

Кармин Галло. Презентации в стиле TED

Умение правильно подать идею зачастую не менее важно, чем способность генерировать идеи. Стив Джобс, Билл Гейтс, Шерил Сэндберг, Боно, Ричард Брэнсон и многие другие талантливые люди выступали на площадке TED-конференций, блестяще защищали свои идеи и проекты. Они смогли привлечь внимание миллионной аудитории по всему миру за счет увлекательной подачи зачастую сложных идей и концепций. Кармин Галло обобщил результаты сотен TED-выступлений, личные интервью с наиболее популярными ораторами TED и свои собственные рекомендации. Он раскрывает 9 приемов из арсенала самых популярных ораторов TED и предлагает практические примеры, теоретические выкладки и интервью с людьми — авторами презентаций.

По теме см. также: [Мартин Сайкс и др. От слайдов к историям. Пошаговая методика создания убеждающих презентаций](#), [Гарр Рейнольдс. Презентация в стиле дзен](#), [Дмитрий Лазарев. Корпоративная презентация: Как продать идею за 10 слайдов](#).

Кармин Галло. Презентации в стиле TED: 9 приемов лучших в мире выступлений. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 254 с.



Купить книгу в издательстве [Альпина Паблишер](#), цифровую книгу в [ЛитРес](#), бумажную книгу в [Ozon](#) или [Лабиринте](#)

ЧАСТЬ I. Эмоциональность

Глава 1. Раскройте в себе источник вдохновения

Загляните в глубины своей личности, чтобы отыскать неповторимую и полную смысла связь с темой своего выступления. Страстная увлеченность дает силу воздействия, а без нее ваша презентация ничего собой не представляет, однако помните: не всегда очевидно, что именно взволновало вас.

Наука показала, что энтузиазм заразителен в буквальном смысле слова. Нельзя вдохновить других, если не испытываешь воодушевления сам. Шансы убедить и вдохновить слушателей существенно повышаются, если вы демонстрируете свою связь с темой выступления, полную смысла, увлеченности и страсти.

У самых популярных ораторов TED есть качество, которое роднит их с выдающимися коммуникаторами в любой сфере, — страстность, одержимость, которой они обязаны поделиться с окружающими. У самых популярных ораторов TED нет «работы». У них есть страсть, одержимость, призвание — но не работа.

Спросите себя: «Что заставляет мое сердце петь?» Ваша страсть — это не мимолетный интерес и даже не хобби. Это нечто глубоко значимое для вашей личности, вашего естества, это ваш внутренний стержень.

Если вы несчастны и не увлечены своей работой, то вряд ли сделаете хорошую карьеру, а если вы не можете похвастаться увлекательной работой и прекрасной карьерой, вам будет труднее пробуждать

энтузиазм на публичных выступлениях. Вот почему карьера, счастье и умение вдохновлять людей взаимосвязаны. Большинство студентов колледжа при выборе той или иной карьеры руководствуются ложными мотивами: деньги, статус и прочее в том же духе. По мнению Ларри Смита — профессора экономики Университета Ватерлоо, таким студентам не видать блестящей карьеры. Блестящую карьеру, утверждает профессор, можно сделать, только занимаясь любимым делом.

Предпринимательский дух — ключевой элемент личности сэра Ричарда Брэнсона. В 2007 году Брэнсон рассказал слушателям TED: «Самое важное для компаний — нанимать правильных людей, вдохновлять их, выявлять в них самое лучшее. Я просто люблю учиться, я ужасно любопытный. Мне нравится кардинально менять привычный порядок вещей».

Изучение нейропластичности показало, что мозг растет и изменяется на протяжении всей жизни. Активное повторение задания формирует новые, более прочные нейронные связи. Когда человек становится специалистом в определенной области — музыке, спорте, ораторском искусстве, — область мозга, связанная с этими навыками, в буквальном смысле увеличивается в размерах. Овладение новым навыком и его частое применение способствуют формированию новых нейронных связей в мозге.

