

# СОДЕРЖАНИЕ

|                       |   |
|-----------------------|---|
| <b>ВВЕДЕНИЕ</b> ..... | 6 |
|-----------------------|---|

## **РАЗДЕЛ 1. ПСИХОЛОГИЯ ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ**

|  |    |
|--|----|
| Глава 1. Главные принципы установления контакта с аудиторией и удержания ее внимания ..... | 10 |
| Глава 2. Как понравиться тем, кого не видишь? .....  | 17 |
| Глава 3. Стресс в эфире: готовимся к контролю на четырех уровнях .....                     | 23 |

## **РАЗДЕЛ 2. КАК УПРАВЛЯТЬ ВНИМАНИЕМ АУДИТОРИИ**

|  |    |
|--|----|
| Глава 1. Этот выразительный язык тела .....  | 34 |
| Глава 2. Что и как говорить в эфире (лингвистика, паралингвистика и экстралингвистика) ..... | 37 |
| Глава 3. Как повысить значимость речи, или Когда аргумент — не аргумент .....                | 43 |
| Глава 4. Подача материала: укрощаем зрителя словом .....                                     | 47 |
| Глава 5. Лайфхаки для преподавателей, журналистов, блогеров, маркетологов .....              | 53 |

## **РАЗДЕЛ 3. ПОСТАНОВКА КАДРА**

|  |    |
|--|----|
| Глава 1. Если не видно — совсем не значит, что это не важно .....    | 60 |
| Глава 2. Пластический рисунок верхней части тела .....               | 65 |
| Глава 3. Фон при крупном, среднем и общем планах .....               | 71 |
| Глава 4. Крупный и средний план: о чем забывают спикеры .....        | 77 |
| Глава 5. Одежда, украшения и косметика для онлайн-коммуникации ..... | 79 |
| Глава 6. Обаяние и сексуальность в видеоконференциях .....           | 85 |



## **РАЗДЕЛ 4. ОСОБЕННОСТИ ВЫСТУПЛЕНИЯ В ОНЛАЙН-КОНФЕРЕНЦИИ**

|   |     |
|---|-----|
| Глава 1. Правила самопрезентации и собеседования .....                            | 92  |
| Глава 2. Тайминг и нюансы завершения видеоконференций .....                       | 99  |
| Глава 3. Взаимодействие со спикерами и зрителями:<br>скандалы и форс-мажоры ..... | 105 |

## **РАЗДЕЛ 5. ПРИМЕРЫ И ПРАКТИКА**

|   |     |
|---|-----|
| Глава 1. Лучшие практики онлайн-выступлений .....   | 118 |
| Глава 2. Это уже случилось! Видеоляпы и типичные ошибки<br>публичных личностей .....      | 122 |
| Глава 3. Бонус! Упражнения для подготовки к эфиру: работаем<br>со своими слабостями ..... | 127 |

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| <b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> ..... | 133 |
|-------------------------|-----|

## **ПРИЛОЖЕНИЕ**

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| Дневник саморазвития ..... | 136 |
|----------------------------|-----|

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| <b>НЕСКОЛЬКО СЛОВ...</b> ..... | 149 |
|--------------------------------|-----|

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| <b>БЛАГОДАРНОСТИ</b> ..... | 151 |
|----------------------------|-----|

*Книга посвящается  
моей любимой мамочке  
Марии Никоноровне Колосовой.*



## ВВЕДЕНИЕ

Попробуем найти современного человека, который ни разу не сталкивался с онлайн-коммуникациями...

Лекции, тренинги и мастер-классы. Корпоративные митапы и конференции с коллегами. Встречи с клиентами. Дискуссии с партнерами и оппонентами. Экзамены. Собеседования при приеме на работу. Презентация стартапа потенциальным инвесторам. Ну или просто свой видеоблог или ютуб-канал...

Каждый день мы «рискуем» погрузиться в онлайн-коммуникацию.

И тут начинается самое важное!

«Куда же девать руки?», «Оказывается, я косноязычен», «Самому скучно, что же я тут хотел сказать?», «Фу, как я ужасен на видео...», «Караул! Моя любимая блузка меня полнит!» и т.п. Знакомо? Хочется замазать камеру маркером и никогда ее не включать?

Увы, сегодня это точно уже не получится сделать.

Современная и беспристрастная статистика гласит:

- 45% переговоров уже проводятся в формате видеоконференций;
- количество видеопереговоров ежемесячно увеличивается на 10%.

Если вчера навык работы на камеру был уделом лишь многих профессионалов-тележурналистов, то сегодня способность органично смотреться в кадре является столь же обязательной и естественной для всех, как и умение писать. Пока нас этому не учат в школе, но недалек тот день, когда онлайн-коммуникация станет таким же обязательным для изучения предметом, как, например, информатика или обществознание.



Но что делать тем, в чью жизнь онлайн-коммуникация во-  
рвалась стихийно и без предупреждения, дерзко заявив  
о своих правах? Принимать эту данность и уверенно осваи-  
вать новые компетенции! Самообразование и саморазвитие —  
проверенный временем и единственный эффективный спо-  
соб этому времени соответствовать.

Книга, которую вы держите в руках, содержит очень про-  
стые и действенные советы, они помогут вам приобрести на-  
вык эффективной онлайн-коммуникации.

Эта книга не просто про то, как организовать фон для  
съемки, куда смотреть или девать руки во время эфира. Хотя  
об этих простых, но важных «мелочах» здесь тоже говорится.  
Эта книга про то, как развить и передать свою уникальную  
энергетику, обаяние и лучшие компетенции через камеру уда-  
ленному собеседнику, как «подружиться» с камерой и сделать  
ее своим союзником даже без применения фильтров и спец-  
эффектов.

Читайте, овладевайте знаниями. Чтобы процесс был лег-  
ким, приятным и эффективным, воспользуйтесь дневником са-  
моразвития, представленным в конце книги. С его помощью  
вы сможете составить график и наблюдать за своими успехами  
по ключевым для онлайн-коммуникации параметрам.



