

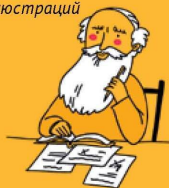
>25

практических
заданий



>30

забавных
иллюстраций



Нина Зверева

&

Светлана Иконникова

ГОВОРИ

КРАСИВО

ВЫСТУПАЙ

ЛЕГКО

>60

кейсов
и историй
из жизни



ПРОСТЫЕ
ПРАВИЛА
ПУБЛИЧНЫХ
ВЫСТУПЛЕНИЙ



>25

таблиц с секретами
успешной
коммуникации

CLEVER
•издательство•

**Нина Витальевна Зверева
Светлана Геннадьевна Иконникова
Говори красиво, выступай
легко. Простые правила
публичных выступлений
Серия «Clever Non-fiction»**

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=67300076

*Н. Зверева. С. Иконникова. Говори красиво, выступай легко: Клевер-
Медиа-Групп; Москва; 2022
ISBN 978-5-00154-855-3*

Аннотация

Умение красиво говорить, интересно рассказывать и легко выступать на публике – залог успеха в жизни современного человека. Базовые навыки сторителлинга, презентации и ведения соцсетей необходимы для построения карьеры и создания личного бренда. Авторы этой книги расскажут, как почувствовать запрос аудитории и выбрать верный формат коммуникации, будь то общение с коллегами или создание роликов для «ТикТока».

В формате PDF A4 сохранен издательский макет книги.

Содержание

Как появилась эта книга?	5
Часть 1. Сторителлинг: как рассказывать истории?	8
Сторителлинг. Почему люди любят слушать истории?	8
10 инструментов хорошего рассказчика	19
Алгоритм студии Ріхаг	31
Как рассказывать байки?	42
Как рассказывать про себя?	52
Как рассказывать истории без сюжета?	63
Как рассказывать истории в незнакомой компании?	73
Конец ознакомительного фрагмента.	87

**Нина Зверева,
Светлана Иконникова
Говори красиво,
выступай легко**

© Нина Зверева, 2022

© Светлана Иконникова, 2022

© ООО «Клевер-Медиа-Групп», 2022

* * *

Как появилась эта книга?



Широко известно высказывание: для детей надо писать как для взрослых, только лучше.

Поэтому, когда издательство Clever предложило переработать наши книги для подростков, изданные в серии «Навыки будущего», и сделать из них книгу-шпаргалку для взрос-

лых, мы всерьез озадачились: как же ее презентовать?

И поняли: для взрослых надо писать как для взрослых. Только лучше.

Мы взяли три книги из подростковой серии: «Звезда соцсетей», «Сторителлинг», «Твоя презентация». Удалили из них все, что относится только к подростковой жизни (такого оказалось не так уж много!), и добавили то, что относится к жизни взрослой.

А потом... сделали расширенный конспект.

В результате книга получилась максимально легкой для чтения. Пожалуй, она не стала бы такой, если бы мы писали ее с чистого листа. Но поскольку лист был уже наполнен «подростковыми» задачами и вопросами, мы оставили их. Более того, приняли за основу. Мы сделали это осознанно – многие мамы и папы, купившие своим детям книги из серии «Навыки будущего», писали нам: «Мы читаем эти книги сами – как же в них все понятно и интересно написано!»

И мы в очередной раз убедились: чем проще текст, тем легче он передает информацию, причем информацию любой сложности.

Возможно, если вы уже читали серию «Навыки будущего», найдете в тексте этой книги те же фразы, формулы или даже примеры, что есть в «Звезде соцсетей», «Сторителлинге» или «Твоей презентации».

Впрочем... с примерами вам придется постараться: во «взрослую» книгу из подростковой мы взяли их совсем

немного. Девяносто процентов примеров в этой книге – новые, рассчитанные именно на взрослую аудиторию.

Да, теорию можно повторять одну и ту же. Но большинство из нас (и дети, и взрослые) учится именно на примерах, поэтому на них мы сделали основной акцент. Благо с материалом для примеров нет проблем: каждая из нас ведет тренинги в серьезных компаниях («Банк России», «Сбер», «Альфа-банк», «Евраз» и т. д.). Мы подбирали случаи, которые были релевантны именно вам, дорогие взрослые читатели!

Иногда бывает легче начать заново, чем переделать. И мы, надо сказать, до сих пор не знаем правильный ответ, как в нашем случае было бы лучше: написать взрослую книгу «с нуля»? Или переписать детскую? Пожалуй, его и не существует – правильного.

Но мы точно знаем: ориентироваться всегда нужно на аудиторию. Именно для нее мы пишем, выступаем, снимаем видео и монтируем сюжеты. И именно об этом наша книга.

Ждем ваших откликов и запросов на новые темы для книг!

Часть 1. Сторителлинг: как рассказывать истории?

Сторителлинг. Почему люди любят слушать истории?



А какая она – интересная история?

Однажды такое случается с каждым: человек начинает что-то говорить, а его не слушают. Ужасное чувство. Хочется закричать: «А почему вы не слушаете? Я с вами разговариваю!» Или, наоборот, замолчать и больше не произносить ни слова. Но ни первый, ни второй способ не назовешь удачным. Мы предлагаем третий – научиться рассказывать истории. Так, чтобы ваши слушатели не смогли оторваться.

Навык рассказывания историй пригодится на протяжении всей жизни. Тот, кто не умеет хорошо говорить, вряд ли убедит начальника в своей правоте – в результате на совещании примут в работу не его проект, а конкурента. Молчуну гораздо сложнее завоевывать друзей: трудно понять человека, который как воды в рот набрал. Даже на оскорбление ему отвечать сложнее, чем тому, кто за словом в карман не лезет.

Сторителлинг – это рассказывание историй. Если вы хотите научиться выступать со сцены (и получать от этого удовольствие), легко чувствовать себя на совещаниях и быстро находить общий язык с незнакомыми людьми, можно начать с освоения сторителлинга. Во-первых, потому что истории очень любят слушать, а во-вторых, потому что истории легко рассказывать.

Здесь вы наверняка возразите: далеко не все истории интересно слушать. Да, вы правы. От одних историй оторваться невозможно, а другие мы едва ли дослушиваем до середины. Все дело в качестве сюжета, но главное – в умении его преподнести.

Наверняка из школьного курса вы помните, кто такой Аристотель: древнегреческий философ, ученик Платона, учитель Александра Македонского. Так вот, Аристотель описал схему, по которой строится любая интересная история.

Он жил 24 века назад. Представляете, сколько хороших историй было рассказано, написано, снято с IV века до нашей эры по нынешний XXI век? И все эти истории строились по описанной Аристотелем схеме.

Давайте сразу определимся. Когда мы говорим «хорошая история», это вовсе не означает, что она хорошо заканчивается. Хорошая история может быть бесконечно трагической. Но она хороша тем, что слушатель, читатель или зритель сопереживает ее героям, он видит их как живых, радуется и страдает вместе с ними.

Точно так же «плохая история» – не та, где все плохо кончилось. Плохая – та, которую нам скучно слушать. Та, где герои кажутся картонными, а сюжет – банальным.

Аристотель говорил, что в любой истории важен катарсис – момент, когда слушатели начинают сопереживать герою так, будто история происходит с ними самими (а может, и сильнее).

Вспомните своих коллег, друзей, родственников. Кто из них умеет рассказывать истории? Подумайте, чем их истории похожи? А чем они отличаются от скучных и нудных историй других людей?

«...»

Денис, молодой и амбициозный руководитель не менее молодого и амбициозного департамента, бежал на совещание.

Утро началось как в плохом кино: Денис проспал, причем проспал не только будильник, но и, казалось, всю свою совесть. На совещании он должен был презентовать результаты деятельности своего департамента. Отчет готовили все вместе. И результаты отчета прямым образом влияли на размер премии сотрудников Дениса.

И вот Денис бежал по скверику между парковкой и офисом, в офисе вовсю шло совещание, вместо Дениса выступал его заместитель, совершенно не готовый к такому повороту событий...

Денис остановился – какая разница, придет он на пару минут раньше или позже, когда уже опоздал на час? Пригладил

волосы. Осмотрелся... Мимо него с плавной нежностью молодая девушка катила коляску с малышом.

Девушка была невысокая и темноволосая. А главное – плавная нежность! Именно такими были движения у... в общем, у той самой Наташи, из-за которой Денис в 30 лет оставался холостяком и не заводил никаких отношений.

Он знал, как это – любить по-настоящему. И хотел, чтобы было либо так, как с Наташей, либо никак. С Наташей было невозможно: она вышла замуж пять лет назад и год назад родила ребенка.

Это могла бы быть Наташа – с коляской и малышом. С его малышом – если бы и свадьба Наташи была с Денисом...

В переговорную Денис зашел, когда заместитель уже заканчивал свой доклад. Денис понимал: спасти его может только чудо или нестандартный ход.

В любом нормальном офисе обсуждают не только рабочие проблемы, но и личную жизнь сотрудников. И Денис знал: коллеги с недоумением смотрят на то, что у него нет и никогда не было девушки. Сам же он никогда не говорил о личной жизни.

Настала пора.

– Я очень виноват, – сказал он вместо приветствия. – Простите. Не понимаю, что на меня нашло. Просто увидел в парке девушку с коляской.

И Денис рассказал, что девушка была копия его неслучившейся невесты. И ребенок как у Наташи. И стоял он столбом,

и смотрел, и не понимал, что с ним происходит.

– Но все нормально. Я здесь. Клянусь, больше такого не повторится. Готов за 10 минут полностью отчитаться по итогам нашей работы, а потом пойду извиняться перед своими сотрудниками, которых я жутко подвел, – резюмировал Денис.

– Ну уж совсем-то не извиняйся, – ответил вдруг генеральный, – бывает, дело молодое.

И вздохнул – так, что стало понятно: рассказ Дениса тронул тонкие струны генеральной души.

История имела продолжение: позднее Денис нашел свою неслучившуюся невесту Наташу. Выяснил, что в браке она совсем не так счастлива, как выглядело со стороны.

Через полтора года Денис и Наташа поженились. А потом с разницей еще в полтора года родили двоих замечательных детей.