Исследование психолога Говарда Фридмана показало, что страстность передается окружающим. Люди, чья коммуникация лишена эмоциональности (редкий визуальный контакт, бедная жестикация, застывшая поза) не могли сравниться с харизматичными личностями по части влияния и убедительности.

Ричард Брэнсон нанимает людей, соответствующих стилю Virgin, — тех, кто много улыбается, позитивно настроен и полон энтузиазма. Благодаря этому они наделены даром коммуникации. Недостаточно быть страстно увлеченным самому — вы должны окружать себя людьми, увлеченными вашей компанией и сферой, в которой они работают. От этого зависит ваш успех как руководителя и оратора.

Доктор Эрнесто Сиролли начал карьеру в 1970-х годах с гуманитарной миссии в Африке. В возрасте 21 года он работал на итальянскую неправительственную организацию, и «абсолютно все проекты, которые мы вели в Африке, провалились». Первым проектом Сиролли было обучение жителей деревни в Замбии выращиванию помидоров. «В Африке все так чудесно растет. У нас такие восхитительные помидоры... — втолковывали мы замбийцам. — Смотрите: в сельском хозяйстве нет ничего сложного». Но когда помидоры созрели, покраснели, ночью из реки вышли примерно двести гиппопотамов, и все сожрали. [Смех.] Мы удивились: «Боже мой, гиппопотамы!» А замбийцы ответили: «Да, вот поэтому мы ничего не выращиваем». [Смех.] «А почему же вы нам не сказали?» — «Так вы и не спрашивали»».

Если вы хотите кому-то помочь, закройте рот и послушайте. «Не нужно приходить в сложившееся общество со своими идеями», — советует Сиролли. Вместо этого необходимо уловить страсть, энергию и образ мысли живущих в этом обществе (на эту тему см. замечательную книгу Джеймса Скотта [Благими намерениями государства. Почему и как проваливались проекты улучшения человеческой жизни](#)).

Глава 2. Овладейте искусством повествования

Рассказывайте истории, чтобы достучаться до сознания и сердца людей. Сканирование мозга показывает, что истории стимулируют и задействуют человеческий мозг, помогая оратору установить контакт с аудиторией и повышая вероятность того, что слушатели разделят его точку зрения.

Данные, факты, анализ нужны, чтобы заставить людей задуматься, но еще нужны рассказы, чтобы люди чувствовали себя комфортно, заботясь о том сообществе, в защиту интересов которого вы выступаете. Ваша аудитория должна захотеть последовать за вами. Целенаправленный рассказ — непревзойденный инструмент убеждения. Когда бренды, подобно людям, рассказывают истории — искренние и эмоциональные истории, — они устанавливают со слушателями и покупателями куда более глубокую и значимую связь, чем удается их конкурентам.

Греческий философ Аристотель, один из основоположников теории коммуникации, полагал, что убеждение включает в себя три компонента: этос, логос и пафос. Этос — это доверие. Мы склонны соглашаться с теми людьми, которых уважаем за достижения, опыт, звания и т. д. Логос — средство

убеждения посредством логики, фактических данных и статистики. Пафос — это обращение к эмоциям. Невозможно убедить, опираясь лишь на голую логику.

Эффективность этих приемов обусловлена особенностями функционирования человеческого мозга — тем, как он обрабатывает и извлекает информацию, как она отпечатывается в памяти.

Исследователи обнаружили, что активность нашего мозга выше, когда мы слушаем истории. Напичканные текстом слайды PowerPoint с маркированными списками активизируют центр мозга, отвечающий за обработку лингвистической информации, где слова обретают значение. Истории же задействуют весь мозг целиком, активируя языковые, сенсорные, визуальные и моторные области.

Ораторы TED выбирают истории трех видов: личные истории, непосредственно связанные с темой беседы или презентации; истории о других людях, чей опыт могут перенять слушатели; истории об успехе или провале продуктов и брендов. Ни один прием не гарантирует стопроцентного успеха, но рассказывание личных историй подводит вас максимально близко к желаемой цели.