● ПСИХОЛОГИЯ  
ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ





## ГЛАВА 1

### ГЛАВНЫЕ ПРИНЦИПЫ УСТАНОВЛЕНИЯ КОНТАКТА С АУДИТОРИЕЙ И УДЕРЖАНИЯ ЕЕ ВНИМАНИЯ

Каждому из нас знакома такая ситуация: один из собеседников неловко переминается с ноги на ногу, механически кивает и украдкой посматривает на часы, а другой продолжает повествование, будучи уверенным, что его внимательно слушают. Часто в реальной жизни прервать неинтересный разговор мы не можем по самым разным причинам — не позволяет воспитание, статус подчиненного, ученика и т.д. Эта ситуация патовая: оратор не может донести информацию, потому что его уже не слушают, а его визави тратит свое драгоценное время, изображая включенность в разговор. Здесь срабатывает психологический прием контакта глаз: так в жизни мы ловим собеседника на крючок и попадаем на этот крючок сами, ведь при личном контакте резко прервать беседу — значит обидеть человека, пренебречь им.

К счастью для всех, в онлайн-коммуникации подобные установки не действуют, и вам как потенциальному спикеру важно это знать. Ваша аудитория прячется за ширмой экрана и имеет полное право отключиться от трансляции в любой момент. Для вас же это является существенным стимулом к развитию навыка оратора. Причем в новой квалификации — вы адаптируетесь вслепую. Любопытно, но этому особому умению на лекциях в вузах не учат. А как раз слепой контакт самый сложный и имеет ряд нюансов.



## **БЫТЬ ЗДЕСЬ И СЕЙЧАС** ●

Не легче, чем новичкам в области ораторского искусства, приходится людям, имеющим богатый опыт выступлений на камеру под запись. Ошибочно полагать, что и в онлайн они сразу проявят себя как профи. Психологической опоры в виде «не-нужное вырежут, нужное красиво смонтируют» здесь не существует — придется переучиваться, а вот привычка полагаться на такую возможность может существенно усложнить этот процесс. Основная трудность при переучивании спикера возникает из-за интерференции навыков, то есть отрицательного влияния старого навыка на выработку нового автоматизированного действия. Интерференция возникает в ситуациях, когда на сходные раздражители необходимо реагировать иначе, чем ранее, или когда разные по характеру раздражители требуют одинаковых ответных действий.

Иначе говоря, встать из-за стола, отдышаться и вернуться к аудитории с новыми силами не получится. Как не получится убрать при монтаже неудобный вопрос, адресованный оратору. Именно поэтому главное, что нужно учесть при выступлении на онлайн-площадке, — будучи спикером, **вы целиком и полностью предоставлены зрителю, вы должны быть для зрителя ЗДЕСЬ и СЕЙЧАС.**

Помочь в этом может осознание факта, что за объективом камеры находятся живые люди — со своими эмоциями, жизненным опытом и целями, которые привели их на ваше выступление. Вы говорите с ними и для них, а не с аппаратурой и для себя. И вы должны постараться удержать внимание именно этих людей. Но как же добиться этого с теми, кто не проявляет себя привычными для нас вербальными и невербальными способами? В этом и заключается большая сложность и принципиальное различие между выступлениями онлайн и офлайн. А игнорирование этого различия приводит к довольно частым ошибкам в поведении блогеров, особенно новичков.

### **Ошибка 1: усиление речи**

Когда мы делимся информацией с живой аудиторией, нас подбадривают возгласы слушателей, их одобрительные комментарии, смех над шутками и т.д. Выступающий онлайн работает с беззвучием. Это давит на психику и заставляет оратора

усиливать речь. На подсознательном уровне рассказчик ждет, что вот сейчас, после этой фразы последует шквал оваций. А в ответ — тишина. «Может быть, меня не слышно?» — думает он и начинает говорить громче, использовать горячие эпитеты, восторгать и шокировать публику, словом входить в «состояние Маяковского». А бедные зрители не знают, как реагировать на резкую смену темпа и эмоциональной окраски выступления.

### **Ошибка 2: переход грани дозволенного в высказываниях**

Что в жизни заставляет нас осесть, перевести тему? Мимика и жесты собеседника. От онлайн-спикера, как мы уже говорили, скрыты эмоциональные реакции аудитории — и положительные, и отрицательные. Испуганный взгляд, гримаса отвращения, слезы, прикрытый ладонью рот — выступление онлайн не дает возможности это увидеть. А значит, увлекшись, можно невзначай затронуть болезненные для других людей темы и даже не заметить этого.

Обиднее всего, что от этой ошибки не спасает репетиция. Проговаривая речь, вы оцениваете ее со своих позиций. Вы можете искренне полагать, что не будет лишним приправить рассказ на глубоко волнующую вас тему циничными высказываниями. Аудитория же услышит только то, что вы произнесете, а ваше истинное отношение к предмету беседы останется за кадром.

Вывод напрашивается сам собой: **если вы решили выйти в эфир с острой темой, будьте предельно уважительны к аудитории, исключите из речи резкие суждения.** Не беспокойтесь за рейтинг. Хайповые темы не проходят незамеченными, а публика в таких случаях щедра на комментарии. Лучше выделите часть времени эфира и зачитайте вопросы аудитории, появляющиеся в чате. Это поможет вам сориентироваться, что готовы услышать зрители.

### **Ошибка 3: восприятие онлайн-площадки в качестве лектория**

Десятки талантливых онлайн-ораторов заканчивали серию эфиров, так и не сумев зацепить аудиторию. А все потому, что по привычке шли читать лекции. Специфика выступлений на любой онлайн-площадке не прощает такого похода.