ЭТО ВАЖНО

Думаем, вы догадались: нас цепляют чужие истории, потому что они на самом деле про нас. У каждого из нас когда-то случалось что-то непредвиденное, что рушило все планы. И у каждого из нас когда-то были душевные терзания.

Есть лишь одно но: история Дениса сработала потому, что она была «из ряда вон». И потому, что до этого Денис никогда не опаздывал. Если бы его опоздания случались каждый

день и если бы он на офисной кухне постоянно рассказывал про личную жизнь, никакого «вау-эффекта» не произошло бы.

История, выходящая за рамки дозволенного, – как сильное действующее лекарство: ее можно применять, только когда вы точно понимаете, что другие методы не работают.

Сейчас в нашей речи появилось не очень грамотное, но часто употребляемое выражение «мне это отзывается». Так вот, хорошая история – это та, что отзывается. Та, про которую человек может сказать: «Ой, а у меня тоже похожее было!» И та, которая будит в слушателях множество мыслей и эмоций.

Схема Аристотеля

Но вернемся к Аристотелю. Схема его описана довольно сложным языком, но мы коротко перескажем основные моменты.

В любой истории есть герой. И во время истории с ним всегда что-то случается, причем неожиданно. Плохое, хорошее, веселое, трагическое – любое.

Вспомните фильмы с Чарли Чаплином. Этот гениальный актер и режиссер снимал свое кино в 20–30-е годы XX века, когда фильмы шли без звука. Зрители видели только черно-белое изображение и слышали музыку, в кинотеатре ее играл на пианино специально нанятый музыкант – тапёр.

Но даже истории без слов трогали зрителей настолько, что они выходили из кинотеатра в слезах. Они бесконечно сопереживали героям Чарли Чаплина, смешным и нелепым. Герои вечно попадали в передряги, за ними гонялись злодеи. Зрители так сильно переживали и страдали, что равнодушных среди них не оставалось.

Кроме героя, в любой истории есть конфликт. Вовсе не обязательно, чтобы кто-то с кем-то спорил или дрался.

Например, в истории Дениса конфликт был между его необходимостью идти на совещание и внезапно нахлынувшими воспоминаниями. И в любой истории есть кульминация и финал. Иногда они могут совпадать (например, в анекдотах кульминация и финал – это одно и то же), но чаще кульминация возникает почти перед финалом.

Если можно было бы измерить интенсивность всех эмоций, которые испытывают люди, когда слушают истории, то самые сильные эмоции были бы как раз на кульминации. А финал – это как выдох после нее.

Если все это есть – значит, история удалась. И совершенно не важно, трагическая она, комическая или романтическая.

Практическое задание

Для хорошей истории, как для строительства хорошего дома, нужны две вещи. Первая – это качественные материалы. Для истории материал – это правильно подобранные слова. Вторая – это качественная конструкция. Для истории конструкция – это ее сюжет. Но особенно важна практика. «Умение» рассказывать истории приходит методом проб и ошибок.

Мы верим: у вас получится. Мы много раз проводили тренинги и видели: люди, которые ужасно стеснялись произнести хотя бы слово, вдруг начинали рассказывать потрясающие истории.

Вспомните, какую интересную историю вы слышали или видели недавно? Историю в фильме, в книге, в видеоблоге – любую. Перескажите ее своим друзьям – так, чтобы и им она показалась такой же интересной, как вам.

Н Е Л Ь З Я	М О Ж Н О
Рассказывать историю долго (даже если пересказываете двухчасовой фильм).	Уложить долгую историю в 1–2 минуты (при этом взяв из нее только основное).
Ничего не сообщить слушателям о главном герое – какой он, чего хочет, как выглядит.	В начале истории кратко презентовать главного героя, чтобы слушатели могли его себе представить.
В самом начале рассказать, чем все кончится.	Держать интригу и не «подсказывать» слушателям, каким будет финал.

«...»

Олег, владелец и генеральный директор довольно крупной компании, очень хорошо знал, что мешает развитию его фирмы.

Его характер.

За глаза подчиненные называли его Дракула. И он оправдывал свое прозвище на сто процентов: резкий, вспыльчивый, угрюмый, не терпящий возражений... От него уходили лучшие сотрудники. Приходили новые – Олег никогда не скупился на зарплату, но и они уходили.

И однажды на совещании после жуткого разноса подчиненных он вдруг обвел их взглядом, улыбнулся кривоватой улыбкой (потому что улыбаться он не умел) и сказал:

– Я знаю, что вы меня терпеть не можете. Но я знаю, что не изменюсь. Я рано остался без отца – меня воспитывал отчим. Он никогда меня не хвалил. Максимум, что мог сказать доброго: «Терпи, зато будешь лучшим». И я действительно стал лучшим в школе, потом лучшим в институте. Построил своими руками дом – он меня этому научил. Хотя так ни разу и не похвалил. Я не изменюсь. Но могу вам обещать одно: мы станем лучшими. И каждый из вас станет лучшим. А потом, когда вы будете лидерами своих команд и хозяевами своих фирм, не ведите себя так, как я.

С тех пор словно изменилось что-то. Олег так и остался Дракулой. Но его сотрудники перестали писать заявления на увольнение. А работать стали так, словно на карту поставлена вся их жизнь.

шиваться, чтобы разобрать ваши слова. Будут ли они это делать? Кроме вас есть еще масса людей, готовых рассказывать истории, слушатели просто переместятся к другому оратору.

Однажды Вячеслав, участник наших курсов, сказал: «В обычной жизни я говорю нормально, но, как только начинаю что-то рассказывать и вижу, что все на меня смотрят, сразу начинаю говорить тихо из-за того, что сильно волнуюсь. Что делать?»

Знайте: если вы стесняетесь, вы не одиноки. Статистика говорит, что до 70 % людей боятся или боялись выступать публично. Но большинство из них смогли преодолеть этот страх.

А бывают и другие проблемы. Наверняка вы знаете таких людей: они вроде бы говорят полезные вещи, но во рту такая каша из налезających друг на друга звуков, что половину не поймешь. Или и каши нет, но голос ужасно визгливый.

Лучше не мириться с этими недостатками, а исправлять их. Хорошие логопеды и мастера по технике речи помогут улучшить дикцию и поставить голос, и вы не раз (и даже не тысячу раз) скажете им спасибо.

А как понять, красивый у вас голос или нет?

Запишите себя на диктофон, а потом включите и послу-

шайте. Ваш настоящий голос – тот, что вы слышите в диктофоне. Когда мы разговариваем, мы слышим себя не так, как окружающие. Поэтому поставить верный «диагноз» поможет гаджет.

Поначалу голос вам не понравится – просто потому, что он будет отличаться от того, что вы привыкли слышать. Но вслушайтесь в него и постарайтесь понять, что в этом голосе красиво, а что нужно менять.

Даже опытные ведущие телевидения и радио перед эфиром всегда проводят гимнастику для артикуляции: говорят специальные пословицы и поговорки, зевают (это хорошее упражнение на речевую разминку), корчат гримасы, складывают губы в трубочку и водят этой трубочкой налево-направо.

Такая гимнастика помогает им в эфире четко произносить все звуки и не глотать окончания. Если вы сможете ввести такую гимнастику себе в привычку, это будет очень полезно. Потому что любому успешному человеку приходится выступать много и по самым разным поводам. Значит, и хороший голос ему нужен постоянно.

Инструмент 2. Интонация

Вы, конечно, можете говорить монотонно. Например, если ваша цель – усыпить слушателей, лучшего варианта вообще не придумаешь. Но если хотите, чтобы у слушателей

горели глаза, надо менять интонацию.

Интонация не бывает правильной и неправильной. Точнее так: любая интонация становится неправильной, если ее не менять. Надо рассказывать то быстро, то медленно. То громко, то тихо... Да, в самый важный момент можно перейти почти на шепот – и слушатели будут бояться пошевелиться, чтобы не пропустить ни слова. Но и шептать можно секунд 5–7, а потом вернуться к обычному голосу. Или воскликнуть.

Отрепетировать интонации снова поможет диктофон. Запишите свой голос, выражающий самые разные эмоции, и послушайте, что получилось.

Инструмент 3. Ваши глаза

В то время, когда вы будете рассказывать историю, ваши глаза будут выполнять работу не менее важную, чем голос.

Подумайте, куда вы обычно смотрите, когда рассказываете истории.

Рассказчик, который глядит в пол или потолок, теряет слушателей. Люди чувствуют: эта история не для них. И... уходят. Иногда в свои мысли, иногда – к другому рассказчику.

Нужно смотреть на людей. Причем здесь важен такой момент. Например, рядом с вами стоят пять человек. Но, рассказывая историю, вы смотрите по очереди только на двоих, потому что это наиболее близкие вам люди, вы их не стесняетесь. А посмотреть в глаза другим людям робеете.

Те трое, на кого вы не смотрите, уйдут. У них возникнет ощущение, что ваша история не для них.

Никому не хочется чувствовать себя ненужным. Чтобы избавиться от этого ощущения, они перейдут к другому рассказчику – тому, кто будет смотреть на всех.

И тот, другой, станет по очереди глядеть то на одного, то на другого, то на третьего «зрителя». И слушатели останутся с ним.

Это важно!

Не глядите в глаза одного человека дольше двух секунд. Иначе человек почувствует себя неловко. Займите позицию, с которой вам будет хорошо видно всех слушателей, и держите их глазами – как цветы, собранные в букет. Ваши глаза – это та самая «рука», что удерживает «букет» слушателей.

Инструмент 4. Слова в начале истории

Правильно подобранные слова важны всегда, но особен-

но – в начале и в конце истории. Ваша задача – мгновенно ухватить внимание слушателей и больше его не отпускать. Поэтому долгое вступление и реверансы оставьте для более подходящего момента. История должна стартовать сразу.

Есть волшебные слова, которые помогают слушателям почувствовать: «Ого! Тут интересно! И это интересное уже началось!» Самое сильное волшебное слово – «однажды». Еще одно сильное слово – «сегодня» или «сейчас». Чуть менее сильное – «вчера». Чем ближе событие к людям на временной шкале, тем более сильный интерес оно вызывает.

После того как крючком «однажды» вы подхватили внимание слушателей, ведите их прямиком к кульминации, не отвлекайтесь на пространные рассуждения и лишние подробности.