Сэр Кен Робинсон, доктор наук и признанный специалист в таких областях, как творческое мышление и инновации в образовании и бизнесе, утверждает, что школы убивают креативность. Самая любопытная и захватывающая история Робинсона повествует о Джиллиан Линн. Линн — хореограф, работавший над постановкой «Кошек» и «Призрака оперы». Робинсон попросил Линн рассказать, как она стала танцовщицей. Школьная администрация полагала, что у маленькой Джиллиан проблемы с обучаемостью, поскольку та не могла сосредоточиться и постоянно пребывала в движении.

Мать отвела дочь к специалисту-психологу. Пообщавшись с Линн и ее матерью 20 минут, психолог предупредил девочку, что хочет поговорить с ее мамой наедине. «Выходя из комнаты, он включил стоявшее на столе радио. Как только они оказались в коридоре, врач сказал матери: “Просто стойте и смотрите”. Едва оставшись одна, девочка вскочила на ноги и начала двигаться в такт музыке. Они молча наблюдали танец несколько минут, а затем психолог обратился к матери Джиллиан: “Миссис Линн, ваша дочь не больна; она танцовщица. Отведите ее в школу танцев”».

Этой историей Робинсон подводит аудиторию к заключительной части презентации, где он резюмирует свою главную мысль: «TED — это дань уважения человеческому воображению. Мы должны стараться мудро распоряжаться этим даром, не допуская такого развития событий, о котором мы только что говорили. Единственный выход для нас — ценить разнообразие наших творческих способностей и ценить наших детей, ибо они — наша надежда. Наша задача — дать им целостное образование, чтобы они могли смело встретить свое будущее».

Призыв Робинсона «давать целостное образование» вряд ли нашел бы отклик у слушателей, не расскажи он историю Джиллиан Линн. Большинству людей тяжело воспринимать абстрактные понятия. Истории превращают абстракции в эмоционально заряженные, осязаемые и запоминающиеся идеи.

Правдивая сокровенная история почти любой жизни, если она поведана скромно и без оскорбительного самолюбования, представляет наибольший интерес. Это практически безошибочный материал для выступления.

Дейл Карнеги

В своих историях обязательно употребляйте метафоры, аналогии, используйте яркий, образный язык, но воздержитесь от речевых штампов, модных словечек и жаргона. Слушатели пропускают мимо ушей слова, которые слышали миллион раз.

Вводите в истории героев и злодеев

Глава 3. Ведите выступление, как беседу

Репетируйте без остановки, впитывайте материал, делайте его частью себя, чтобы ваше выступление протекало так же гладко и естественно, как разговор с близким другом. Вы сможете убедить аудиторию только тогда, когда установите эмоциональный контакт и завоюете ее доверие. Если ваши жесты, голос и язык тела расходятся со словами, слушатели с подозрением отнесутся к вашим идеям.

Если вы не отрепетируете непринужденный разговор, то миллионы мыслей, роящихся в голове, помешают вам сосредоточиться на истории и эмоциональной связи с аудиторией. Вы начнете

думать: «А я вставил в этот слайд анимацию? А какой следующий? А почему не работает лазерная указка? А какая история запланирована у меня сейчас?» Выражение лица и язык тела будут отражать охватившую вас неуверенность. Вы когда-нибудь учились танцевать? Сперва учеников всегда учат считать шаги и даже проговаривать счет вслух. Только после многих-многих часов практики их движения выглядят непринужденными. То же самое касается презентаций.

Репетируйте свое выступление в присутствии других людей, записывайте на видео и просматривайте запись. Вас удивит, сколько важных мелочей вам удастся подметить на видеозаписи: слова-паразиты вроде «так сказать» или «э-э»; навязчивые отвлекающие движения вроде почесывания носа или откидывания волос назад, отсутствие визуального контакта и многое другое. Обратите самое пристальное внимание на темп речи и попросите других высказать свое мнение по этому поводу. Вы говорите слишком быстро? Слишком медленно? Видеокамера – идеальный инструмент для совершенствования ораторского мастерства.

Практикуясь, обращайте внимание на то, как звучит ваша речь (вербальная подача), и на то, как вы выглядите (язык тела).