## ИСХОДИТЬ ИЗ ИНТЕРЕСОВ АУДИТОРИИ ●

В жизни цель лектора — изложить определенный объем информации в выделенные для этого часы. При этом слушатель должен сам мотивировать себя на получение знаний, настроиться на это. С позиции лектора такой подход можно охарактеризовать фразой: «Тебе это надо больше, чем мне» — или еще жестче: «Ты знал, на что шел».

В Сети все устроено с точностью до наоборот. **Ваша задача как оратора — объяснить слушателям, почему этот эфир будет им интересен и полезен.** Представьте, что публика идет по длинному коридору и заглядывает во все двери. Вам нужно успеть в ту долю секунды, пока открывается ваша дверь, крикнуть: «Да, да, заходите. Вам ко мне». А дальше — убедить гостей, что они не совершили ошибку, поверив вам.

Существует некоторая критическая продолжительность выступлений оратора в монологе — 3–5 минут, после чего трудно ожидать от зрителей внимания. Но и в этом диапазоне внимание распределяется неравномерно: наибольшая концентрация его наблюдается в первые 20–40 секунд выступления. Если оратор за это время сумел зацепить аудиторию, его будут продолжать смотреть, если же нет — люди или завершат просмотр, или, оставив трансляцию включенной, перестанут концентрировать на ней внимание.

Поэтому не выходите в эфир с идеей «мне нужно это рассказать». Вам нужно, а зрителям это зачем? Конструктивная для оратора цель — быть услышанным, понятым и интересным. Сделать так, чтобы каждый вынес из его выступления что-то ценное для себя — цитаты, примеры, секреты мастерства и т.д. Здесь важна полная ориентация на публику, а не на тему выступления. А публике интересно то, что касается непосредственно ее. Сравните темы, отражающие разные подходы к одному и тому же вопросу: «Проблемы современного бизнеса: менеджеры и отчетность» и «Как заслужить одобрение руководителя, решив проблему отчетности». Чувствуете разницу? Первая тема — статистическая, и интересна она будет тем, кто пишет, например, дипломную работу по данному вопросу. Раскрытие ее будет строиться на изложении знаний. Вторая тема — практическая, ориентированная на решение конкретной проблемы. Она предполагает передачу как знаний, так и способов их применения.

Другая способность оратора, которая будет работать на интерес со стороны публики, — **умение фантазировать**. «Оживляйте» своих слушателей. Представляйте их реакцию, поверьте, что она есть.

Перед эфиром нарисуйте в воображении образы десяти человек. Во что они одеты, какие у них прически. А как каждый из них смеется — сдержанно или запрокидывает голову и хохочет в голос? Теперь «понаблюдайте», как они взаимодействуют друг с другом: переглядываются, реагируя на ваши слова, обмениваются впечатлениями.

Вот женщина неуверенно перебирает пальцами свой браслет. Она явно хочет что-то спросить, но не решается. Что именно? Важно предположить, что ее так взволновало в выбранной теме. Теперь к цели эфира добавилась еще одна: вам обязательно нужно ответить на этот незаданный вопрос. Дать слушательнице ту конкретную информацию, за которой она к вам пришла.

Теперь посмотрим на мужчину в свитере. Сразу видно — ваш человек. Он уже в теме, но искренне хочет унести после эфира новые знания и освежить в памяти нюансы рассматриваемых вопросов. Но есть проблема: он не аудиал. Ему сложно воспринимать длинные витиеватые фразы на слух. Значит, уже ради него одного стоит переработать материал: излагать мысль кратко и емко. И не забывайте, что выступление идет в видеоформате. В вашем распоряжении все доступные визуальные приемы. Используйте фотографии, графики, выносите важные цифры в слайды. А если это уместно, в каждом блоке выделите суть, сформулируйте ее в нескольких словах и последовательно записывайте их на демонстрационной доске. Помогите зрителю понять вас.

В следующей главе мы подробнее поговорим о том, как совместить представляемую публику с реальной, а пока хочу обратить ваше внимание на то, что все эти манипуляции с воображением совсем не бессмысленное занятие: они решают важные практические задачи.

Во-первых, только так — представляя свою публику — можно полностью настроиться на нее эмоционально и энергетически. Тогда зрители перестают быть безликой аудиторией, отображающейся в статистике посещений. Они ваши

знакомые — теперь есть ради кого постараться. Кстати, можете представлять, что ваш эфир смотрит конкретный человек из жизни, которому вы очень хотите понравиться. Чувственная привязка лишней совсем не будет.

Во-вторых, эти приемы позволяют отвлечься от волнения перед выступлением. Они трансформируют страх в предвкушение. Оно напоминает ощущение, которое вы испытываете, когда вам не терпится высказаться, если собеседник проявил интерес к важной для вас теме. Вас раздирает любопытство: что он думает по этому поводу, разделяет ли ваши умозаключения?

В-третьих, детальное представление публики позволяет нам создать «эффект фокусника». Я помню свой детский восторг от того, что «маг-волшебник» уверенно указывал именно на ту карту, которую я загадала. С этого момента я готова была верить каждому его слову, я чувствовала, что чудеса будут происходить и дальше. Со временем это ощущение не прошло. Просто теперь я знаю, что «магия» — результат кропотливого труда, практики и знания психологии.

Выступления онлайн можно дополнить этим вау-эффектом, но без настройки на аудиторию фокус не повернуть. Когда вы будете максимально глубоко понимать ее цели и мотивы, тогда сможете предугадывать возможные вопросы и разрешать возникающие сомнения. Информация в форме немного диалога воспринимается легче, хорошо запоминается и расходится на цитаты. «Эффект фокусника» будет лучшим подарком для нашей слушательницы с браслетом, и не только для нее. Правда, от оратора потребуются и детальное знание темы. Но результат от умелого сочетания этих двух факторов стоит того, чтобы их продемонстрировать в ходе выступления.



