

# Секреты ораторского мастерства.

Практика показывает, что всегда при прочих равных условиях в бизнесе предпочтение отдаётся тому, кто умеет красиво и убедительно говорить.



Умение красиво и убедительно  
говорить называется  
ораторским мастерством.

Оратор – это:

- 1) Человек, умеющий красиво и убедительно говорить,
- 2) Человек, произносящий речь перед коллективом.

- Люди, которые слушают оратора, называются аудиторией оратора.



Культура  
делового  
общения

Умение общаться  
с любым  
партнёром

Ораторское  
мастерство

Умение  
слушать  
и  
понимать  
партнёра

# Факторы, способствующие достижению успеха во время публичного выступления

## Факторы

```
graph TD; A[Факторы] --- B[1. Привлекательный имидж]; A --- C[2. Компетентность]; A --- D[3. Умение правильно оценить свою аудиторию]; A --- E[4. Удачная форма выступления]; A --- F[5. Удачный выбор места и времени выступления]; A --- G[6. Интересное содержание выступления];
```

1. Привлекательный имидж

2. Компетентность

3. Умение правильно оценить свою аудиторию

4. Удачная форма выступления

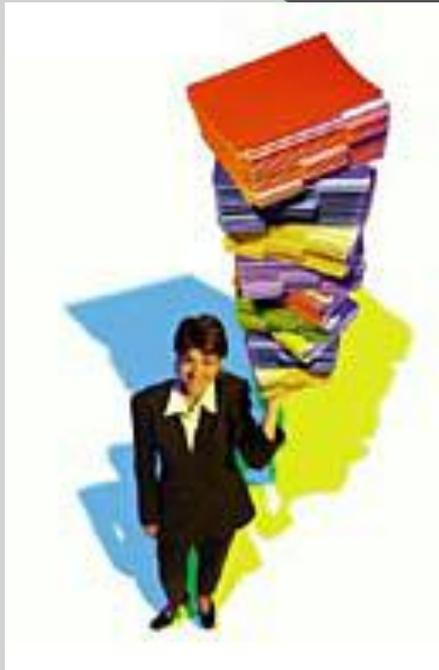
5. Удачный выбор места и времени выступления

6. Интересное содержание выступления

# 1. Привлекательный имидж



## 2. Компетентность

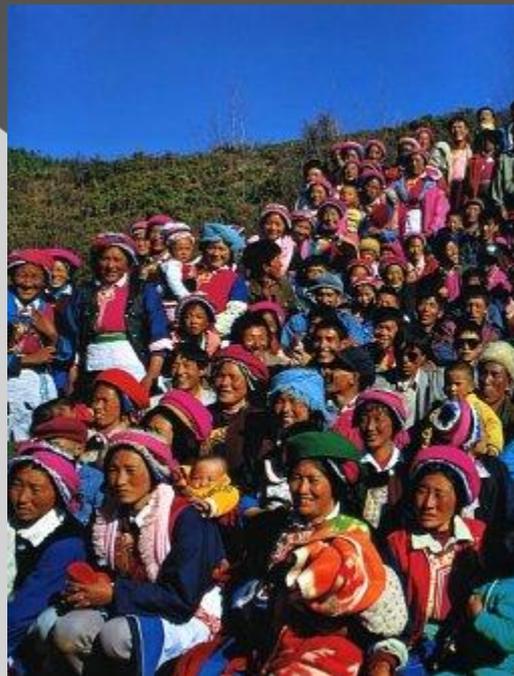


Оратор должен показать, что в обсуждаемом вопросе он разбирается лучше, чем его аудитория.

### 3. Умение правильно оценить аудиторию



Эта аудитория – молодые девушки , возможно студентки.



Эта аудитория – жители деревни, среднего возраста, скорее всего малообразованные.



Эта аудитория – солидные пожилые люди, возможно чиновники или преподаватели.

# 4. Удачная форма выступления



форма выступления должна соответствовать ожиданиям аудитории

## 5. Удачный выбор места и времени выступления

Перед началом выступления оратор должен убедиться, что:

- ⦿ люди имеют время и возможность его слушать;
- ⦿ слушателям тепло, светло, удобно;
- ⦿ голос оратора хорошо слышен всем.

## 6. Интересное содержание выступления

Заинтересовать аудиторию содержанием своего выступления можно при помощи **аргументов**.