Согласно расхожей теории, нужно 10000 часов, чтобы овладеть тем или иным навыком. - научиться играть на пианино, забрасывать мяч в корзину, бить по теннисному мячу и т. д. Я убежден, что это правило применимо и к ораторскому искусству. Многие люди жалуются мне, что никогда не смогут говорить так гладко, как Стив Джобс. Они просто не отдают себе отчета в том, что кажущаяся непринужденность Джобса объясняется упорным трудом!

Вот четыре элемента вербальной подачи:

- Темп речи – скорость, с которой вы говорите.
- Громкость голоса – интенсивность или приглушенность речи.
- Высота тона – преобладание в голосе высоких или низких модуляций.
- Паузы – короткие остановки для выделения ключевых слов.

Обратите внимание на свою манеру речи в повседневном общении и на то, как она меняется во время публичного выступления. Большинство людей в ходе презентации замедляют темп речи, из-за чего она начинает звучать неестественно. Не надо выступать с презентацией — просто ведите беседу.

Во время репетиций, когда вы будете переключать слайды или пытаться запомнить важные пункты выступления, у вас появится инстинктивное желание замедлить темп. Как только вы прочно усвоите материал, приведите скорость речи в соответствие вашему естественному стилю разговора.

Помните, что ровный темп речи на протяжении всей презентации наверняка утомит аудиторию. Варьируйте темп в соответствии с тем эмоциональным настроением, которое хотите создать.

Вербальная подача и невербальная коммуникация одинаково важны, и важность их высока. Верьте в то, что говорите. Если вы сами не верите в свои слова, ваши движения будут неуклюжими и неестественными. Никакое обучение не поможет вам сгладить несоответствие слов и жестов. Если вы не верите в то, что говорите, вам не удастся заставить свое тело вести себя так, будто вы в это верите.

Великие лидеры отличаются уверенностью. Подчиненным нужен человек, на которого можно смотреть снизу вверх, который прочно стоит на ногах, могучий, словно дуб, сохраняющий спокойствие, что бы ни происходило вокруг. Он должен, невзирая на обстоятельства, всем своим видом демонстрировать, что владеет ситуацией, даже если не может предложить решение в данную минуту. Это человек, который не отводит глаза в сторону, не бросает слов на ветер и не робеет. Уверенность должна сквозить во всем.

Используйте жесты. Не бойтесь активно задействовать руки. Самое простое средство избавиться от зажатости и скованности – достать руки из карманов и использовать их. Не связывайте себе руки на время выступления. Они хотят быть на свободе.

Используйте жесты грамотно. Я только что посоветовал вам использовать жесты, но не стоит злоупотреблять ими. Они должны быть естественными. Если вы пытаетесь копировать чью-то жестикуляцию, то будете выглядеть карикатурой на плохого политика из передачи «Субботним вечером в прямом эфире». Откажитесь от заранее заготовленных жестов. Не думайте о том, какие движения использовать. Пусть их вдохновляет ваша история.

Используйте жесты в ключевых моментах. Самые экспансивные жесты приберегите для ключевых моментов. Подкрепляйте самые важные идеи намеренными жестами... при условии, что они не противоречат вашей личности и ораторскому стилю.

Не выходите за пределы «сферы влияния». Представьте себе «сферу влияния» в виде окружности, которая начинается на уровне глаз, проходит через кончики пальцев вытянутых рук, вниз к пупку и снова возвращается к глазам. Старайтесь, чтобы ни жесты, ни взгляд не покидали этой сферы. Руки, висящие ниже пупка, лишены энергии и «уверенности». Использование сложных жестов выше талии пробудит в слушателях уверенность в ваших лидерских качествах, поможет вам донести нужные мысли до аудитории и улучшит впечатление о вас в целом.

Три распространенные проблемы, характерные для многих лидеров, выступающих с презентациями: суетливость, постукивания и брнчание, неподвижное стояние на месте, руки в карманах.