*Знание о суггестивных особенностях психики человека, то есть его способности к подражанию и внушаемости, позволяет оратору управлять эмоциональными реакциями зрителя, прогнозировать их и программировать. Это становится возможным при хорошо развитом уровне телекоммуникативных умений.*

Здесь я сразу хочу предостеречь новичков от ошибки. Никогда не отвечайте за аудиторию. Фразы вроде «Почему я завел эту тему, спросите вы» или «Вы наверняка подумали...», «Я знаю, это вызвало у вас возмущение» или «Вы, конечно, считаете...» неприемлемы. С такими подводками очень легко попасть в просак, потому что зрители не подумали, не считают, не решили — это исключительно ваши догадки. А такие вымученные попытки залезть в чужую голову вызовут только раздражение — люди не любят, когда им указывают, о чем и в какой форме думать.

## НЕ ДИАЛОГ, А МОНОЛОГ ●

Подобного рода казусы случаются довольно часто. Происходит это из-за противостояния специфик ЖИЗНЬ / ОНЛАЙН-ПЛОЩАДКА. В личном общении мы привыкли к коммуникации в форме диалога — развитию темы при плавном переходе от одного вопроса к другому. И по инерции тянем эту понятную и знакомую схему в онлайн-трансляцию, но здесь работают другие правила.

Онлайн-трансляция начинается не с вопроса и не с ответа на незаданный вопрос, а с изложения информации. Не акцентируйте внимание зрителей на том, что вы сейчас работаете с FAQ (frequently asked questions — в пер. с англ.: часто задаваемые вопросы) аудитории. Но... если очень хочется, то немножко можно. Если без подводки, по вашему мнению, не обойтись, делайте ее неперсонифицированной или ссылайтесь на авторитетное мнение, например так: «Может возникнуть закономерный вопрос...» или «Для экспертов стало неожиданностью...». В таком случае зритель всегда выигрывает: либо он нейтрально воспримет вводную конструкцию, если озвученные идеи прежде его не посещали, либо получит удовлетворение от того, что ход его мыслей совпадает с мнением специалистов.

Другая ситуация, когда бывает нужно ответить аудитории, может выглядеть так: боковым зрением вы увидели, что после вашей фразы появилось большое количество комментариев. Тогда можно смело сказать: «Я вижу, эта тема вызывает у вас много вопросов». В этом случае вы констатируете факт, что вполне допустимо. Помните: ни одно ваше высказывание не должно оставаться голословным, иначе вы утратите доверие аудитории. Потому что она лишена возможности тут же выразить сомнение.



## ГЛАВА 2

### КАК ПОНРАВИТЬСЯ ТЕМ, КОГО НЕ ВИДИШЬ?

Мы, люди, живущие в XXI веке, испытываем постоянный дефицит времени. При этом нам доступно такое количество информационных ресурсов и путей саморазвития, о котором наши родители еще пару-тройку десятилетий назад даже мечтать не могли. Поэтому сейчас любая информация, которая к нам поступает, подвергается немедленному анализу: полезно/бесполезно, релевантно имеющемуся опыту или нет, хочу попробовать или не хочу. (Сравните с радостью студента XX века, собирающего данные для своего диплома: «Ура, я наконец-то это нашел, просидев в библиотеке энное количество часов!»)

Для оратора подобное критичное отношение аудитории к получаемой информации довольно серьезный вызов. И чтобы заинтересовать, нужно четко понимать, что входит в круг интересов потенциального слушателя. Не догадываться, а быть уверенным, ведь бороться с доводом «мне кажется» или «я почувствовал что-то не то» практически невозможно, если ты точно не знаешь, кто перед тобой находится.

Оратору важно знать:

- как привлечь и удержать внимание аудитории;
- как установить контакт с каждым, кто сидит по ту сторону монитора;
- как происходит процесс усвоения и переработки информации, можно ли им управлять;
- социально-психологические особенности разных аудиторий.

Поэтому первый вопрос, который должен возникать при подготовке к онлайн-коммуникации, — для кого я работаю?

В предыдущей главе мы уже говорили про эмоциональную настройку на аудиторию через оживление образов. Теперь давайте поговорим о том, как не ошибиться в своих фантазиях.

## ТОЧНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ОБ АУДИТОРИИ ●

Прорабатывать целевую аудиторию (ЦА) нужно максимально тщательно. Учитывается все: пол, возраст, семейное положение, достаток. И даже этого может оказаться мало. Приведу такой пример. Три наши слушательницы — замужние молодые женщины примерно одного возраста и одинакового достатка. Но одна из них домохозяйка, вторая — госслужащая, а третья — начинающая бизнес-леди. Цели, образ мышления и интересы у трех этих женщин будут существенно различаться, хотя по четырем описанным идентификаторам они должны относиться к одной ЦА.

Поэтому расширяем список: смело добавляем карьерные достижения и региональную привязку, даже выносим в разные группы сельскую и городскую аудиторию. Так вы сможете разбавлять выступление актуальными для зрителя примерами из ЕГО жизни. Любому человеку интереснее и полезнее узнать, что происходит на его улице, а не на далеком Таити.

Важно обратить внимание на уровень образованности зрителей: кто «перед вами» — студенты, выпускники, специалисты или люди, не имеющие никаких знаний по теме вашего выступления. От этого будет зависеть, сможете ли вы свободно козырять терминами, или вам потребуется дополнительное время, чтобы объяснить азы рассматриваемого вопроса. Если публика смешанная, пугаться не стоит. Используйте проверенный лайфхак — теоретические выкладки замените яркими забавными примерами с известными личностями. Люди знающие посмеются вместе с вами, а новички быстро усвоят необходимый минимум.

Само выступление может быть с уклоном в «общее образование» или нацелено на разъяснение прямых выгод. Это тоже будет зависеть от аудитории, от того, насколько слушатели амбициозны и кто они по складу — мыслители или деятели. Например, курс иностранного языка можно преподнести как



потенциальную возможность скрасить досуг за чтением литературы в оригинале, а можно как бойкий шаг к новой высокооплачиваемой должности. В первом случае зрителю важна глубина погружения в предмет, во втором — скорость обучения и наличие сертификата по окончании курса. Интерес один и тот же, а цели совершенно разные. Соответственно, способы заинтересовать и понравиться будут различными.

