<sup>2</sup> Call-to-action (СТА) или призыв к действию – это призыв, мотивирующий пользователя к совершению того или иного действия (узнать, купить, позвонить, перейти, заполнить форму и т. д.). Call to Action является заключительным этапом в классической модели AIDA. Грамотно выстроенный СТА должен привлечь внимание, заинтересовать и побудить человека совершить действие. Это элемент коммуникации, который может превратить потенциального покупателя в реального.

Детям тоже предлагают сначала книжки-раскраски. Контуры уже наведены, остается только раскрасить правильными цветами в рамках этих контуров. Позднее ребенок будет в состоянии рисовать самостоятельно.

Точно так же публичное выступление. Начинающим обязательно нужен шаблон, нужно разобраться, с чего начать, чем закончить, и для простоты, три мысли внутри – то основное, чем ты хочешь поделиться с аудиторией. Три мысли, больше не надо.

Мастерам шаблон не нужен. Им неинтересно работать в шаблоне. Им интересно экспериментировать, рисковать, ступая на тонкий лед, импровизировать и балансировать, как канатоходец, проходя вперед и возвращаясь. Иначе будет скучно самому спикеру, а спикер ни в коем случае не должен скучать.

Я однажды побывал на выступлении одного хорошего, известного спикера. Позднее я во второй раз пришел на то же выступление, потом третий и четвертый. И четыре раза, слово в слово было повторено одно и то же, те же слова, те же эмоции... хотя прошло между этими выступлениями лет семь. Ничего нового! Ему, наверное, было очень скучно. Поэтому всегда должен быть элемент импровизации.

Публичные выступления – в идеале это сотворчество спикера и аудитории. Это не акт, при котором спикер представляет заученную презентацию. Это диалог, это разговор со слушателями, почти театр. Да, у них мало возможностей в этом диалоге проявить себя.

Но все равно кто-то откидывается на стуле, поворачивает голову, вздыхает, закатывает глаза, а кто-то, с интересом наклонившись вперед, вслушивается, реагирует изменением позы, мимикой на то, что слышит. Это диалог в любом случае.

Когда-то я работал в школе и периодически друзья задавали мне вопрос: «Каково это быть учителем, ты же все время рассказываешь одно и то же, не надоело?»

Я им отвечал, что те четыре урока по «Отцам и детям» Тургенева, четырем классам на одной параллели, в один и тот же день – это четыре разных урока.

Во-первых, зависит от успеваемости класса. В некоторых школах принято, что самых успешных детей группируют в классе «А», а тех, кто хуже усваивает материал, ближе к последней букве алфавита. Соответственно, у них разные способности к усвоению.

Во-вторых, одни дети приходят на урок утром, другие приходят уже на последний урок, они фактически одной ногой уже дома. Одни пришли после физкультуры возбужденные, разгоряченные, другие – после географии утомленные, скучающие, обессиленные. Вот и получаются четыре разных урока. Нельзя их проводить одинаково, как делали многие мои коллеги. Они за 20 лет своей педагогической практики научились повторять урок слово в слово, причем делают это все годы, ничего не меняя.

Заучивают наизусть и практически не реагируют на класс. Идут четко по шаблону. В начале фронтальный опрос, затем объяснение, затем проверка усвоения нового материала, оценки, дневники, звонок на перемену. Но в современном мире так не работает. Сейчас обязательно должен быть диалог.

**Ксения:** Что отличает мотивационное выступление от всех остальных? Какие элементы должны быть обязательно в мотивационном выступлении?

...

**Радислав:** Первое – высокий уровень энергетики. На низкой энергетике мотивационное выступление провести нельзя. Второе – провокация. Третье – история или же миф. Давайте начнем с того, что разберем самый простой вопрос: что такое провокация и как она действует.