Эйми Кадди — социальный психолог из Гарвардской школы бизнеса утверждает, что «поза сильной личности» повышает уровень тестостерона и снижает уровень кортизола в мозге, в результате чего вы чувствуете себя более уверенным и властным. Примите позу сильной личности — раскиньте руки в стороны так широко, как только сможете, и сохраняйте такое положение две минуты. Невербальное поведение определяет мышление и наше отношение к себе... наше тело меняет сознание.

ЧАСТЬ II. Новизна

Глава 4. Научите меня чему-то новому

Человеческий мозг любит все новое. Незнакомый, необычный и неожиданный элемент в презентации завораживает аудиторию, заставляет ее пересмотреть сложившиеся представления и тут же дает возможность по-новому взглянуть на окружающий мир.

Согласно Джону Медине, молекулярному биологу из Медицинской школы Вашингтонского университета, 99,99% всех когда-либо существовавших видов уже вымерли. Человеческий мозг адаптировался к суровым условиям, позволяя нам продолжать существовать. «Чтобы выжить в жестоком мире, нужно становиться либо сильнее, либо умнее. Мы выбрали последнее. По словам Медины, дети рождаются с сильным желанием познать окружающий мир и неутолимой любознательностью, которая заставляет агрессивно исследовать все вокруг.

Узнавание нового активизирует в мозге те же самые области удовольствия, что наркотики и азартные игры. По словам адъюнкт-профессора Северо-Западного университета Марты Бёрнс, когда люди узнают нечто новое и увлекательное, высвобождается [дофамин](#) (гормон удовольствия).

Большинство ученых представляют статистические данные в виде нудных презентаций. Ханс Рослинг — профессор в области охраны здоровья из Стокгольма отслеживает и анализирует мировые тенденции в области здоровья и бедности. Рослинг начинает с диаграммы. На горизонтальной оси откладывает коэффициент рождаемости (количество детей, приходящееся на одну женщину; данные по каждой стране приведены на 1962 год). Вертикальная ось обозначена как ожидаемая продолжительность жизни при рождении (от 30 лет внизу до 70 лет вверху). В 1962 году в верхней левой части графика видно явное скопление крупных кружков — промышленно развитые страны с маленькими семьями и высокой ожидаемой продолжительностью жизни. В нижней правой части тоже есть сосредоточение крупных кружков, символизирующих развивающиеся страны с большими семьями и более короткой продолжительностью жизни. Далее Рослинг включает анимацию, чтобы в динамике показать перемены, происходившие в мире с 1962 по 2003 годы.

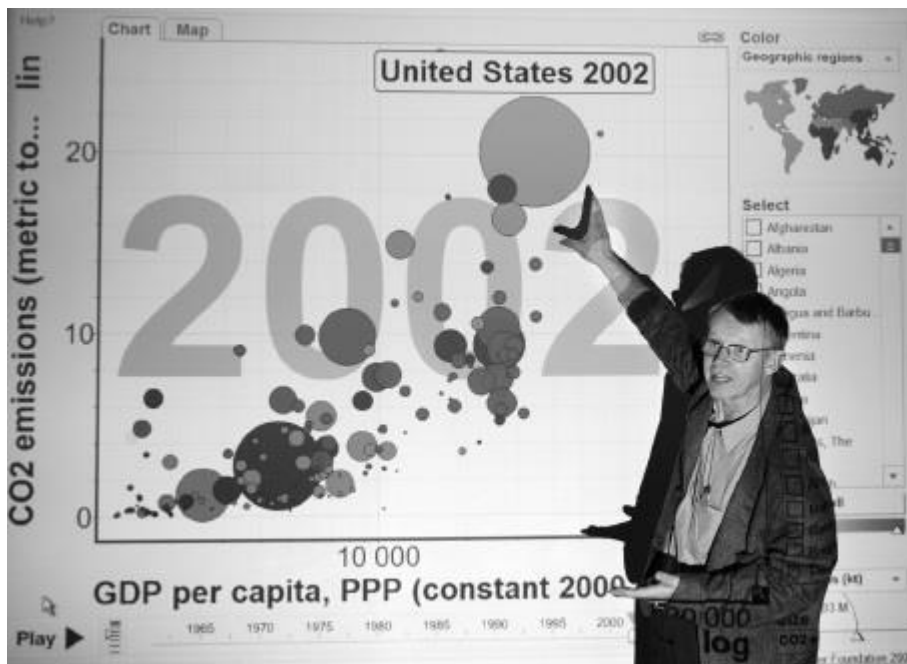


Рис. 1. Ханс Рослинг представляет данные с помощью анимационной диаграммы (как сделать такую диаграмму, см. [Настройка Power View в Excel 2013](#), в частности, раздел Анимация точечной диаграммы)

