



СЛАГАЕМЫЕ УБЕЖДЕНИЯ

(как сделать свою речь более убедительной для других людей, а свое выступление перед ними более успешным)

Дэвид Майерс

Тот, кто говорит. Какому оратору мы доверяем больше?

- компетентность – мы доверяем человеку, который кажется нам компетентным, разбирающимся в данном вопросе
- уверенная речь – громкая, достаточно быстрая, понятная
- взгляд – прямой, в глаза
- обаяние (красота)
- похож на нас – мы доверяем людям, в чем-то похожими на нас самих (внешность, взгляды, ценности, события жизни и т.д.)

Сообщение. Что мы говорим?

- ☀️ эмоции или рассудок? Все определяется аудиторией: для одних людей более убедительно звучат логические доводы, факты и их последовательное доказательство, другие люди больше доверяют человеку, который рассказывает что-то эмоционально, ярко, с интересными примерами
- ☀️ эффект хорошего настроения – лучше запоминается информация, связанная с положительными эмоциями, хорошим настроением. Выступающий, который вызвал смех и весёлые улыбки у своей аудитории, завоевал уже половину успеха
- ☀️ эффект активизации страха – лучше запоминается та информация, которая связана с сильными эмоциями, в том числе - страхом

Аудитория. Кому мы говорим?

- ✦ возраст с 16 до 24х лет считается самым подверженным влиянию, самым восприимчивым к новым идеям, мыслям. Чем старше аудитория, тем труднее ей менять свои взгляды и позиции, а значит – тем труднее будет повлиять на нее

Канал сообщения

- ✦ письменная речь требует четкости изложения и краткости, ее необходимо продумывать
- ✦ при устной речи часть информации обязательно теряется