Инструмент 5. Тайминг

Как ни странно, у людей есть другие дела, кроме слушания ваших историй. С их стороны это, конечно, хамство, но они хотят есть, в туалет, идти домой... В общем, они бы рады слушать вас долго, но дела, дела.

Начиная историю, будьте готовы ее закончить через три минуты. Три – это максимум. Идеальная история укладывается в одну минуту.

Однажды на курсах кто-то из участников рассказал про знакомого. Парень настолько любил говорить, что в какой-то момент от него все начали шарахаться. Увидят его – и тут же делают вид, что страшно заняты.

– Причем он ведь интересно говорит! Но так долго! – смеялся участник курсов.

Не будьте как тот знакомый, не попадайте в состояние вынужденного одиночества.

Инструмент 6. Сдержанные эмоции

Слушатели пусть хохочут или рыдают: вы для этого и говорите. Но сами всегда держите покер-фейс.

Посмотрите выступления любимых комиков – тех, от которых вы готовы хохотать на весь город. Как они выглядят, когда говорят?

Лица комиков не выражают ничего. Или принимают слегка трагическое выражение. Или же мы видим на них легкую улыбку – не более.

Знаете почему? Потому что в истории плачет (или смеется) кто-то один – или рассказчик, или слушатель. Задача рассказчика – вызвать эмоцию у зрителей, а не продемонстрировать ее самому.

На телевидении про людей со слишком богатой мими-

кой говорят: «Он хлопочет лицом». Учитесь не хлопотать! И здесь вам лучше всего поможет зеркало. Расскажите историю самому себе и обратите внимание на свою мимику.

Инструмент 7. Паузы

Умейте держать паузу. Да, нам тоже хочется рассказать все и сразу, чтобы слушатели уже хохотали вместе с нами. Но история без пауз – это все равно что слить в одну тарелку первое, второе и компот. Некрасиво, невкусно, и совершенно не хочется это есть. Особенно необходимы паузы для самого важного момента, который мы называем кульминацией.

«И тогда он...» – Пауза.

«И тут он видит...» – Пауза.

«И тут мне отец говорит...» – Пауза.

Инструмент 8. Картинки или фотографии

По возможности подкрепляйте истории изобразительным материалом.

Если вы рассказываете, как первый раз встали на горные лыжи и ехали по пологой «зеленой» трассе, которая вдруг прервалась трамплином, – лучше схематично нарисовать трамплин. Пусть ваши слушатели видят, насколько он был крутым. Это поможет им «почувствовать» историю.

Инструмент 9. Юмор

Сейчас модно шутить – над всем подряд. Но, рассказывая истории, старайтесь в первую очередь шутить над собой. Во-первых, за такие шутки на вас никто не обидится. А во-вторых, ваш рейтинг в обществе только вырастет. Люди намного сильнее уважают тех, кто над собой смеется, чем тех, кого распирает от собственной важности.

Инструмент 10. Метафоры

Метафора – это образ. Можно долго объяснять, как вы тихонечко, осторожно, боясь что-нибудь задеть, крались из спальни, чтобы открыть дверь, не разбудив ребенка, а можно сказать: «Я прошел как на кошачьих лапах» – и все. Никаких объяснений не надо, люди мгновенно представили себе этот образ.

Практическое задание

Составьте и расскажите зеркалу и диктофону историю, которая случилась с вами за последние 24 часа. Даже если вам кажется, что совершенно ничего не происходило, подумайте. Что вам вспомнилось первым? Вот про это и рассказывайте!

Н Е Л Ъ З Я	М О Ж Н О
Рассказывать сразу обо всем.	Выбрать одну сюжетную линию и придерживаться ее от начала до конца истории.
Говорить тихо и монотонно.	Менять интонацию и силу голоса, делать паузы в самых важных местах.
Не обращать внимания на слушателей, упиваться собственной историей.	Сдерживать свои эмоции и смотреть в глаза каждому из слушателей по очереди, не задерживаясь подолгу ни на ком.

«...»

Анастасии довольно часто приходилось выступать на совещаниях. И каждый раз ее выступление оказывалось крайне неудачным. Анастасию не слушали, к ее словам придирались, ее мнение не учитывали... В какой-то момент она даже попросила своего руководителя избавить ее от этой обязанности и перешла на письменный формат общения. К сооб-

щениям Анастасии в рабочей переписке всегда относились благосклонно, нередко ее благодарили за умение коротко и точно описать суть проблемы и предложить нестандартные варианты решения.

– Настя, у вас светлая голова, но пока слабоваты навыки оратора, – ответил руководитель. – Может быть, вам не отказываться от выступлений, а просто научиться им? Не хотите пройти курс ораторского мастерства?

На первом же занятии курса Настя вышла перед аудиторией, чтобы сказать речь. Она отлично знала предмет, она понимала, что именно нужно сказать, а о чем умолчать. Она знала, как сформулировать фразы, – вся речь у нее уже была мысленно написана.

Через тридцать секунд Анастасия поняла: ее не слушают. Совсем не слушают, тотально.

– Да в чем дело?! – Настя прервала сама себя. – Почему меня игнорируют?!

– Анастасия, рада, что вы это заметили, – ответила ей тренер. – Давайте начистоту. Ваше выступление только началось, но вы уже совершили несколько критических ошибок. Первая – вы не подождали, пока аудитория начнет вас слушать. Перед вами выступал другой человек, люди еще обсуждали его выступление – а вы начали говорить.

Вторую ошибку Анастасия поняла сама – она не смотрела в глаза своим слушателям. Ей было неловко и стыдно, поэтому она всегда отводила взгляд: рассматривала окна, стены,

потолок...

– А третья ошибка – вы не держали паузы. – Тренер включила видеозапись выступления Анастасии. – Ваша речь оказалась такой быстрой и нечеткой, что разобрать ее было довольно сложно.

Настя краснела. Ей хотелось убежать с тренинга «здесь и сейчас» и больше никогда не возвращаться к ораторскому искусству.

– Поздравляю, – завершила тренер, – вы сделали ровно те ошибки, что сделал на первом занятии лучший выпускник нашей школы. Только он еще и формулировал мысли крайне путано и непонятно. Поэтому, уверяю, к окончанию обучения вы почувствуете, как это – получать удовольствие оттого, что вы говорите, а вас слушают.

Настя осталась. Она выполняла все задания тренера. Ей было сложно «переформатировать» себя, но вместе со сложностью включился и азарт: я смогу! Я все равно смогу!

Она смогла. Ее выступление на выпускном было признано лучшим из всего курса.

Алгоритм студии Pixar



Истории, которые продают

Есть алгоритм, и если рассказывать историю, следуя ему, она гарантированно окажется интересной. Придумали этот

алгоритм в студии Рихар. О нем в своей книге «Человеку свойственно продавать» рассказал бизнес-тренер Дэниел Пинк.

Правда, работая с учениками, Нина Зверева смогла улучшить алгоритм Рихар. В этой главе мы о нем и расскажем.

Возможно, для вас это прозвучит кощунственно, но искусство – это тоже технология. Точнее, технология – это скелет любого романа, рассказа, поста в соцсетях. А вот то, чем можно его наполнить, – полностью ваше творчество. И голливудские фильмы тоже снимают по жесткой технологии.

1. Жили-были... (или «Однажды...»)

В самом начале истории появляется герой. Причем героем может быть и человек, и животное, и город, и даже стол – словом, любой объект, за историей которого мы и будем наблюдать (а точнее, сопереживать ей, нервничать, кричать, пугаться, радоваться – полный набор эмоций!).

2. Каждый день...

После того как мы представили героя, коротко рассказываем про его обычную жизнь. В этой жизни у него все хорошо, он занимается тем-то и тем-то или приехал туда-то.

3. И вдруг...

Вот тут уже все закручивается. С героем вдруг происходит что-то такое, чего никогда не случилось во время привычного хода вещей. На киношном языке это называется перипетия. Например, в городе, где живет герой, случается эпидемия или наш герой обнаруживает, что ему изменяет жена. Словом, слушатели должны понимать: ничего хорошего не происходит. Наоборот, возникла проблема или опасность, и возникла она внезапно.

4. И тогда...

И тут уже автор истории подробно и точно рассказывает, как герою стало страшно, какие появились обстоятельства непреодолимой силы, как все рухнуло на глазах, как совсем вроде бы недавнее «жили-были» кажется недостижимым счастьем и как невыносимо плохо стало жить (и кажется, так теперь будет всегда).

5. И тогда...

Да, этот пункт звучит так же, как и предыдущий. Но если в пункте 4 мы рассказываем, как плохо стало герою, то в пункте 5 – о том, как он собрался с силами и рванул спасать мир. Или возвращать жену, которой совсем не уделял внимания последние годы. Или не он, а кто-то из его друзей. Или он придумал, а друзья сделали. Словом, пятый пункт – это «ответный ход героя».

6. В результате...

Здесь уже герой пожинает лавры и наслаждается победой. Он справился с эпидемией и спас свой брак, но главное – счастливы слушатели! За время короткой истории они так сроднились с героем, что еле-еле приходят в себя после пережитого.

Каких ошибок следует избегать

Какую ошибку чаще всего совершают люди, когда начинают рассказывать историю? Они пропускают два первых пункта. Сразу же, в лучшем случае со второй фразы, говорят про страшное. И это страшное перестает казаться таким уж страшным. Почему? Нет контраста.

Одна из участниц наших курсов, Арина, так начала свою историю: «Мы с друзьями катались на горных лыжах. И вдруг сошла лавина...» Фактически она пропустила и первый, и второй пункт. И все, кто слушал Арину, конечно, посочувствовали ее встрече с лавиной, но отстраненно – как будто прочитали короткую новость о рядовом ДТП в далекой стране. Слушатели не успели ощутить, как хорошо было до лавины. Не успели «почувствовать» героев истории и поставить на их место себя.

Арина быстро сообразила, чего не хватает ее истории, и предложила другую версию, намного лучше первой:

«...»

– Однажды мы с друзьями поехали в горы кататься на лыжах. Я встала на них второй раз в жизни, мой парень катался как олимпийский чемпион, а подруга вообще не любила горные лыжи, поэтому ждала нас в кафе.