Провокация – это обязательный элемент пробуждения аудитории. Некоторые спикеры используют так называемый низкоуровневый инструмент провокации – мат и нецензурную лексику. Причем даже мировые звезды порой в рекламных материалах указывают под звездочкой 18+: «Спикер использует ненормативную лексику», автор будто говорит: будьте готовы, мне это нужно для того, чтобы каким-то образом вас возбудить, рушить ваши шаблоны.

Я бы сказал, это низкий стиль. Надо искать более тонкие инструменты воздействия. Ведь даже провокация может выглядеть по-разному.

У спикера огромный арсенал средств, например, он может неожиданно потребовать от аудитории какого-то действия. Может спуститься со сцены, пойти в зал, задавать вопросы и требовать на них ответа.

К низким и неэкологичным инструментам провокации также относится и атака кого-то из сидящих в зале, во время которой спикер призывает аудиторию солидаризироваться с ним.

Например, кто-то в зале позволил себе возразить спикеру, или разговаривать во время его выступления, или отвлекаться. И спикер может к этому человеку обратиться персонально, вступить в диалог, даже поскандальить с ним с последующим примирением, к восторгу всех собравшихся.

Однако помните, что аудитория склонна солидаризироваться со своим «братом», с тем, кто сидит в зале, а не с тем, кто стоит на сцене. И поэтому спикер рискует получить протестное поведение со стороны аудитории.

Некоторые начинающие, да и часть опытных спикеров не знают, что у провокации тоже есть композиция и ее надо выстраивать. Они атакуют участника мероприятия в зале, но не доводят дело до примирения, а просто оставляют конфликт повисшим в воздухе.

Если вы все же взяли из зала кого-то и стали его упрекать в недостойном поведении, обобщать, что, дескать, у него и в жизни все через пень-колоду, потому что он ко всему так относится, как к этому выступлению, то доведите дело до конца. Вскройте конфликт и сделайте этого человека вашим самым преданным адептом через инструменты управления конфликтом. Кто этого не умеет, тот очень здорово рискует.

Должен сказать, что работа многих спикеров, мастеров сцены видна только поверхностно, и многие, кто смотрит на него в зале, думают: «О, я так же могу. Я сделаю то же самое!» Но они не видят всей подоплеки, они не видят, что конкретно он делает, почему он это делает. Они видят только провокацию и думают: «Ага, инструмент рабочий, задирает аудиторию можно, это клево». Выступая, они цепляют аудиторию, но вместо ожидаемого экстаза получают революцию и не понимают, что сделали не так.

Третий элемент хорошего мотивационного выступления – вскрытие спикера, что редко возможно в других жанрах, например, лекция этого не предполагает.

Мотивационное выступление довольно часто предполагает, что спикер вскрывается. Что это означает? Например, спикер может рассказать травмирующую историю своего детства или как он из золушки стал принцессой. Может рассказать, как ему пришлось бороться за своего ребенка, вырывая его из лап болезни. Кстати, таких реальных историй много. Он может построить выступление на рассказе о неблагополучном детстве, неблагополучной истории своей семьи, потере близкого человека.

Впустите слушателей на свою интимную территорию.

**Ксения:** Очень многие даже придумывают себе такие трагические истории.

...

**Радислав:** К сожалению. К сожалению, я должен сказать, что это темная сторона луны, неприятная часть в нашей индустрии. Приходится признать, что некоторые спикеры, не имея кейсов в своей жизни, заимствуют их у других людей. Они где-то слышали, читали какую-то историю, и они присваивают ее, а потом выдают за свою.

Здесь уже возникает вопрос этики. А этика не является обязательной, вы ее либо принимаете для себя, либо не принимаете.

Да, есть люди, которые крадут в супермаркете, даже имея возможность купить за деньги, есть люди, которые умирают от голода, но не украдут ничего. Это выбор конкретного человека.

Я категорически против присвоения чужих историй. По моему мнению, спикер – это тот человек, который взял на себя некоторые более высокие этические обязательства, чем в среднем по стране.