Вы станете гораздо более интересным человеком, если будете обращать внимание на идеи из областей, далеко отстоящих от вашей сферы деятельности.

Первый шаг на пути к презентации уровня TED — спросить себя: какую одну идею должна узнать моя аудитория? Ответ должен легко укладываться в Twitter-сообщение — 140 знаков. Твит-заголовок эффективен поскольку он облегчает слушателям процесс «переваривания» услышанного. Исследования когнитивных процессов показали, что нашему мозгу нужна общая картина, прежде чем он начнет воспринимать подробности.

Глава 5. Создавайте ошеломительные моменты

Ошеломительный момент в презентации — это шокирующий, впечатляющий, вызывающий изумление момент, который задевает за живое и врезается в память. Он полностью захватывает внимание слушателей и вспоминается еще долго после окончания презентации. Ошеломительные моменты представляют собой то, что нейробиологи называют эмоционально окрашенными событиями, — накал эмоций, который повышает шанс, что слушатели запомнят ваше сообщение и примут его как руководство к действию.

Мозг запрограммирован запоминать эмоционально окрашенные события, игнорируя обыденные, рутинные. Если вы хотите выделиться в море посредственных презентаций, управляйте эмоциями аудитории.

Создавайте моменты озарения, используйте реквизит и демонстрации, приведите неожиданную и шокирующую статистику, внедряйте изображения, фотографии и видеоролики, дайте запоминающийся заголовок, расскажите личную историю, завершите мощным аккордом.

За последние 40 лет эта страна кардинально изменилась. В 1972 году в тюрьмах содержалось 300 000 человек. Ныне — 2,3 млн. Сегодня в Соединенных Штатах самая высокая численность заключенных в мире.

Брайан Стивенсон

Никогда не позволяйте данным повисать в пустоте — контекст очень важен. Если ваша презентация содержит числа, поражающее воображение, или данные огромной важности, обдумайте, как можно подать их и сделать привлекательными для слушателей.

Глава 6. Вносите нотку несерьезности

Не стоит относиться к себе (и своей теме) чересчур серьезно. Мозг любит юмор. Пусть аудитория посмеется. Юмор разрушает защитный барьер, делая аудиторию более восприимчивой к вашему

сообщению. Кроме того, юмор пробуждает симпатию, а люди с большей готовностью ведут дела или оказывают поддержку тому, кто им симпатичен.

Вы должны научиться вкраплять юмор в свою речь естественно и творчески. На избитых или, что еще хуже, грубых и похабных шутках далеко не уедешь. Более того, они могут заставить слушателей отвернуться от вас. Самые популярные ораторы TED не рассказывают анекдоты!

Профессор психологии из Университета Западного Онтарио Род Мартин утверждает, что юмор используется как «тактика заискивания», облегчающая принятие в группу. Смех играет также важную роль в укреплении групповой сплоченности. Чувство юмора – важная составляющая [эмоционального интеллекта](#).

Многие ораторы TED вызывают у аудитории смех, приводя забавные случаи из своей жизни и жизни знакомых людей, делаясь наблюдениями об окружающем мире или рассказывая личные истории.

Используйте аналогии и метафоры. Например,

*Если американцы хотят осуществить американскую мечту, им следует отправиться в Данию.
Ричард Уилкинсон, профессор Ноттингемского университета, TEDGlobal, 2011 год*

Простой способ рассмешить — процитировать того, кто сказал что-нибудь смешное. Цитаты могут принадлежать известным или неизвестным людям, родственникам, друзьям. Чтобы найти хорошую цитату и удачно вписать ее в выступление, необходимо провести некоторую предварительную работу.