Я, конечно, выбирала «зеленые» трассы – те, что для новичков. И у меня быстро стало получаться! Поэтому на второй день я пошла на «синюю» трассу, более крутую. Молодой человек сказал: «Ну, ты и сама справишься!» – и уехал на свою страшную «черную» трассу.

Здесь слушатели уже понимали: что-то должно случиться. Уже совсем скоро. Сейчас... Вот сейчас...

Да, такой рассказ действительно распаляет воображение слушателей. И одновременно они проникаются историей Арины, как будто сами погружаются в состояние отдыха, отличной поездки с хорошими друзьями, когда никто ни с кем не ссорится, а всем радостно и солнечно. И только после этого можно начинать третий пункт – «И вдруг...». Причем тут важно работать голосом (вспомните, что мы говорили про паузы).

– И вдруг... – Арина замолчала и внимательно посмотрела на слушателей, – я случайно обернулась назад и поняла: с горы начинает сходить лавина.

Здесь Арина сделала еще один правильный ход: она коротко, но емко объяснила слушателям, что это такое – лавина.

– Сначала это выглядит совершенно не страшно: просто с горы начинает съезжать снег, – сказала Арина. – Но снег движется очень быстро, и с каждой секундой его становится все больше: огромные глыбы снега и льда несутся на человека с бешеной скоростью. Встретиться с лавиной у подножия горы – все равно что встретиться с летящей на тебя бетонной плитой. Никаких шансов. Причем в наших горах лавин не было никогда. И вот я стою и смотрю. И понимаю: она несется на меня.

И вот тут начинается четвертый пункт – «И тогда...». В алгоритме студии Рихар он считается просто одним из пунктов, ничуть не более важным, чем третий или пятый. Но Нина Зверева много лет учила людей тому, как рассказывать самые разные истории. Среди ее учеников были все – от школьников до топ-менеджеров самых крутых корпораций. И она поняла секрет по-настоящему сильной истории.

Секрет звучит так:

**ЧЕТВЕРТЫЙ ПУНКТ ДОЛЖЕН ЗАНИМАТЬ ПОЧТИ
СТОЛЬКО ЖЕ ВРЕМЕНИ, СКОЛЬКО ЗАНИМАЮТ ВСЕ
ОСТАЛЬНЫЕ ПУНКТЫ ИСТОРИИ.**

Арина тоже, кстати, поначалу ошиблась. Она сказала: «Мне было очень страшно, но тут откуда-то выскочил молодой человек, подхватил меня и спас». И снова ничего не произошло. Слушатели не ощутили весь ужас ситуации – у них просто не было на это ни времени, ни деталей, по которым они могли бы мысленно дорисовать картинку.

Как же они порадуются спасению, если они не успели огорчиться, испугаться, ужаснуться? Чем глубже автор заводит слушателей в темный тоннель, тем радостнее и стремительнее они взлетят к свету.

Но Арина и сама поняла: что-то не так. И быстро исправилась:

«...»

– Слева от меня упал и покатился огромный камень. Справа – еще один камень, чуть меньше. Кто-то закричал. Кто-то начал закапываться в снег, надеясь переждать лавину под ним. Но я знала: так делать нельзя. Даже спасатели, когда проводили инструктаж, говорили нам, что это очень опасная тактика. Я знала: надо бежать. Скорее бежать. И не могла сдвинуться с места. Всегда думала, что «тело парализовало от ужаса» – это фигура речи. Но вот тогда, стоя перед надвигающейся на меня лавиной, я поняла: это не фигура речи. Тело действительно может парализовать. Меня парализовало. Всего десять секунд назад я гордилась собой, что

так лихо спускаюсь по «синей» трассе, – и теперь я стояла и ждала, когда одна из глыб льда упадет прямо на меня. А они падали рядом – с сильным грохотом, пробивали в снегу дыры, как после взрывов бомб, – и летели дальше.

Даже мы, слушая Арину, оцепенели. Даже нам уже хотелось воскликнуть: «Спасайся! Пожалуйста, спасайся уже, наши нервы на пределе!» И ровно в тот момент, когда мы, казалось, достигли пика тревоги, Арина продолжила:

– И вдруг меня кто-то подхватил, понес – и я очнулась в другом месте. Это был мой парень. Оказывается, он решил вернуться и проверить, как я катаюсь. Увидев лавину, он разогнался быстрее нее. И примчался ко мне.

Так Арина вышла на пятый пункт. В ее истории спасение пришло не от нее самой, а от молодого человека, но драматизма это совершенно не убавило.

– Вечером мы узнали, что во время схода лавины погиб один турист, – завершила Арина. – В отеле все ходили грустные и встревоженные. Я сказала своему парню, что он герой. И у меня теперь есть мечта. Я хочу, чтобы когда-нибудь он тоже смотрел на меня так, как я на него тогда. Конечно, для этого я должна совершить что-то похожее. Ведь он спас мне жизнь.

Мы не просто аплодировали Арине – мы встали, и хлопали ей стоя, и кричали «браво!». И сами не понимали, хлопаяем ее истории или ее молодому человеку. Нет, все-таки истории. Арина рассказала эту историю так, что потом каждый из участников нашей группы пересказал ее своим друзьям или родным.

Соразмерность частей истории

Может ли первый пункт быть долгим? Чем дольше описываешь героя, тем лучше? В первом пункте «переборщить» так же легко, как и «недоборщить».

Если совсем ничего не говорить о герое и ситуации «до истории», слушатели не проникнутся самой историей. Но если рассказывать об этом слишком долго и слишком детально, люди просто перестанут слушать.

Кому хочется десять минут подряд вникать в описание гор, трасс и лыж, не чувствуя ни малейшего намека на сюжет?

А третий пункт, про опасность, – можно ли его рассказывать долго? Как ни странно, тоже нет. Опасность должна быть внезапной и стремительной. Раз – и лавина. Раз – и наступила эпидемия. Раз – и вас уволили с работы. Если рас-

писывать опасность долго и детально, она перестает казаться такой уж страшной. Исчезает момент внезапности, а он нужен нам для того, чтобы не потерять динамику рассказа.

А вот слегка преувеличить опасность можно. Ваша история – это не стенограмма событий.

Ваша задача – вызывать у слушателей эмоции, а точнее, покачать их на эмоциональных «качелях». Любая история – это немножечко спектакль. Поэтому вы имеете полное право сгустить краски.

Есть такая фраза – «У страха глаза велики». Вот у рассказчика тоже должны быть глаза велики, иначе история не будет красочной. В конце концов, если бы мы обязаны были ни на йоту не отходить от истины, ни один охотник и ни один рыбак не рассказал бы ни одной истории!

Это важно!

Мы быстро, но четко проходим по первым трем пунктам, потом медленно и подробно описываем четвертый пункт – и так же быстро, одним прыжком выпрыгиваем из него в пятый.

Практическое задание

Посмотрите любой пиксаровский мультфильм: вы найдете в нем все шесть этапов драматической истории!

Н Е Л Ъ З Я

Пропускать момент, как все происходило «до истории», или слишком долго его описывать.

Вскользь рассказывать про то, как герою было страшно.

Забывать рассказывать, как всем стало хорошо в финале.

М О Ж Н О

В нескольких фразах описать слушателям героя и место действия, показать, как всем было хорошо «до истории».

Посвятить моменту «все плохо» столько же времени, сколько всем остальным пунктам.

Рассказать счастливое окончание, чтобы зрители могли облегченно выдохнуть.

Как рассказывать байки?



Чем истории отличаются от баек?

Пожалуй, главное отличие истории от байки – краткость и необъективность последней. История предполагает, что она

истинна.

Байка находится на грани между историей и анекдотом. Она короче истории, афористичнее, и в истинность ее можно верить с большой натяжкой.

Часто в разряд баек переходят семейные истории: от постоянных пересказываний эти истории сначала сокращаются, а потом наполняются домыслами, приключения становятся в них более страшными, слова детей – более смешными, а бытовые моменты – более необычными.

Кроме этого, в байке сюжет развивается сразу с момента «вдруг» – никаких вступлений и объяснений, как обстояли дела до этого момента, не предусмотрено.

Например, байка может быть о том, как молодая жена потеряла обручальное кольцо в песке на пляже – и молодой муж вскопал половину пляжа, но кольцо нашел.

И пусть в реальности молодая жена успела заметить момент, когда кольцо соскочило с пальца, и молодой муж нашел его буквально за пару секунд, в байке же количество перекопанного песка вполне может измеряться кубометрами.

Это важно

В байке никто не может (да и не хочет) отличать вымысел

от правды. Но тем и интересна байка! Она будоражит эмоции, вызывает смех, сочувствие, удивление – и непременно притягивает к рассказчику внимание слушателей.

Можно ли байку растянуть до масштабов истории? В принципе, можно, но придется постараться, чтобы слушатели не заскучили. Можно ли историю сократить до размеров байки? Тоже можно, но... жалко. Поэтому пусть лучше истории развиваются по всем законам истории, а байки – по законам баек. В конце концов, ведь в литературе есть рассказы и есть романы. И Лев Толстой, конечно, мог бы написать рассказ «Война и мир» (при этом убрать из него 90 % героев и сюжетных ходов), но зачем?

«Война и мир» – это роман. А «Филиппок» – рассказ. И тот и другой прекрасны, но по-своему.

Для рассказывания баек тоже есть своя технология. Мы говорили про технологию студии Pixar. Напомним ее:

1. Жили-были...
2. Каждый день...
3. И вдруг...
4. И тогда...
5. И тогда...
6. В результате...

С байками можно использовать ту же самую технологию, только сокращенную.

Какие пункты в этом списке нужно сократить, а какие во-

все убрать? Когда мы задаем такой вопрос, нам часто отвечают: нужно сократить «Жили-были...» и «Каждый день...», но обязательно оставить «И вдруг...» и оба пункта «И тогда...».

На самом деле схема для рассказывания баек выглядит так:

1. Жили-были... (или «Однажды...») – одним коротким предложением.
2. И вдруг... – тоже одним предложением.
3. И тогда... – причем это не первое, а второе «И тогда...».
4. В результате...

Секрет звучит так:

БАЙКА – ЭТО ИСТОРИЯ, ОТ КОТОРОЙ ВЫ РАССКАЗЫВАЕТЕ ТОЛЬКО САМОЕ НАЧАЛО И КОНЕЦ. И ОСТАВЛЯЕТЕ ВСЕ ПЕРЕЖИВАНИЯ ПРИ СЕБЕ.