Еще один пример. Руководитель, выходящий в эфир, организованный для сотрудников предприятия, должен четко понимать, перед кем он выступает — перед людьми технического, гуманитарного или творческого склада. От этого будет зависеть стиль выступления и основной посыл: условно говоря, «это работает» (для технарей), «это понятно» (для гуманитариев) и «это увлекательно» (для творческих людей) — у каждой группы свой интерес.

Хочу подчеркнуть, что все эти умозаключения мы должны сделать до начала работы с материалами эфира! Важно понимать:

- зачем к вам пришли конкретно эти люди — за каким знанием;
- что они уже умеют.

Только тогда с первых двух-трех предложений можно попасть в «золотые 15%».

«Золотые 15%» — секрет успеха оратора — тот объем нового материала, который слушатель способен воспринять без страха и стресса. Здесь возникает парадокс: чтобы понравиться аудитории, нужно одновременно и давать ей новые знания, и говорить о том, что уже всем известно. Причем 85% всей информации приходится как раз на долю прописных истин. А теперь представьте, насколько точно нужно считывать собеседника, чтобы сохранять этот баланс. Очевидно, что знаний о поле и возрасте ЦА недостаточно.

## **ЧЕТКОСТЬ И ПРОСТОТА РЕЧИ ●**

Чтобы зритель не чувствовал себя первоклашкой, которому дали учебник по высшей математике, постарайтесь говорить краткими и емкими предложениями. Тезисы длиной в несколько строк даже читать непросто, что уж говорить о восприятии их на слух — к концу фразы аудитория забудет, с чего все

началось и зачем все это. Постарайтесь как можно меньше использовать термины или сопровождайте их абстрактными образами. Самые основные, без которых не обойтись, вносите в презентацию или прямо во время эфира записывайте на маркерной доске — они должны быть перед глазами постоянно.

Но говорить просто не так-то просто... Чем умнее человек, тем богаче и образнее его речь. Чем больше у оратора знаний, тем терпимее он относится к разноречивым мнениям. Казалось бы, что в этом плохого? Но и у высокого, дипломатического стиля общения с аудиторией есть свои недостатки: появляются экивоки, долгие подводки к основной мысли, намеки. А некоторые выступающие даже начинают извиняться за неудобные темы. При онлайн-коммуникации такая деликатность не работает. Люди приходят на эфир, привлеченные его названием и кратким анонсом. Они уже знают, какая проблематика будет затронута. Поэтому начинать с «давным-давно в далекой, далекой галактике...» не стоит. Как не стоит переходить на панибратство, если оно вам несвойственно.

## **ИСКРЕННОСТЬ И РАЗВИТИЕ КОММУНИКАТИВНЫХ НАВЫКОВ ●**

Успешный эфир требует от оратора в первую очередь безупречного владения коммуникативными навыками. Здесь выступающий работает для зрителя, но от себя, то есть делает все, чтобы аудитории было интересно, и при этом ведет себя естественно. Поэтому, если вы привыкли язвить или, волнуясь, повышаете тон в быту, скрыть это в эфире вряд ли получится. Играть роль другого человека слишком энергозатратно. К тому же любая фальшь на экране проявляется намного сильнее, чем при офлайн-общении. А как известно, нет более эффективного способа потерять доверие зрителя, чем вести себя с ним неискренне.

Ваша задача построить выступление так, чтобы проявления вашего характера были уместны и работали на материал. Например, «крикуны» могут дробить выступление на блоки по 2–3 абзаца в каждом. Во-первых, переход от одного такого блока к другому позволит оратору выдохнуть и размерить тон. Во-вторых, сами собой возникнут эффектные паузы, разбавляющие напористый характер выступления.



*«Коммуникативные способности» — понятие многогранное, включающее в себя, по мнению ряда психологов<sup>1</sup>, следующие виды способностей:*

- *гностическая* — умение понимать других людей (проявляется в готовности слушать партнера по общению, наблюдательности);
- *экспрессивная* — стремление к самовыражению (характеризуется желанием быть понятым, правдивостью, культурой речи, доверием к партнерам);
- *интеракционная* — адекватное влияние на партнеров по общению (предполагает наличие таких качеств, как вежливость, такт, решительность, требовательность, дисциплинированность).

## **ВКЛЮЧЕНИЕ АУДИТОРИИ В КОММУНИКАЦИЮ**

Люди любого возраста терпеть не могут, когда их поучают. И еще меньше любят тех, кто ехидно замечает: «Ну, я же говорил!» Поэтому для выступающего позиция по отношению к зрителям «им нужно это понять» заведомо проигрышная. Это вам нужно, чтобы зрители поняли вас, запомнили и расхватили вашу речь на цитаты. А для этого не следует себя ставить выше других. Тем более что высокомерие отпугивает существенную и наиболее перспективную часть любой ЦА — молодежь.

В этом и состоит загадка онлайн-коммуникации: как сохранить авторитет и при этом поддерживать партнерские отношения с другим выступающим и слушателями. Здесь все довольно просто — нужно склонить аудиторию к участию. Сбросить маску всезнайки и чаще обращаться с вопросами формата «а как вы думаете?».

Это простой психологический прием, который поможет удерживать внимание зрителей на протяжении всего эфира.

---

<sup>1</sup> В частности, речь идет о Г.С. Васильеве и Н.В. Кузьминой, которые занимались исследованием проблемы коммуникативных и организаторских способностей в психологии.

Ведь у них нет возможности тут же открыто опротестовать сказанное — вставить свои пять копеек. А возникшие в ходе конференции идеи будут требовать выхода. Так мы привыкли общаться в офлайн-формате: как только созревает ответ, мы перестаем слушать собеседника и ждем момента, когда сами сможем высказаться.