Одни аргументы оказывают большее воздействие **на разум** человека, другие – **на его чувства**.

# Виды аргументов

Психологические  
аргументы

Логические  
аргументы

# Выбор аргументов

Часто убеждение начинают с психологического аргумента, который создаёт у слушателя настроение, необходимое для восприятия логического аргумента.

# Например ...

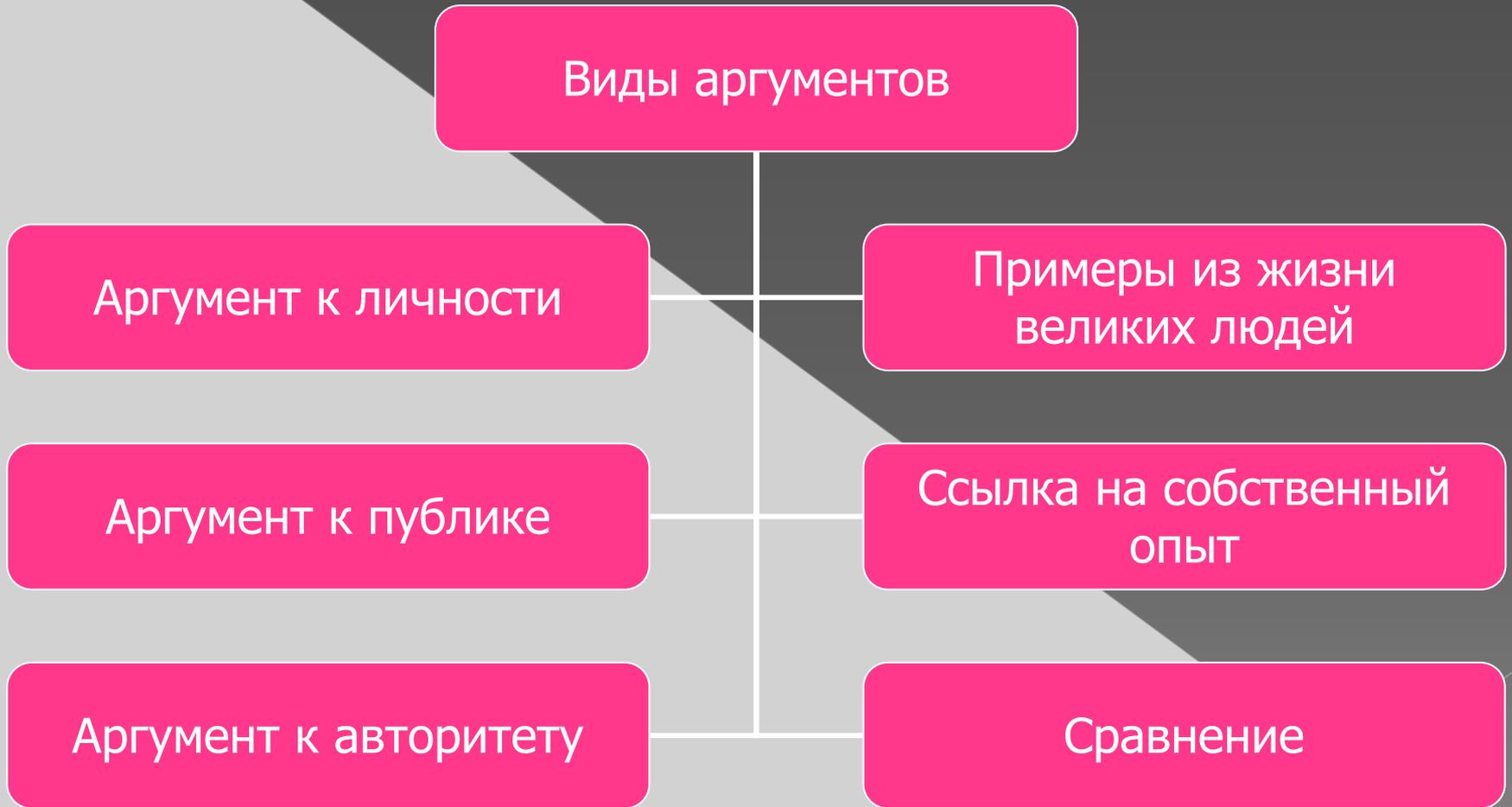
- Известны аргументы, которые помогли убедить президента США Ф.Рузвельта в необходимости создания первой атомной бомбы. Ему напомнили исторический факт: Наполеон отказался слушать доводы изобретателя парохода Фултона. Первенство в производстве пароходов оказалось у Англии, что привело к поражению Франции в войне. Напоминание об этом обострило в Рузвельте чувство долга государственного деятеля перед страной.