Поэтому, например, очень сложно рассказать байку про жизнь коренного населения острова Мадагаскар. Мы очень мало знаем об их жизни. Нам нужны какие-то факты, чтобы понять, что там происходит.

Но вам легко будет рассказать байку о том, как вы прибежали на поезд – и обнаружили, что забыли дома паспорт. Ваши слушатели отлично знают, что без паспорта попасть в вагон практически нереально. Знают, насколько важными порой бывают поездки. И какую роль в жизни человека иг-

рает паспорт, тоже, конечно, знают. Поэтому вам не придется тратить время на то, чтобы вводить всех в курс дела.

Сравниваем байку и историю

Давайте посмотрим, как можно рассказать байку о блуждании в лесу. Кстати, это не выдумка – история действительно случилась с одним из авторов этой книги, Ниной Зверевой, когда ей было 15 лет.

«...»

– Однажды я пошла в лес за ягодами и заблудилась. Искала тропинку и не могла найти, стало очень страшно. И вдруг я увидела, как через кустарники продирается мой пес, лайка Арго. Его как раз выпустили на даче погулять, и он каким-то чудом догадался, что нужно бежать и искать меня. Когда я увидела Арго, стало уже не так страшно. Я сняла с себя рубашку, завязала ее длинный рукав вокруг шеи Арго, второй рукав взяла в руку (чтобы собака не убежала слишком далеко) и скомандовала: «Арго, домой!» И он вывел меня к дому!

Вот она, короткая и понятная байка. Но! Тот же самый сюжет можно рассказать и как историю. Сравните, насколько сильно они отличаются и при этом как похожи!

– Однажды мы с родителями, собакой и друзьями поехали на дачу. Это был совершенно незнакомый для меня дом,

я видела его впервые в жизни. Пока все распаковывали сумки, я решила осмотреть окрестности и набрать к обеду земляники. Я любила собирать землянику – каждый год брала с собой банку, привязывала к ней веревку, надевала эту конструкцию на шею (специально, чтобы обе руки у меня были свободны) и набирала сразу литр. Приносила домой, все радовались, ели свежую землянику с молоком и сахаром – это было мое фирменное июньское блюдо.

Словом, едва приехав на новую дачу, я схватила банку, закрепила на ней веревку и, не говоря никому ни слова (сюрприз же!), побежала в лес на пригорок – там точно должна быть земляника!

Ягод оказалось не много – я перешла на другую поляну, потом на третью... И вдруг поняла, что не знаю, где находится дом. Я вспомнила, что надо смотреть на мох, посмотрела на него, и что? Там север, тут юг, но я-то откуда пришла? С севера или с юга? Прислушалась – может быть, услышу шум дороги? Ведь мы ехали в деревню мимо этого леса, тут должна быть дорога! Тишина.

И я стала идти – налево, направо, прямо... Всегда казалось – вроде бы вот, впереди дорога. Бежала вперед – дороги не было. Галлюцинация, как в пустыне. По инерции собирала ягоды – то в банку, то в рот (я понимала, что голодной оставаться нельзя: возможно, мне придется тут ночевать).

Я чувствовала себя испуганной маленькой девочкой, хотя еще два часа назад была взрослой девушкой, которая хо-

чет накормить весь мир земляникой. И в тот момент, когда я совсем отчаялась и даже почти разревелась, в меня вдруг ткнулся нос моей собаки – большой западносибирской лайки.

Мы купили его год назад – породистого, перспективного. Но за год Арго вырос на 30 сантиметров длиннее и на 20 сантиметров выше стандарта. И оттого, что мы постоянно гладили его по голове, у Арго так и не встали уши. Он выглядел как лохматый дог с висячими ушами и был добрее Винни-Пуха.

Никаких медалей на выставках нам, конечно, не досталось, а пес оказался замечательным. И вот сейчас он ткнулся мне носом в ногу. И словно сказал: «Заблудилась? Так я тебя выведу!» Я сняла рубашку, оставшись в одном купальнике (комары тут же впились в голые руки, спину, живот), завязала рукав вокруг его шеи и сказала: «Аргоша, домой!» У меня даже голос дрожал.

И он побежал. Помчался по буеракам, оврагам, кустам... Я никогда в жизни не побежала бы в ту сторону, в какую вел меня он. Но минут через семь он вывел меня к дому, а я даже не помнила, как этот дом выглядел, мы же только-только туда приехали.

Самое обидное – никто не заметил моего ухода. Людей было много, все думали: «Наверное, Нина на огороде» или «Наверное, Нина в доме». Но зато, когда я вернулась, все тут же заметили мою землянику!

Кажется, байки рассказывать проще, это так? Байку можно рассказать, когда вы, например, сидите в компании и кто-то до вас уже рассказал свою историю про то, как он заблудился в лесу.

Если после одной длинной истории вы начнете свою, не менее длинную, да еще и на такую же тему, вас не станут слушать – людям захочется обсудить что-то еще.

Но если вы скажете: «А я такой случай знаю!» – и короткой байкой перескажете «собачье спасение», все внимание слушателей станет вашим.

Возможно, вам даже зададут вопросы – людям захочется узнать побольше. Это очень хорошо!

Настоящий рассказчик знает: слушателя надо чуть-чуть «недокормить» информацией, но ни в коем случае не «перекормить».

Практическое задание

Когда вы «недокармливаете» слушателей своими историями, люди вслушиваются в них более внимательно: они уже знают, что этот «аттракцион» закончится быстрее, чем им хотелось бы. А насчет того, что проще, байка или история, – все зависит от вас. Для хорошего рассказчика просто и то

и другое. А стать хорошим рассказчиком можно только благодаря практике. Постарайтесь в течение месяца регулярно рассказывать истории и байки друзьям, родственникам, коллегам – вы заметно улучшите свои навыки рассказчика!

Н Е Л Ъ З Я	М О Ж Н О
Начинать байку со слова «вдруг».	В одном предложении обрисовать, что было до того, как случился неожиданный «вдруг».
Добавлять в байку много подробностей.	Рассказать те детали, без которых сюжет будет непонятен.
Рассказывать байку долго, периодически останавливаясь, чтобы подумать над формулировками.	Уложиться в 15–30 секунд, отрепетировав формулировки заранее.

«...»

Ольга выступала на правлении – с важным для ее департамента докладом, но... она чувствовала, что ее никто внимательно не слушает. Департамент Ольги – недавно сформированный, «молодежный» – считался чем-то вроде «непрофильного актива». А Ольге было нужно пристальное внима-

ние аудитории.

Она остановилась.

Выключила презентацию.

Посмотрела на аудиторию.

– Наверное, я вас удивлю, – сказала она, – но в команде моего департамента сразу пять молодых отцов. Они все менеджеры, у них всех дома младенцы – самому маленькому три недели, самому старшему десять месяцев. У всех хронический недосып. Знаете, что мы сделали? Мы «отпросили» их у их жен на две ночи. И разрешили им ночевать в офисе, на диванчиках. Эти парни работали до 11 вечера. Потом засыпали – и просыпались в 6 утра. И через полчаса уже снова принимались за работу. Мой доклад – это итог их работы. Как вы думаете, он заслуживает внимания?

Ольгин доклад слушали все. И нужный для ее департамента объем финансирования она получила.

Как рассказывать про себя?



Почему история «про себя» может быть скучной?

Если бы в школе изучали предмет «ораторское мастерство», то, проверяя тему «Рассказ о себе», учителя, скорее

всего, ставили бы либо двойки, либо пятерки. Во взрослой жизни то же самое: люди умеют либо блестяще рассказывать про себя, либо совсем никак. Середины нет: или пан, или пропал. Почему так происходит?

Если взять весь объем знаний, что есть о вас у ваших слушателей, и сравнить с тем объемом знаний, что есть у вас о себе, это будет примерно как одно детское ведерко из песочницы против кузова самого большого грузовика. Про себя вы знаете в миллионы раз больше, чем ваши слушатели.

Вы далеко не всегда можете понять: где же в кузове грузовика то ведерко знаний, которыми владеют ваши слушатели? То есть вы не можете осознать, какие вещи нужно пояснять в процессе рассказа, а какие нет.

И тут возникает еще одна проблема. Вам про себя интересно все, а вашим слушателям – только некоторые факты. И вы рассказываете взахлеб, как ходили в поликлинику, как стояли в очереди, как сдавали кровь, а слушатели кивают и думают о чем-то своем. Или даже: «Когда же он закончит? Скучно же!»

Есть одна формула, которая поможет любую историю «про вас» сделать такой, что люди будут слушать не отрываясь. Вот она:

Люди будут слушать ваши истории «про себя», только если на самом деле вы будете рассказывать «про них».

Формула эта означает: история, которую вы рассказываете, должна отзываться в слушателях. Так, чтобы им хотелось воскликнуть: «Ой, а у меня было точно такое же!», «Ой, а у меня однажды три раза подряд кровь брали!» или «Ой, а я, наоборот, ужасно боюсь сдавать кровь».

Даже тема истории не так важна – можно долго и нудно рассказывать про сдачу крови в поликлинике, а можно подать информацию так, что все сразу вспомнят собственные похожие (или совсем непохожие) случаи.

Если вспомнили – значит, вы действительно рассказывали «про них». А если не вспомнили – значит, эта история была важна только вам и больше никому.

«...»

Руководителем Антон стал почти сразу после того, как окончил вуз. Вузом был Стэнфорд. Подразделением, которым Антона поставили руководить, – региональный филиал крупной промышленной компании.

Генеральный директор пожелал Антону успехов и посоветовал как можно ближе познакомиться с сотрудниками и непременно рассказать им о себе.

Антон собрал в конференц-зале подчиненных и рассказал – так, как его учили в Стэнфорде.

– В своей жизни я всего добился сам. – Это была первая фраза его выступления. – Я родился в небольшом городке на Волге, был третьим ребенком в семье. Я всегда старался быть лучше всех, я сам выучил английский, сам выиграл грант на учебу в Стэнфорде. Учился и работал, чтобы хватало денег на жизнь...