Чтобы человек решился написать свое мнение, он должен быть уверен, что его не осмеют и не отчитают как школяра. Поэтому общение изначально должно строиться на равных. Если хотите понравиться аудитории, сделайте все, чтобы для вас эта аудитория состояла из коллег, а не из учеников.



*При любом взаимодействии существуют три связанные стороны общения:*

- коммуникативная (обмен информацией);
- интерактивная (взаимодействие между общающимися, обмен не только знаниями и идеями, но и действиями);
- перцептивная (установление взаимопонимания между партнерами по общению)<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Андреева Г. М. Социальная психология. — М.: Аспект Пресс, 2017.



## ГЛАВА 3

### СТРЕСС В ЭФИРЕ: ГОТОВИМСЯ К КОНТРОЛЮ НА ЧЕТЫРЕХ УРОВНЯХ

Стресс во время эфира и до него — это нормально. Любое занятие, результат которого для нас важен, вызывает бурю эмоций: волнение, нетерпение, опасение, восторг, ликование. А переизбыток чувств создает внутреннее напряжение. Да, это действительно так: от очень ярких положительных эмоций тоже можно получить стресс. Отсюда и слезы радости, и желание всех обнимать — таким образом мы снимаем возникшее напряжение.

#### **ФАКТОР ВРЕМЕНИ** ●

При общении онлайн возможности обнять зрителей нет, поэтому оратор вкладывает всю энергию в речь. И тут начинаются проблемы. Хотите верьте, хотите нет, но факт остается фактом: время в эфирах, особенно в первых десяти, идет совсем по-другому! Оно существенно замедляется. Здесь нет никакой фантастики.

Вот вам любопытный пример. Исследуя восприятие времени людьми, находящимися в разном эмоциональном состоянии, американские ученые<sup>3</sup> проводили такой эксперимент: подводили испытуемых к отвесному обрыву, разворачивали спиной

---

<sup>3</sup> Исследователи из медицинского колледжа университета в Бэйлоре (Техас). Руководитель эксперимента — доцент нейробиологии, психиатрии и поведенческих наук Дэвид Иглмен.

к нему и толкали в пропасть — очень дружелюбно, не правда ли? Перед лицом у летунов был установлен монитор — просто белое сияние. Но когда испытуемые приземлялись (на растянутую предварительно сетку), они рассказывали, что видели на экране цифры. Объясняется это тем, что изображения на мониторе сменялись с такой частотой, что глаз человека в нормальном спокойном, состоянии не успевал зафиксировать ни одну картинку. А в стрессе — пожалуйста. Мозг начинает работать в усиленном режиме, и все органы чувств обостряются. Нами это воспринимается как искажение времени.

На онлайн-презентациях происходит то же самое — вы не знаете, когда и как «приземлитесь» по завершении эфира. Стресс-фактор налицо — время, тормози! Поэтому у начинающих спикеров часто возникает чувство, что они очень долго и нудно о чем-то рассказывают. Им кажется, что прошла целая вечность, слушатели успели от них устать и вот-вот покинут эфир. Этот эффект дополняет то, что они не видят реакцию аудитории и делают выводы, опираясь лишь на свои ощущения. Как результат — оратор сбивается, начинает тараторить или говорит скомкано, отрывочными фразами. Может последовать и прямо противоположная реакция — выступающий просто замолчит.

Искаженное восприятие времени корректируется самодисциплиной и практикой. После нескольких эфиров вы привыкнете к новым ощущениям. Кроме того, сможете правильно использовать этот ресурс. Ваш мозг работает быстрее, и, если в обычном состоянии в определенный промежуток времени вы могли только делиться информацией, теперь вы успеете еще и просмотреть, а главное, понять, что написано в комментариях. А пока просто поверьте: во время выступления вы слышите свою речь в полтора раза медленнее, чем она звучит на самом деле.

## **ФИЗИОЛОГИЧЕСКИЙ УРОВЕНЬ ●**

Но одно дело — контролировать скорость речи и совсем другое — победить волнение, пока эту речь произносишь. Давайте разберем факторы, которые с точки зрения физиологии могут усиливать стресс, а значит, и провоцировать беспокойство, и избавимся от них.

Начнем с питания, потому что дискомфорт в желудке — одно из самых частых проявлений волнения. До эфира не стоит наедаться, и вот почему. Во-первых, перед камерой вам предстоит держать в тонусе мышцы спины и пресса, чтобы осанка была правильной, и такое напряжение мышц может вызвать спазмы желудка. А во-вторых, вся энергия, необходимая для презентации, уйдет на переваривание пищи, которое к тому же будет происходить в экстремальных условиях.

Хочу вам дать один полезный совет: готовясь к эфиру, спрячьте с глаз все, что можно съесть. Настраиваясь на выступление, вы концентрируетесь на аудитории, все ваши мысли уже там — на онлайн-площадке. Поэтому вы можете бесконтрольно начать занимать руки: переставлять предметы, хвататься за съестное. Вы сами не заметите, как две большие грозди винограда, а за ними сэндвичи, а следом горсть орешков со стола телепортируются в ваш желудок.

Голодать тоже не стоит. Во время эфира вы тратите значительный запас ресурсов организма, сравнимый с несиловыми спортивными тренировками. Поэтому чувство голода во время эфира может вызвать головокружение, а из забавного — появятся навязчивые мысли о еде. В результате примеры и сравнения в вашем выступлении могут приобрести гастрономический оттенок. Выбирая перекус, откажитесь от снеков и любой соленой пищи с усиленным вкусом. От них появляется сухость во рту, язык «связывается» и речь становится менее разборчивой.