Он должен соответствовать этическим нормам. Именно поэтому я не приемлю нецензурную лексику как инструмент воздействия на нервную систему аудитории, не приемлю придуманные истории.

Историю можно сократить, можно драматизировать, можно додумать там, где белое пятно. То есть вы можете рассказать миф о своей жизни. А миф – это реальность, дополненная или редуцированная, скорректированная, отфотошопленная реальность. Это все равно реальность. Допустимо на фотографии сгладить морщины, улучшить цвет лица, немного подредактировать несовершенные части тела, но нельзя взять фотографию другого человека, подписать ее своим именем и поставить на аватар.

Если подытожить, то мотивационный спикер должен иметь очень высокий уровень энергии, уметь провоцировать и иметь какую-то историю либо же миф.

**Ксения:** Как должен выглядеть мотивационный оратор?

...

**Радислав:** Вот, например, лектор может выглядеть как угодно, может надеть старый заношенный пиджак с пятнами мела на груди, при этом брюки могут совершенно не подходить к этому пиджаку. Это ничему не помешает. Аудитория простит ему и небритость, и неаккуратность прически, и даже разные носки – это все никак не изменит его выступление. Мы понимаем это лектор – носитель уникальных знаний. Мы его принимаем таким, какой он есть.

Что касается мотивационного оратора или спикера, то его внешний вид, конечно, играет принципиальную роль. Куда приведет меня неопрятный, неухоженный, невыспавшийся, усталый, больной человек? Ведь в спикере мы видим агитатора, лидера, наставника.

Первое. Важен, прежде всего, уровень личной энергии. Мотиватор должен излучать здоровье, а значит, должен заботиться о состоянии своего здоровья, о своей физической форме, двигаться активно и раскрепощенно.

Второе. Раньше я говорил, что спикер должен быть одет на один градус наряднее аудитории. Сегодня эти нормы уже не актуальны. Мы видим деловые форумы, на которые и аудитория и спикер выходят на сцену в кроссовках, в худи, в футболках и спортивных брюках. Я видел спикера даже в шортах. И никто не протестовал: «О нет! Нарушен дресс-код, нарушены нормы эстетики! Я не буду слушать такого спикера». Вовсе нет. Иногда это производит даже обратный эффект. Если он так раскован, раскрепощен, так уверен в себе, что выходит на сцену в такой одежде, очевидно, его стоит послушать.

И сегодня, если мы посмотрим на спикеров, выходящих на сцену в разных уголках земли, мы увидим людей с дредами, в рубашках навыпуск, в спортивной обуви, без носков, вплоть до самых экзотических одеяний, и это не мешает.

Поэтому говорить, что существует какой-то особый регламент спикера, нельзя, но, на мой взгляд, спикер не должен выходить на сцену в чем попало.

Это должен быть специальный костюм. Не обязательно нарядный или торжественный, но это должен быть обязательно сценический костюм. Определенный продуманный образ – это дань уважения зрителю. И еще инструмент самонастройки.

Поэтому сейчас я бы сказал, что нужно думать не о том, какое впечатление вы собираетесь произвести на аудиторию, а о том, как ваш костюм повлияет на ваше состояние.

Вы можете налить шампанское в обычный граненый стакан, а можете в изысканный бокал для шампанского, вкус напитка от этого не изменится, но в субъективных ощущениях пьющего меняется очень многое. Так и здесь.

**Ксения:** Какими приёмами воспользоваться оратору, чтобы публика ему поверила?

...

**Радислав:** Сейчас используется понятие «новая искренность», и оно означает следующее – люди не верят идеалам или не верят совершенствам и не верят в безупречность. Как это ни парадоксально, люди верят чему-то, что похоже на них, а значит несовершенно.

Если прежде оратор старался отточить свое выступление до совершенства, выйти в безупречном виде на сцену и, рассказывая о себе, повествовать только истории своего успеха, то сегодня спикер довольно часто выходит на сцену и предьявляет себя аудитории во всем своем несовершенстве.

## **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.