Его речь была короткой. Точнее, Антон собирался говорить много, но почувствовал: с каждым его словом между ним и аудиторией вырастает бетонная стена отчуждения. Он скомкал свою речь, выразил надежду на совместную продуктивную работу...

Спускаясь со сцены, услышал краем уха, как мужчина средних лет – полный, усатый, с большими «рабочими» руками – громко шепнул на ухо соседу:

– Так, как этот выскочка, меня еще никто мордой о батарею не возил.

Вместо слова «выскочка» прозвучало совсем другое, гораздо менее цензурное.

Антон принял мужественное решение рассказать о своем провале генеральному директору и посоветоваться, как быть дальше.

– Никак, – ответил гендир, – свое выступление ты уже не «перепишешь». Тебя восприняли как хвастуна, который всем своим видом показывал: «Вот вы не смогли, а я смог! Вы – ничтожество, а я – в белых одеждах». Теперь только работа. Докажи на деле, что ты не рафинированный мамень-

кин сынок. И не красней, ради бога, от матерных слов!

Через месяц после этого Антона пригласили выступить перед студентами Высшей школы экономики – и тоже попросили рассказать о себе. Он долго сомневался, но все же решил рискнуть – и снова выступить так, как его учили в Стэнфорде.

Успех был оглушительным. Студенты не отпускали молодого босса, брали у него автографы, подписывались на его аккаунт в соцсетях...

Как вы думаете, почему самопрезентация Антона вызвала такое резкое отторжение у сотрудников регионального филиала, но получила огромный успех у студентов?

Правильный ответ – потому что Антон не учел особенности аудитории. Любой рассказ, любое выступление мы готовим не для абстрактной аудитории, а именно для той, перед которой нам нужно выступать.

Это Важно

Прежде чем выйти на сцену, проанализируйте, кто эти люди? Что они считают важным? Что – посредственным? В какой системе координат они живут? Какая часть вашего выступления их затронет настолько, что они воскликнут: «Да, это как будто про меня!» Нет такой части? Что ж, придется ее найти.

Какие детали о себе рассказывать, а какие нет?

Очень сложно понять, какие детали нужно рассказывать про себя, а какие нет. Например, на офисной кухне вы рассказываете: «В выходные плавали на реке – и я свалилась с надувного матраса. Проплыла метров тридцать, пока нащупала ногами дно!» И все пожимают плечами: ну и что?

Но если бы вы пояснили, что совершенно не умеете плавать, а матрас как-то быстро унесло на глубину, реакция на вашу историю была бы совсем другой.

Некоторые рассказчики впадают в другую крайность и начинают рассказывать о себе абсолютно все – вплоть до того, что перед выходом из дома они завязывают шнурки на ботинках.

«Ну понятно же, что ты не с развязанными шнурками идешь!» – не выдерживает кто-то из слушателей, и рассказчик обижается: его перебили на самом интересном месте!

Это Важно

Чтобы не попасть впросак, попробуйте одну очень простую и эффективную технику. Она состоит всего из двух пунктов:

1. Прежде чем рассказать историю друзьям, расскажите

ее диктофону.

2. Рассказывая историю, замените местоимение «я» на «он»/«она».

Именно так – как будто эта история случилась не с вами, а с вашим коллегой. Имя, кстати, оставьте свое. И вообще – рассказывайте про себя, но в третьем лице. Ваш мозг мгновенно сообразит, какими деталями и подробностями нужно делиться со слушателями, а какие будут лишними.

А как долго должна длиться история про себя?

Например, 10 минут – это много?

10 минут – это очень много. Самым ценным активом сегодня становятся даже не деньги. Самое ценное – это время. И взамен 10 минут, которые вы забираете у своих слушателей, вы должны дать им какую-то очень ценную информацию или очень сильные эмоции. Иначе у них возникнет ощущение, что они зря потратили время.

Максимальная продолжительность истории сегодня – 5 минут. Причем это должна быть история с несколькими сюжетными ходами, неожиданными поворотами, непредсказуемыми сценами.

И это, кстати, совсем не маленький рассказик. Если переложить его на бумагу, он займет 2,5 листа печатного текста.

Профессиональный диктор читает один лист текста за 2 минуты. Соответственно, 5 минут – это 2,5 листа.

Наверняка вы знаете: выступление одного спикера на TED не может продолжаться дольше 18 минут. И внутри этого выступления спикер рассказывает порой по четыре-пять историй!

Как говорить о собственных успехах

К сожалению, успешные люди часто повторяют одну и ту же ошибку: выходят на сцену – и говорят о своих успехах и победах так вдохновенно, что зрителей в зале подмывает крикнуть: «Ну хватит хвастаться!» Причем все понимают: человек не обманывает. Он действительно всего этого достиг, все это внедрил и в три раза больше преодолел. Но его тон заставляет слушателей рефлексивно примерять на себя роль тролля.

Что же делать? Шутить над собой. Расскажите, как построили бизнес с нуля. Но еще лучше, если перед этим вы расскажете, как начинали с подработки в костюме зебры.

Или про то, как первые деньги прогуляли вместо того, чтобы снова вложить их в дело, или как вам отказывали инвесторы с самыми нелепыми отговорками.

Знаете, в чем состоит приятный парадокс?

Люди уважают тех, кто шутит над собой. И подсмеиваются над теми, кто относится к себе слишком серьезно.

Практическое задание

Придумайте и расскажите друзьям историю, которая случилась с вами. Не важно, смешная это была история или тревожная, главное – чтобы приятели слушали вас с интересом!

Н Е Л Ъ З Я	М О Ж Н О
Грузить историю подробностями или, наоборот, не давать никаких объяснений.	Сначала рассказать историю на диктофон, заменяя «я» на «он» или «она», — и понять, какие детали важны.
Затягивать историю дольше 5 минут.	Прежде чем начать рассказ, убедиться, что никто из слушателей никуда не спешит.
Рассказывать о себе в слишком серьезном тоне.	Шутить над собой.

«...»

Дочь Нины Зверевой – CEO компании Visa Екатерина Петилина. Она действительно всего добилась сама. Невероятно, но факт: первым ее высшим образованием был филологический факультет госуниверситета в Нижнем Новгороде.

И Екатерина, проходя собеседование перед устройством на работу, вполне могла бы сказать что-то вроде: «В 90-е годы благодаря моим усилиям я попала в командировку в Нидерланды, выиграла персональный грант и уже в Нидерландах смогла настолько заинтересовать своим проектом грантодателей, что к нам в Нижний Новгород даже приезжала королева Нидерландов Беатрикс».

Это правда. Но это выглядело бы как хвастовство. Поэтому Екатерина, вспоминая ту историю из далеких 90-х годов, как правило, говорит так:

– В моей работе было много удивительных историй. Однажды в наш офис в Нижнем Новгороде приезжала сама королева Нидерландов Беатрикс с сыном, принцем Вильямом Александром (сегодня он – король Нидерландов). Она была в нашей студии целых 5 часов. Визит королевы был полной неожиданностью для всех. А вот повод, так получилось, оказался связан со мной. Моей работой было готовить документацию для международных грантов. И мы эти гранты выигрывали – настолько, что с нами захотела познако-

миться королева.

Слушатель понимает: визит королевы – полностью заслуга Екатерины. Но у него не возникает даже тени ощущения, что Екатерина хвастается. Изложенная таким образом история вызывает восторг и огромное уважение к человеку, который был ее главным героем.

Старайтесь, рассказывая о своих успехах, словно отдаляться от них, смотреть чуть со стороны. Это только прибавит вам очков.

Как рассказывать истории без сюжета?



Почему так трудно придумывать описания?

Бывает так: вы съездили в отпуск, и вам так понравилось, что срочно хочется рассказать об этом всем! Но проблема в том, что ничего в отпуске не случилось – вы просто заго-

рали, плавали и ходили на экскурсии. Как из этого сделать историю?

Признайтесь честно: что вы часто пропускаете в книжках?

Ведь мы же не читаем книгу с одинаковым интересом. Как правило, какие-то главы (или даже части глав) мы читаем и перечитываем, а какие-то пролистываем. Считается, что в романе «Война и мир» мальчики обычно читают «войну» (то есть батальные сцены), а девочки – «мир» (то есть все остальное). Хотя, конечно, это весьма стереотипное представление о предпочтениях подростков. Но все-таки, если мы спросим, что люди обычно пропускают в книгах, большинство ответит:

«Я не очень внимательно читаю описания природы».

Описание природы – один из самых сложных жанров. Потому что в описаниях отсутствует сюжет.

Мы можем не всегда точно подобрать слова, можем не удержать нужную интонацию, можем даже слегка затянуть историю – слушатели простят нам это, если у истории будет захватывающий сюжет. Но, если сюжета нет, люди заметят все наши огрехи. И велика вероятность, что не дослушают до конца, переключатся на что-то другое.

«...»

– Мы с друзьями ненадолго летали в Кельн, – делится ваш

коллега историей во время обеда.

– М-м-м... И как? – спрашиваете вы, ругая себя за вежливость (вам совсем не хочется слушать про Кельн).

А коллега вдруг начинает говорить... и вам становится невероятно интересно.

– Самое главное, что есть в Кельне, – это собор. – Он ли-
стает на телефоне галерею фотографий. – Мы и ехали ту-
да, чтобы его увидеть. Представляете, его строили 500 лет!
С перерывами, конечно, но начали в XIII веке, а закончили
только в XIX-м. И я подумал: вот архитектор собора – он же
понимал, что не увидит собор построенным. Что он рисует
чертежи того, чего ему не дано будет увидеть. И детям его
тоже не дано. И все люди, которые начинали его строить, –
они тоже знали, что не доживут до открытия. Но строили. И
горожане рождались, жили и умирали, а собор все строился
и строился. А во время Второй мировой войны, – снова по-
казывает коллега несколько снимков, – Кельн сильно бомби-
ли. И все боялись, что собор разрушат. Это строить – 500
лет, а разрушить можно за день. Но летчики не сбросили на
собор ни одной бомбы. Говорят, что его использовали как
ориентир, но мне кажется – рука не поднялась. Я смотрел на
него и думал: сейчас я смогу прикоснуться к камням, кото-
рые привезли сюда в XIII веке. Я из своего XXI века могу
дотронуться до XIII-го.