Будьте очень осторожны с крепким чаем и кофе. Они тоже сушат полость рта. Более того, переизбыток кофеина вызывает тремор рук и усиливает возбуждение организма — будет сложно сохранять двигательное спокойствие во время презентации. Как мы знаем, камера имеет свойство все преувеличивать, поэтому для зрителя любые ваши неестественные движения и жесты будут намного заметнее, чем при живом общении. Откажитесь от газированных напитков, иначе все время эфира вам придется сражаться с подступающими к носу пузырьками. Не пейте холодное — это травмирует связки.

Что касается алкоголя, то перед выступлением можно выпить чуть-чуть коньяка. Но совсем немного, потому что цель этого мероприятия не развязать язык, а расширить сосуды,

снять скованность в теле, возникающую при стрессе. Но этот метод подойдет не всем. Есть люди, у которых в прямом смысле слова на лице написано, что они что-то пригубили, — щеки начинают интенсивно розоветь. Зрители могут это интерпретировать по-своему, например, что вам стыдно за то, о чем вы рассказываете.

Еще один аспект, который нужно учитывать при подготовке к эфиру, — естественные потребности. Не начинайте работу, не удовлетворив их. Иначе вы будете мучительно ждать конца своего же выступления. Качество его при этом, как вы понимаете, будет соответствующее.

Не менее важные факторы — температура в помещении, она должна быть комфортной, и одежда, она должна быть удобной. Подробнее о том, как одеваться для эфира, мы поговорим в главе «Одежда, украшения и косметика для онлайн-коммуникации», а пока вернемся к чек-листу по речи.

Голос — наш главный инструмент при выступлениях онлайн. С одной стороны, интонации, скорость и четкость речи зависят от внутреннего состояния человека, а с другой — от разогрева.

Для начинающих ораторов поводом для беспокойства становится само звучание голоса — мало кому он с первого раза нравится в записи. Важно понять, что дело здесь не в том, что он «какой-то не такой», а в том, что мы всю жизнь слышим себя не так, как окружающие. Во-первых, звуковая волна всегда направлена от нас, а во-вторых, мы улавливаем звук, когда он еще только формируется в гортани, поэтому нам привычнее слышать свой голос как будто он доносится откуда-то из-под воды — приглушенно и в более низком диапазоне.

Если эти доводы не развеяли ваши сомнения относительно тембра голоса, можно попробовать смоделировать звучание, а заодно подготовить связки к длительной работе. При сильном волнении и уходе голоса в верхние регистры попробуйте выпить немного некрепкого кофе или слабого подслащенного чая. Эти напитки содержат танин — вещество, которое делает связки менее эластичными. В том числе поэтому в употреблении чая или кофе нужно соблюдать меру: танин высушивает связки, в результате чего может возникнуть эффект резкого и чавкающего голоса. Расслабить и разогреть связки



можно с помощью некоторых упражнений (например, зевка с открытым звуком, идущим из гортани), а также с помощью 30–50 г коньяка, но о рисках его употребления я уже говорила выше.

Не рекомендуется перед эфиром устраивать перекус в виде йогурта: молочные продукты провоцируют образование слизи в гортани, которая мешает свободно звучать голосу.

Чтобы во время трансляции от долгой и интенсивной речи язык не начал заплетаться, а челюсть внезапно не свело, перед эфиром почистите зубы. Это стимулирует приток крови в ротовую полость. А вот «разговорчивость» можно настроить неожиданным способом: потрите ладони одну о другую, попереберите массажные шарики или четки. Участок коры головного мозга, обрабатывающий сигналы от рецепторов кистей рук, находится рядом с участком, отвечающим за речь. Стимулируя одну область, мы создаем волну импульсов, которая распространяется и на соседние зоны мозга.

## **ОТ ФИЗИОЛОГИИ К ПСИХОЛОГИИ И ОБРАТНО** ●

Контролировать волнение во время эфира проще, чем до него. Когда процесс запущен и огонек камеры приветливо горит, когда первые слова уже сказаны, а на экране появляются цифры просмотров — назад пути нет, наш мозг перестраивается из режима предвкушения в режим максимальной результативности. Стоит только начать. Чтобы получать удовольствие с первых же секунд трансляции, нужно настроить на нее не только свое тело, но и разум.

Прямо перед эфиром не репетируйте — сейчас вас меньше всего интересует тема: если вы что-то и пропустите, зрители об этом не узнают. Более того, они же сами могут помочь, направляя вашу речь с помощью комментариев в нужное им русло. Здесь еще раз напомним: ориентироваться стоит не на текст, который предстоит озвучить, а на людей, для которых ваше настроение в первые мгновения эфира намного важнее содержательной стороны выступления. Аудитория будет погружаться в тему не только через ваши слова, но и через эмоции. Поэтому первый пул в эфире — эмоция радости от встречи, а не приветственное слово: мотор — улыбка — «Здравствуйте!», как принято считать.

Генерировать хорошее настроение перед съемкой можно разными способами. Для кого-то самое действенное — вспомнить о близких, у кого-то яркие положительные эмоции вызывают воспоминания о море, путешествиях. Для аудиалов отличным способом самонастройки является музыка — любимая, динамичная. Можно даже потанцевать под нее. Движение — еще один метод сбросить стрессовое напряжение и зарядить тело энергией, ускорить кровообращение. Спикерам, которые интенсивно реагируют на запахи, поможет аромат своих духов или парфюм родного человека.

Выдохнули? Улыбнулись? Отлично. Первый эмоциональный этап самоконтроля пройден. Теперь предстоит научиться контролировать тот образ, который вы транслируете. И делать это придется в течение всего эфира. Выработайте привычку смотреть на себя как бы со стороны. Тренируйтесь вне съемок. В первое время можно устанавливать будильник с разницей, например, в десять минут и заниматься привычными делами. При этом нужно будет соблюдать три условия: сохранять приветливое выражение лица, не снижать эмоциональный заряд и держать себя как на деловой встрече. Прозвенел будильник — стоп-кадр. Оцените, как вы сидите, где находятся ваши руки, в какой позе ноги, о чем говорит мимика. Если результаты далеки от экспертного формата, тренировку придется продолжать. Во время конференции регулярно напоминайте себе об этом будильнике и возвращайтесь в заданный стандарт.