Чтобы привести  
психологически сильные  
аргументы, нужно хорошо  
знать потребности тех  
людей, которым  
обращаешься с речью.

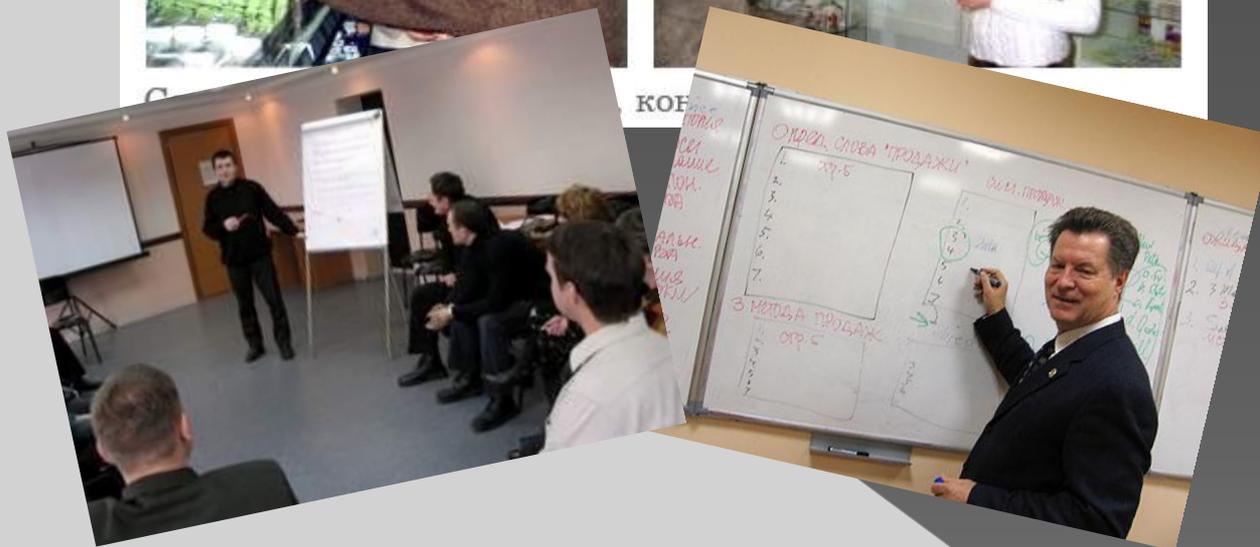


# Виды аргументов



- Аргумент к личности: ссылка на личные качества человека, чьи идеи обсуждаются; часто используется на выборах;
- аргумент к публике: все давно так делают, или это никому не нравится ;
- сравнение и сопоставление: «закон контраста» - впечатление от факта будет больше, если привести противоположный.

*Увеличение выпуска продукции в этом году по сравнению с прошлым годом.*



**Аргументы следует делать наглядными:**  
использовать плакаты, таблицы, фотографии,  
рекламные проспекты.

Если речь идёт о новом товаре, **показ его (= демонстрация)**  
**принесёт больше пользы,** чем перечисление достоинств.

Используя логические аргументы (**факты, теоретические положения, законы, статистические данные**), **важно, чтобы они были понятны.**

???



# Требования к аргументам

Аргументы должны быть:

- ◎ ЭМОЦИОНАЛЬНЫ,
- ◎ ПОНЯТНЫ,
- ◎ авторитетны для слушателей,
- ◎ близки слушателям
- ◎ НАГЛЯДНЫ.

# Вам нужно убедить начальника производства внедрить новую технологию ...



Если это **старый специалист**, привыкший действовать практически, его могут убедить **факты**: информация о преимуществах этой технологии, ссылка на опыт аналогичного производства.

**Для молодого специалиста**, недавно прошедшего курс наук, убедительной будет ссылка на **теоретическое обоснование этого метода**, новые научные достижения в этой области.