Это был реальный разговор реальных коллег в реальную

(пусть и кажущуюся уже призрачной) эпоху свободных путешествий без масок и коронавируса.

Почему рассказ про собор получился таким интересным? Нет, дело вовсе не в Кельне. Не менее интересно можно рассказать и про деревянную избушку в глухой деревне. И не в фотографиях. И даже не в краткости рассказа (хотя, конечно, мы всегда должны следить за временем).

Дело в деталях.

Деталь – это маленькая, совсем коротенькая история, которая словно «защита» внутри описания.

Обратите внимание: в рассказе есть история архитектора (он проектировал собор и знал, что его не увидит). Есть история строителей, есть горожан. Есть даже история летчиков (они видели собор – и не смогли сбросить на него ни одной бомбы). И история самого коллеги тоже есть (он прикасался рукой к камням XIII века).

Для сравнения вот маленький отрывок текста о соборе, взятый из Википедии:

«Строительство собора началось с его восточной части. Спустя примерно 70 лет сооружение и отделка хоров были завершены. Возведение собора велось по чертежам его первого архитектора баумайстера Герхарда фон Риле. Вокруг внутренних хоров, в которых расположен главный алтарь из

черного мрамора, проходит галерея с примыкающим к ней венцом часовен. Пилястры состоят из множества круглых стоек, а своды подпираются изящными нервюрами. Внутреннее пространство украшено капителями с позолоченными натуралистическими листьями. Большие оконные проемы отделаны орнаментом по камню, который именуется ажурным. Таким же орнаментом, состоящим из колец и полуколец, украшены и все внутренние архитектурные украшения по сравнению с противоположной северной стороной».

Задача Википедии – сжато, но емко передать читателю максимум информации. Причем читателю, который сам поинтересовался Кельнским собором. А рассказ-описание рассчитан на тех, кто в тот момент вовсе не планировал глубоко погружаться в историю собора.

И здесь действует одно очень важное правило:

Это важно

Чем меньше слушатели знают про предмет твоего описания, тем понятнее и увлекательнее должен быть рассказ.

Иначе не станут слушать. Уткнутся в телефоны, уйдут в свои мысли, могут даже вежливо кивать – а слушать не будут. Неинтересно им!

Обычно на курсах мы даем такой ориентир. «Представьте, – говорим участникам, – что ваш рассказ будет слушать любознательный второклассник. Расскажите так, чтобы это было интересно ему».

Второклассника мы выбрали не случайно: как правило, в 8–9 лет человеку уже становятся интересны примерно те же темы, что и в 15, 20, 30 или 70 лет. Но объяснять 8-летнему человеку что-то сложное надо понятным языком. И почаще приводить примеры. Вот эти самые примеры и есть детали, которые так нужны историям без сюжета.

Все дело в деталях

Какие детали интересны слушателям? Людям интересно то, что вызывает эмоции. Про что можно сказать: «Ничего себе!» Или ахнуть: «Вот это да!», или вздохнуть: «Бедолажка...», или восхититься: «Вот это герой!», или... Да можно привести тысячи этих «или».

Фраза «Возведение собора велось по чертежам его первого архитектора баумайстера Герхарда фон Риле» точная, но не вызывает эмоций. А фраза «И я подумал: вот архитектор собора – он же понимал, что не увидит собор построенным» эмоции вызывает.

Коллега не говорил, что именно чувствовал архитектор.

Он обрисовал ситуацию, которую мы рефлексивно на себя примерили: а правда, что этот архитектор чувствовал? Вот если бы я так создал чертежи... я бы что?

А как только слушатель начинает примерять ситуацию на себя – все, он ваш. Вы полностью завладели его вниманием, и он теперь никуда от вас не денется – пока вы не закончите историю.

Да, ту самую историю, в которой нет никакого развития сюжета – сплошные, казалось бы, описания.

Когда участники нашего тренинга поняли, как делать рассказы-описания, истории из них посыпались как из рога изобилия. Всем вдруг стало легко и просто. А мы по-настоящему наслаждались отличными рассказами и переживали только об одном – как все запомнить.

«...»

– А однажды мы с подругой ездили отдыхать на Красное море, – рассказала Ксения. – Я первый раз попробовала нырять с аквалангом. Было немного страшно, но под водой оказалось настолько красиво, что я забыла о страхе. Там плавали рыбки в горошек! Это не преувеличение – рыбка была точь-в-точь как мое платье, которое я надевала накануне. И еще я видела кораллы. Но не стала подплывать к ним слишком близко – они могли оказаться хищниками. Есть корал-

лы, которые пожирают медуз. И водятся эти кораллы как раз в Красном море! Они всасывают в себя медузу, причем медуза по размерам сама может быть почти как коралл. Я, конечно, покрупнее медузы, но на всякий случай решила к ним не слишком приближаться. Не люблю, когда на моих глазах кого-то едят.

Ксения нас не только удивила, но и рассмешила – своей фразой «Я, конечно, покрупнее медузы». Вообще, юмор – отличное изобретение человечества. Он подходит для рассказов «про себя», и для баек, и для длинных историй – в том числе для описаний.

Практическое задание

Вспомните свою поездку – в отпуск, в поход, в другой город... И придумайте рассказ про то, что вам там больше всего запомнилось. Может быть, необычное здание. Или редкой красоты закаты. Или трамвай, который ходит в метро. (Бывали в Волгограде? Там можно спуститься на станцию метро – и вдруг увидеть, как к платформе подъезжает обычный трамвай! У туристов он вызывает бешеный восторг.)

Расскажите про это! Сначала диктофону, а потом друзьям. Если же тема туризма вам не близка, подумайте: как вы могли бы представить свой рабочий проект – так, чтобы им заинтересовались люди, принимающие решения.

Н Е Л Ъ З Я	М О Ж Н О
Давать «готовые решения» и говорить: «это величественный собор» или «это живописная деревня».	Рассказать, почему собор казался величественным, а деревня – живописной.
Рассказывать сухим языком энциклопедий и путеводителей.	Строить описание через интересные детали (то есть мини-истории).
Использовать слишком много терминов.	Представить, что вас слушают второклассники, и удерживать их интерес.

«...»

Молодые сотрудники крупной нефтяной компании учились на программе MBA. Им предстояло защищать проект по добыче нефти: новые способы, новые перспективы, новые возможности.

Презентация была готова: развернутая, обстоятельная, на 25 минут. Скучная.

И вдруг им сказали:

– Хронометраж – 7 минут. Как хотите, но надо уложиться.

Как 25-минутную презентацию переделать в семиминутную? Причем переделать так, чтобы слушатели прониклись их идеями насчет новых способов добычи нефти.

И они начали с картинки.

Первый слайд их презентации был без цифр, без графиков, без текста. Просто фотография города.

– Это город Муравленко, – сказали молодые нефтяники. – Он строился в вечной мерзлоте как город будущего, как город, который будет качать нефтяные деньги. Но сейчас это дотационный город. Почему? Наш проект даст вам ответ на этот вопрос. А главное – мы знаем, как избежать этого в других нефтяных городах.

Их расчет полностью оправдался. В зале сидели люди, хорошо знакомые с историей этого города. Им было достаточно увидеть его фотографию – и сразу понять, о чем пойдет речь в презентации (и главное – понять, что авторы презентации по-настоящему «в теме»).

После из этих молодых нефтяников организовали рабочую группу, которая и вела весь проект.

Как рассказывать истории в незнакомой компании?



Как быстро освоиться в новой компании?

Большинство людей предпочли бы оказаться в компании,

где никто никого не знает, чем в той, где все давно знакомы и только вы – белая ворона. Даже если вы гениальный рассказчик, первое время лучше вести себя достаточно незаметно. Сначала присмотритесь.

В каждой компании распределены роли. Кто-то – лидер, кто-то – всеобщий весельчак, кто-то – мастер страшных историй... Эти роли нигде не записаны (и вряд ли сами члены компании скажут: «Да, вот у нас Вася главный, Маша всех смешит, а Петя – мастер хорроров»), но они подсознательно чувствуются каждым.

И теперь представьте: в компанию, где все всех знают, вдруг приходит совершенно незнакомый человек и начинает ломать привычный ход вещей. Понравится ли это компании? Скорее она постарается мягко, но настойчиво избавиться от нечуткого пришельца.

Это обидно: вы начали рассказывать историю, но вас демонстративно не слушают. Кто-то утыкается в телефон, кто-то разговаривает друг с другом, кто-то встает и уходит. У пришельца в такой ситуации потом еще долго болит самолюбие.

Это важно

Если пришелец сначала побудет в компании в роли зрителя и почувствует стиль общения, интересы, примерно пой-

мет, как распределяются роли, – и лишь после этого будет рассказывать истории...

Вот в этом случае ему будут бесконечно рады. Потому что, с одной стороны, он вписался, а с другой – принес свежие темы. Такое любая компания оценит!

Как правильно себя вести в компании, где никто никого не знает?

Здесь ситуация противоположная. Представьте: вы поехали в фитнес-тур один. Все приехали из разных городов, никто ни с кем не знаком. Все смотрят друг на друга, заводят первые короткие разговоры: «О, чувствую, нам предстоят отличные тренировки». – «А я тут в прошлом году был». – «А не знаете, где наш корпус?» Кто-то называет свое имя, большинство его тут же забывают...

И вот в такой ситуации молчать и прятаться за спины других совсем нельзя. Потому что перед вами открывается лучшая возможность взять на себя роль главного «сказителя историй». Того человека, вокруг которого всегда будет группа людей, уверенных, что с вами интересно. Будьте активным! И лучше всего подготовьте несколько своих историй заранее.

Какие истории подходят для первого дня в новой компании?

Но начнем с другого вопроса: а как вообще освоиться в

новой компании или новом офисе?

Некоторые психологи приравнивают выход на новое место работы к разводу – и в первом, и во втором случае человек испытывает примерно одинаковый уровень стресса.

Чтобы минимизировать стресс и как можно быстрее влиться в коллектив, советуем короткое руководство к действию. Оно состоит всего из двух глаголов: слушать и говорить.

Какой из этих глаголов важнее? Оба одинаково важные.

Как сотрудники воспримут человека, который в первый день своей работы не проронит ни слова и будет лишь сидеть за столом, уткнувшись в ноутбук? Вряд ли они примут его за своего.