*Существует ряд упражнений, которые помогают уменьшить страх перед камерой:*

- *аутогенная тренировка — популярный метод снятия напряжения, построенный на самовнушении. Те, кто освоил этот метод, способны вызывать в сознании различные образы, позволяющие максимально расслабиться в стрессовой ситуации, управлять своими эмоциями;*
- *расслабление мышц — метод, описанный американским ученым и врачом Эдмундом Джейкобсоном еще в 1938 году. Метод*

*заключается в поочередном кратковременном напряжении и последующем расслаблении отдельных групп мышц всего туловища. Это позволяет выявить области зажимов, устранить мышечную скованность.*

## **ФОРС-МАЖОР В ЭФИРЕ ●**

Вот если бы при онлайн-коммуникации было достаточно контролировать только себя! Но! Помимо этого, вы находитесь в связке со своим онлайн-собеседником, работаете с аудиторией и отвечаете за то, что происходит вокруг вас. Может звучать пугающе, что контролировать нужно все эти уровни. Однако, когда вы вовлечены в процесс, это происходит естественным образом.

Как автолюбитель, я могу сказать, что, находясь за рулем, мы проделываем не меньшую работу: сохраняем концентрацию внимания, фиксируем состояние машины, анализируем поведение других водителей, предугадываем действия пешеходов, ориентируемся по знакам и выстраиваем оптимальный маршрут. И это еще не все: управляя автомобилем, я, например, могу слушать музыку или общаться с собеседником. По тому же принципу работает онлайн-коммуникация. Что бы ни происходило во время эфира, не забывайте о главной цели — понравиться зрителю и дать ему то знание, которое он захочет унести с собой.

Сейчас видеоконференциями, где на заднем фоне кот самозабвенно терзает мягкую игрушку, никого не удивишь. Однако вас как оратора, особенно во время первых эфиров, такие казусы могут выбить из колеи. А главное, вы можете не сразу понять или заметить, что происходит нечто не запланированное сценарием. Поэтому заранее, до эфира, убедитесь, что питомцы находятся в другой комнате, а домочадцы предупреждены о мероприятии. Если что-то непредвиденное все же произошло, не расстраивайтесь. В большинстве случаев некоторые шероховатости даже располагают зрителей, разряжают атмосферу. Извинитесь или пошутите, что даже котам нравится тема сегодняшнего эфира.

Следует учесть, что реакция зрителей на форс-мажоры, скорее всего, не заставит себя ждать — появятся комментарии.

Это неплохо — у вас произойдет активизация, преломление страха написать первое сообщение. А вот понять, удержите ли вы внимание аудитории непосредственно во время выступления, стоит еще до какой-либо открытой реакции с ее стороны.

Чтобы контролировать слушателей, нужно, как мы уже говорили, четко представлять себе интересы и психоэмоциональные особенности каждого. Помните даму с браслетом и скромного мужчину? Пусть их образы сопровождают вас на протяжении всего эфира — ваши зрители должны оживать перед вами. Насколько же при этом проще контролировать собеседника! Фантазировать придется совсем немного, ведь вы его и так видите. Вас разделяют лишь мониторы... А еще вы оба зависите от качества связи, звука и видео. Поэтому часть вербальных и невербальных сигналов может потеряться. Чтобы сократить эту дистанцию, используйте психологический трюк: представьте, что перешагиваете через экран. Почувствуйте, что человек теперь находится рядом, просто он за стеклом. К нему даже можно мысленно постучаться, чтобы привлечь внимание.

Но бывает так, что достучаться до визави все же не удастся. Из-за чего так может произойти? Не секрет, что у каждого из нас есть любимые темы, на которые мы можем говорить часами. А иногда кажется, что беседа сама собой становится нам интересной. Ключевое здесь слово — «кажется». Потому что мы подсознательно ведем разговор к той области, в которой мы наиболее компетентны.

Внимание слушателей удержать бывает сложнее в ситуации, когда в эфире два спикера. Как только вы заметили, что ваш партнер отошел от темы до такой степени, когда у аудитории может возникнуть законный вопрос «А это здесь при чем?» — пора вмешиваться. Существует простая и очень вежливая уловка, которая помогает возвращать собеседника к основам разговора, — просеивающие фразы. Например: «Интересное наблюдение, а как вы связываете это с нашей темой про...» или «А каким образом это влияет на...». Можно воспользоваться и другим способом. Выступающим я всегда рекомендую перед эфиром читать свежие новости, связанные с темой конференции. Если вы и ваш партнер будете в курсе актуальных событий, смело переводите внимание на них.

Но как это сделать, если визави перешел в режим бодрого монолога? В ораторском искусстве есть такое понятие, как «вдох собеседника». Это тот счастливый момент, когда оратор на несколько секунд останавливается, чтобы подобрать емкое слово. Во время этой паузы можно свободно вклинить свою фразу. Если вы не успеваете поймать этот момент, тогда стоит промолчать — перебивать партнера категорически не рекомендуется. Помните: что можно вам, можно и ему. Дав добро на грубое вмешательство, вы рискуете превратить конференцию в непрерывный гомон кричащих друг на друга людей. Попробуйте привлечь внимание слушателей жестами. Онлайн-этикет допускает подключение сигналов тела: помашите собеседнику, выставите вперед ладонь как знак «стоп».

При совместном с кем-то ведении конференции не следует забывать о самоконтроле. Кроме того, все то время, пока вы пытаетесь найти окно в монологе, вы должны слушать собеседника. Потому что цель общения в эфире остается неизменной: главное — не вам высказаться любой ценой, а дать зрителю желаемую информацию. В данном случае — путем совместных усилий.

- **КАК УПРАВЛЯТЬ  
ВНИМАНИЕМ АУДИТОРИИ**