На TEDxYouth в 2011 году тренд-менеджер YouTube Кевин Аллокка заставил аудиторию хохотать с помощью трех коротких роликов YouTube. В промежутках между роликами он демонстрировал диаграммы и статистику по каждому из них. Сама по себе статистика была бы сухой и скучной, но Аллокка добавил потешные видео, чтобы рассмешить аудиторию. Видеоролик — весьма действенный способ сдобрить выступление юмором: вам нет нужды самому стараться быть смешным.

Привнесите в презентацию нотку несерьезности, используя фотографии и видеофрагменты

ЧАСТЬ III. Незабываемость

Глава 7. Придерживайтесь правила восемнадцати минут

18 минут — идеальная продолжительность презентации. Если вам предстоит выступать дольше, устраивайте каждые 10 минут передышки (истории, видеоролики, демонстрации). Ученые установили, что переизбыток информации — «когнитивный завал» — препятствует успешной передаче идей. Ограничение в 18 минут действует по тому же принципу, что и Twitter, принуждающий людей внимательно следить за тем, что они пишут. Разумные ограничения раскрывают творческий потенциал».

Альберт Эйнштейн однажды сказал: «Если вы не можете объяснить что-то простыми словами, значит, вы сами не до конца разобрались в этом».

Эрнст Шумахер, экономист и автор книги [Малое прекрасно](#), однажды сказал: «Усложнять и запутывать может любой интеллектуально развитый дурак. Но требуется проблеск гения и огромное мужество, чтобы поступать наоборот».

Как втиснуть все свои знания в 18-минутное выступление? Вам поможет правило трех: люди прочно запоминают три фрагмента информации; все, что свыше, укладывается в памяти гораздо хуже. Правилom трех пронизан буквально каждый аспект деловой и общественной жизни. В литературе можно найти трех поросят, трех мушкетеров и три желания. Вилейанур Рамачандран дал три ключа к пониманию мозга (см. [Вилейанур Рамачандран. Мозг рассказывает. Что делает нас людьми](#)).

Создайте карту сообщений — визуальное отображение вашей идеи на одной странице. Создайте твит-заголовок. Подкрепите заголовок тремя ключевыми сообщениями. Подкрепите три сообщения историями, статистикой и примерами

Речь Стива Джобса на церемонии вручения дипломов в 2005 году



Рис. 2. Пример карты сообщений: речь Стива Джобса на церемонии вручения дипломов в Стэнфорде в 2005 году

Глава 8. Создавая мысленные картины, воздействуйте на несколько органов чувств
Задействуйте в презентациях мультисенсорные элементы — элементы, которые обращаются сразу к нескольким органам чувств: зрению, слуху, осязанию, вкусу и обонянию. Мозг игнорирует скучные вещи. Но заскучать практически невозможно, когда ваше внимание захвачено завораживающими фотографиями, увлекательными видеороликами, интригующим реквизитом, красивыми словами и несколькими голосами, которые превращают речь в театральное представление. Никто не попросит вас включить в презентацию мультисенсорные элементы, но стоит слушателям испытать их действие на себе, как они сразу же влюбятся в ваше выступление. Мозг обожает мультисенсорные впечатления. Сидящие в зале, возможно, так и не сумеют объяснить, почему им понравилась ваша речь; пусть это останется вашим маленьким секретом.

При любой возможности используйте в слайдах презентации изображения вместо текста. Аудитория с большей вероятностью вспомнит полученную информацию, если та была подана как комбинация текста и изображений, а не просто как текст.

Джон Медина, молекулярный биолог из Медицинской школы Вашингтонского университета утверждает: «Исследования доказали, что человек не способен к мультизадачности. Мозг не приспособлен для одновременной обработки нескольких требующих внимания сигналов».