Как сотрудники воспримут человека, который в первый же день расскажет всем в подробностях о своем опыте работы, а заодно раздаст десяток советов, как необходимо изменить организацию труда в этом офисе? Тоже – вряд ли доброжелательно.

Поэтому начать лучше с того, чтобы внимательно слушать все, что говорят. Пытаться как можно скорее уловить неписанные законы офиса, традиции, понять логику общения (в каждом офисе она своя). Но при этом не уходить от общения.

Ваше оружие – доброжелательность, тактичность и оптимизм. Пусть даже вы не относите эти качества к своим сильным сторонам, постарайтесь в первые дни быть максимально доброжелательным и тактичным.

Прежде чем взять чашку на офисной кухне, уточните, общие ли это чашки? Или у каждого сотрудника есть своя, персональная?

Предлагая свою идею (а идеи нужно предлагать!), используйте оборот «мне кажется, что...». Таким образом вы избавите свое сообщение от ноток безапелляционности, которые могут в нем проскочить.

Смотрите на людей – вы обязательно заметите того, кто улыбнется вам в ответ.

Кто придет на помощь, объяснит, где находится офисная кухня и где брать чистую бумагу для принтера. Поддерживайте с ним разговор, покажите, что цените его заботу: именно этот человек станет для вас «проводником» в офис.

Вполне возможно, что в будущем ваши отношения не перерастут в дружбу. Но в первые дни и недели в офисе поддержка такого человека будет вам очень кстати.

Особенно если вы приходите в офис на самую сложную для «вливания» должность менеджера среднего звена. У вас есть начальники. У вас есть подчиненные. У вас есть колле-

ги. И с каждой этой группой вам нужно оперативно выстроить отличные отношения (причем выстроить таким образом, чтобы другие две группы их внутренне одобрили).

Ну а теперь переходим к историям, которые вы вполне можете рассказать на офисной кухне (а возможно, даже на офисной оперативке).

ПЕРВОЕ – ЭТИ ИСТОРИИ ДОЛЖНЫ БЫТЬ КОРОТКИМИ.

Не истории даже, а байки. Конечно, люди с удовольствием будут слушать и длинные истории, но попозже, когда все уже познакомятся и схлынет волна впечатлений от знакомств. В первые часы пребывания в новой среде на всех сваливается так много разной информации, что длинную историю никто просто не дослушает.

ВТОРОЕ – ЭТИ ИСТОРИИ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ВЕСЕЛЫМИ.

Истории про путешествия и хобби поберегите для посиделок за ужином, драматические сюжеты – для душевных бесед под вино. А в момент знакомства лучше всего рассказать что-то веселое. Шутка – это универсальное «оружие» оратора, ее никто не захочет пропустить.

ТРЕТЬЕ – ЭТИ ИСТОРИИ ДОЛЖНЫ БЫТЬ БЫСТРО СВОРАЧИВАЕМЫМИ.

Первые часы пребывания в новой компании – время полной непредсказуемости. Вы вроде только сели в беседке – всех зовут на тренировку. А вы только-только начали рассказывать. Что делать? Бросать на полуслове? Нет, быстренько досказать историю, сократив все, что можно. Или наоборот – вашей короткой историей все увлеклись, никто никуда не торопится, так хорошо слушают. Тогда вы добавляете в историю детали, плавно подводите к кульминации и даже затягиваете ее появление, чтобы все прочувствовали момент по максимуму...

Может быть, вы даже ошибетесь с выбором истории в первый раз. Может, вас не будут слушать так внимательно, как хотелось бы. Но зато во второй раз будет уже лучше. А в третий еще лучше.

Это как учиться вождению: сначала не получается, потом – получается, но с трудом. Потом – получается, но крепко вцепившись в руль. И вот вы уже получили права и смело совершаете мотозабеги, проезжая сотни километров.

Подумайте, кто ваша аудитория и зачем вы рассказываете свою историю именно сейчас. Какая у вас цель?

Цели могут быть очень разными. Но каждый раз, начиная историю, вы ставите перед собой только одну.

Например:

- заполнить паузу;
- развеселить людей;
- сообщить им важную информацию;
- поделиться своей историей на ту же тему, когда кто-то другой только что закончил рассказ;
- обратить на себя внимание.

Рассказывать историю без цели нет никакого смысла – ее все равно не станут слушать. Такая история не готова, она как сырое тесто. Кто захочет вместо пирогов есть сырое тесто?

И еще один важный момент.

История не может быть всегда хорошей или всегда плохой. Она может подходить или не подходить аудитории и моменту.

«...»

На встрече школьных выпускников был аншлаг. Приехали все: и бывшие отличники, и бывшие двоечники. С удивлением заново знакомились друг с другом: оказалось, что школьные оценки почти никак не коррелировали с карьерными успехами. И отличники, и «почти-двоечники» обнаруживались и в стане руководителей, и в стане рядовых испол-

нителей с нереализованными мечтами.

Вадим оказался где-то посередине. Он и в школе был таким. «Не ругали, не хвалили», – обычно говорила его мама, возвращаясь с родительского собрания.

Но тут Вадим обнаружил: один из его школьных друзей, Игорь, – большой руководитель. Причем именно в той компании, в какой Вадим мечтал работать. Надо просто обратить внимание Игоря на себя. Просто... рассказать историю из прошлого, объединяющую их.

И Вадим вспомнил ее! Историю о том, как Игорь подбил весь класс выпрыгнуть из окна, чтобы избежать контрольной работы. Он прорепетировал ее мысленно, расставил акценты так, чтобы Игорь в этой истории выглядел героем (но при этом не почувствовал неприкрытую лесть).

– А помните, как мы от контрольной в окно сбежали? – вдруг произнесла его одноклассница Аня. – Игоряш, это ведь ты всех подбил, да?

Аня рассказала ту историю. Совсем не идеально, Вадим подготовил ее гораздо лучше.

И после того, как все отсмеялись, он пошел ва-банк.

– Да, я тоже об этом сразу вспомнил! – произнес Вадим. – Игорь, помнишь, как ты...

Вадима уже почти не слушали.

Как вы думаете, какую ошибку он совершил?

Он начал говорить о том, что все уже только что пережи-

ли, обдумали, обсудили. Фактически он ухватился за уходящий тренд и попытался его реанимировать. Но людям это уже не интересно! Они только-только насытились этой историей, им хочется чего-то другого!

Как поступить в случае, когда другой рассказчик буквально уводит историю у вас из-под носа?

Сократите свой спич до реплики. Но сформулируйте эту реплику так, чтобы она привносила в историю крайне важную деталь. В идеале реплика должна придать истории иной смысл, сообщить то, чего слушатели не знали.

Если бы Вадим сказал: «Я тогда никому не рассказывал, но после нашего побега я пошел к учителю физики. И попросил его не сердиться на наш класс. И учитель физики мне ответил: “Я не сержусь только на одного человека в вашем классе. На Игоря. Он – лидер и повел за собой. А вы – исполнители. Что сказал лидер, то и сделали. А когда своей-то головой будете думать?!”» – если бы Вадим это добавил, ему был бы гарантирован успех.

Но увы. Он всего лишь пересказал своими словами то, что недавно сообщила Аня.

Есть и еще один вариант: рассказать другую историю. Да, отправляясь на событие, где наверняка придется говорить то, лучше подготовить сразу несколько историй и поздра-

вительных речей. Так вы обезопасите себя от ситуации «Мою историю уже рассказали, я не знаю, что делать».

Это важно

Как же понять: стоит или не стоит рассказывать историю? Оцените, что сейчас делают люди, которым вы собирались ее рассказывать.

Вы сидите у костра и кто-то взял в руки гитару? Придержите историю при себе – гитара уже стала центром внимания.

Вы сидите у костра и уже два часа поете песни под гитару? Можете смело предлагать свою историю: все подустали от песен и охотно слушают «разговорный жанр».

Вы едете в метро? Однозначно нет. Вас просто не услышат.

Вы едете в поезде? Отлично, да. Долгая дорога прекрасно монтируется с длинными историями.

Вы готовитесь к началу футбольного матча с серьезным противником? Возможен только очень короткий анекдот. Историю будут слушать вполуха – все сосредоточены на себе.

Вы выиграли футбольный матч и теперь празднуете победу в кафе? Прекрасный момент для коротких веселых историй, а вот длинные по-прежнему берегите до другого случая: слушатели слишком взбудоражены победой, чтобы дол-

го следить за перипетиями сюжета. Словом, учитывайте момент!

Практическое задание

В течение дня отмечайте для себя, в какие моменты было бы удобно рассказать своим коллегам, друзьям, знакомым длинную историю. В какие – короткую. А в какие лучше вообще ничего не рассказывать.

Если окажетесь в незнакомой компании, проанализируйте, кто в ней главный «сказитель»? Кто лидер? К чьим словам прислушиваются?

Н Е Л Ь З Я	М О Ж Н О
Оказавшись в чужой компании, сразу рассказывать свою коронную историю.	Оказавшись в чужой компании, сначала присмотреться к тому, как в ней распределены роли и какие темы принято обсуждать.
Оказавшись в компании, где никто не знает друг друга, прятаться за спины других и ждать, пока все роли распределят без вас.	Оказавшись в компании, где никто не знает друг друга, «присвоить» себе роль главного рассказчика.
Рассказывать длинные истории, когда люди не готовы слушать.	Прежде чем начать историю, оценить обстановку: смогут ли люди вас услышать и насладиться вашим рассказом?

«...»

Марина сама говорила: «Я вечно все делаю невольно!» Она была умной девушкой, но ее ум тяготел к точным наукам. А со сферой эмоций ей было сложнее. Несмотря на то что Марина умела рассказывать истории, она часто прома-

живалась с форматом и начинала свою «тронную речь» ровно в тот момент, когда речь была вовсе не нужна.

Мы предложили ей составить чек-лист. Вместе с ней разработали список из 5 вопросов. Прежде чем начать говорить, Марина мысленно анализировала ситуацию. Если на все 5 вопросов она отвечала себе «нет», значит, ей действительно стоило начинать историю. Если только 4 «нет», то вопрос был спорным. Ну а если только 3 или меньше «нет», тогда Марина мужественно выжидала более подходящего момента.

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.