Ученые предоставили море доказательств, свидетельствующих о том, что информация, поданная в форме изображения, а не текста, легче воспроизводится впоследствии. Если вы воспринимаете информацию на слух, то через три дня в памяти сохраняется лишь около 10%. Но стоит добавить картинку — и степень запоминаемости подскакивает до 65%.

Используйте визуальные средства, чтобы усиливать слова, а не повторять их.

Прием, характерный для любой качественной презентации: один слайд — одна тема.

Добавляйте изображения или фоновые фотографии к схемам, таблицам и графикам. Я рекомендую ограничиваться 40 словами на первых десяти слайдах. Это заставит вас творчески подойти к составлению запоминающейся и увлекательной истории вместо того, чтобы заполнять слайд ненужным и отвлекающим внимание текстом. Уберите маркированные списки. Текст и маркированные списки — наименее запоминающаяся форма подачи информации.

Хотя зрение является доминирующим органом чувств, мы гораздо лучше воспроизводим информацию, когда происходит одновременная стимуляция нескольких органов. Слух играет очень важную роль. Ваша манера речи (высота голоса, скорость, интенсивность, артикуляция) может глубоко затронуть сердца ваших слушателей.

Речь Мартина Лютера Кинга «У меня есть мечта» относится к самым известным и часто цитируемым выступлениям современной истории. Кинг использовал риторический прием под названием «анафора» — повторение одного и того же слова или словосочетания в начале каждого из нескольких предложений, идущих друг за другом.

Музыкант Аманда Палмер стояла на реквизите — ящике, — чтобы помочь людям ощутить все тяготы жизни пробивающегося наверх музыканта. Реквизит и демонстрация — полезные мультисенсорные приемы, которые помогают аудитории «почувствовать кожей» вашу идею и ту задачу, которую она решает.

Глава 9. Будьте верны себе

Будьте искренни, открыты и откровенны. Большинство людей чувствуют фальшь. Если вы попытаетесь быть тем, кем в действительности не являетесь, вам не удастся завоевать доверие аудитории.

Настоящее чудо запоминающейся TED-презентации случается тогда, когда выступающий откладывает заметки в сторону и начинает говорить от чистого сердца, раскрывая перед слушателями свою душу.

Чтобы помочь своим клиентам вести себя на сцене более естественно, я предлагаю им выступить перед супругом (супругой) или друзьями, прежде чем выйти к целевой аудитории. Они с большей вероятностью раскроют свое «настоящее “я”» перед теми, с кем их связывают тесные отношения, чем перед группой слушателей, с которыми у них нет близкой связи.

Необходимо практиковаться каждый день и использовать для тренировки любую возможность отработать подачу материала, чтобы техническая сторона выступления перестала отвлекать ваше внимание. Вы не должны походить на танцора, вслух считающего шаги. Повторение освобождает ум, позволяя вам поведать свою историю в интересной, динамичной и, самое главное, искренней манере.

Литература на русском языке

Галло К. Презентация. Уроки убеждения от лидера Apple Стива Джобса. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012

Галло К. Правила Apple. Принципы создания искренней лояльности. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013

Годин С. Фиолетовая корова. Сделайте свой бизнес выдающимся. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011

Грей Д. Мужчины с Марса, женщины с Венеры. — М.: София, 2014

Губер П. Расскажи, чтобы побелить. — М.: Эксмо, 2012

Дуарте Н. Resonate. Захвати аудиторию своей яркой историей. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012

Кейн С. Интроверты. Как использовать особенности своего характера. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012

Мартин Р. Психология юмора. — СПб.: Питер, 2009.

Пинк Д. [Драйв: Что на самом деле нас мотивирует](#). — М.: Альпина Паблишер, 2013

Сэндберг Ш. Не бойся действовать: Женщина, работа и воля к лидерству. 2-е изд. — М.: Альпина Паблишер, 2014

Тейор Дж. Мой инсульт был мне наукой. История собственной болезни, рассказанная нейробиологом. — М.: Астрель, 2012

Фридман Х. Проект «Долголетие». — М.: София, 2011.

Шумахер Э. [Малое прекрасно. Экономика, в которой люди имеют значение](#). М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012