

Найджел Барлоу пишет с убедительностью и энергией человека, который сам проводил сотни презентаций по всему миру. Он считает, что мы можем заимствовать приемы и технику у музыкальных исполнителей, чтобы сделать наши презентации более увлекательными. В доказательство он приводит свой собственный опыт.

В течение двадцати лет я был агентом спикеров и организатором более 500 деловых мероприятий и как никто понимаю, насколько необходима эта книга – путеводитель, который может превратить вас из караоке-певца вашей фирмы в рок-звезду.

**БРЕНДАН БАРНС, ОСНОВАТЕЛЬ ЛОНДОНСКОГО БИЗНЕС-ФОРУМА**

Привлечь и удержать интерес аудитории – задача непростая. Найджел рассказывает, как с первой секунды выступления всецело завладеть вниманием слушателей и не давать им отвлечься. Такому напору и энергии всем нам стоит поучиться.

**ДЭВИД БЕЛЛС, ОСНОВАТЕЛЬ HEWLETT PACKARD**

Найджел бросает вызов вашим предрассудкам и сомнениям и одним ударом опрокидывает все, в чем вы еще недавно были твердо убеждены. Со свойственной ему изобретательностью он раскрывает вам новые горизонты, поддерживая с вами внутреннюю связь и ведя за собой, чтобы вы научились видеть вещи по-иному.

**НИК КИРКЛАНД, ДИРЕКТОР CIO CONNECT**

Найджел обладает уникальным видением будущего в целом, тенденций в бизнесе и изменений в обществе. Энергичный, умеющий увлекать, он, безусловно, один из величайших и наиболее эффективных в мире людей, которых я знаю.

**ДАГМАР О'ТУЛ, CSA CELEBRITY SPEAKERS LTD**

Презентации Найджела – пожалуй, самые динамичные и увлекательные из тех, на которых я присутствовала, а я их видела немало.

**БРИТТ-МАРИ ХЕССЕЛЬБЭК, ОСНОВАТЕЛЬ SPEAKERSNET AB**

Найджел – действительно один из лучших преподавателей, которых я встречал. Все мои клиенты, когда-либо у него учившиеся, усвоили не только определенные знания, но и выработали навык организации захватывающих, убедительных и запоминающихся презентаций и готовность противостоять любым вызовам. Он способен в нескольких словах передать вам свою страсть и энергию, которые приведут вас к победе!

**ДЖОВАННИ БАТТИСТА ВЕСКОВО,**  
ПРЕЗИДЕНТ И ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР PROMOSTUDIO

Работа с Найджелом по организации одной важной конференции стала для меня удивительным опытом, особенно в плане подачи контента, взаимодействия с аудиторией и выстраивания человеческих отношений. Всё это превзошло мои самые смелые ожидания. Найджел мастерски выводил докладчиков из зоны комфорта, подталкивая их к живому общению со слушателями, и делал это с тонким юмором и тактом.

**СЬЮЗАН ФЕЛЛЭЙ,**  
ДИРЕКТОР ПО СТРАТЕГИЧЕСКИМ КОММУНИКАЦИЯМ MCI GROUP

Найджел, словно рок-звезда, каждым словом, каждым жестом притягивает к себе слушателей. Его способность долго удерживать внимание аудитории, даря ей яркие впечатления, – настоящее искусство. Речи Найджела, благодаря сочетанию блестящих ораторских приемов с глубоким содержанием, остаются в памяти надолго.

**НИК ГОЛД, ДИРЕКТОР SPEAKERS' CORNER**

НАЙДЖЕЛ БАРЛОУ

# РОК

*презентация:*

КАК ПРИДАТЬ  
СВОЕМУ ВЫСТУПЛЕНИЮ  
СТРАСТЬ И ЭКСПРЕССИЮ

  
АЗБУКА  
БИЗНЕС  
МОСКВА

УДК 808.5 + 159.923.2  
ББК 83.7 + 88.53  
Б25

Nigel Barlow  
ROCK YOUR PRESENTATION  
A New Guide to Speaking with Passion

*Перевод с английского* Юрия Гольдберга и Людмилы Гурбановской

**Барлоу Н.**  
Б25 Рок-презентация: как придать своему выступлению страсть и экспрессию / Найджел Барлоу ; [пер. с англ. Ю. Гольдберга, Л. Гурбановской]. – М. : Азбука Бизнес, Азбука-Аттикус, 2017. – 272 с.

ISBN 978-5-389-11626-9

Каждому из нас время от времени приходится выходить на публику, чтобы донести до нее свои идеи. Это может быть питч, презентация, рабочее совещание или беседа с боссом. Добавьте рока в свои выступления – сделайте их динамичными и запоминающимися!

Найджел Барлоу, ведущий мировой специалист в области инноваций, разработал оригинальную методику привлечения и удержания внимания: несколько выверенных ярких аккордов – и вот уже аудитория настроена на нужную волну и готова ловить каждое ваше слово. А теперь пора «зажигать»!

«Книга адресована тем, кто презентует свои идеи и хочет, чтобы слушатели усвоили эти идеи как можно лучше. Ораторы, бизнесмены, лекторы, учителя и специалисты, которым нужно донести какую-то информацию, какие-то соображения, – вот о ком я думал, когда писал ее. Музыка способна многому нас научить – в том, как влиять на эмоции. Мы можем применить это знание и сделать свою речь более зажигательной». (Найджел Барлоу)

УДК 808.5 + 159.923.2  
ББК 83.7 + 88.53

ISBN 978-5-389-11626-9

© Nigel Barlow, 2016  
© Гольдберг Ю., перевод на русский язык, 2017  
© Гурбановская Л., перевод на русский язык, 2017  
© Издание на русском языке, оформление.  
ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус», 2017  
Азбука Бизнес®

# СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие .....	7
Введение: Почему «рок»? .....	9

## **Часть I. Добавьте рока**

1. Трехминутная песня – сделайте вашу речь запоминающейся .....	25
2. Подготовка площадки .....	59
3. Пауэр-аккорды речи .....	87

## **Часть II. «Заведите» аудиторию**

4. Звук и изображение – панк-руководство к жизни в формате PowerPoint .....	119
5. Исполнение .....	153
6. «Заведите» толпу .....	183
7. Питч в стиле рок – десять советов .....	207

## **Часть III. Ораторское мастерство**

8. Приобретайте опыт – учитесь у мастеров .....	231
9. Дзен-презентации .....	251
На конверте пластинки .....	263
Благодарности .....	269

*Яну Крейгу Тейлору,  
который объяснил мне, что такое дружба*

## ПРЕДИСЛОВИЕ

В 1985 г. я впервые побывал на рок-концерте. Выступала группа Tears for Fears. Прошло тридцать лет, а я до сих пор помню страсть, волнение, эмоциональный накал, которые пережил в тот вечер. С тех пор, по правде сказать, мало что производило на меня подобное впечатление, хотя мне довелось прослушать тысячи речей и лекций.

Поэтому я очень рад, что Найджел Барлоу написал эту книгу. Этот путеводитель необходим тем, кто хочет научиться творить магию, которая рождается во время выступлений великих рок-групп. Люди берут билеты на концерт любимой группы, не опасаясь, что он будет скучным и утомительным. В то же время большинство из нас боится подняться на сцену, чтобы всего-навсего принять участие в бизнес-презентации.

Найджел Барлоу пишет с убедительностью и энергией человека, который сам проводил сотни презентаций по всему миру. Он считает, что мы можем заимствовать приемы и технику у музыкальных исполнителей, чтобы сделать наши

презентации более увлекательными. В доказательство он приводит свой собственный опыт.

В течение двадцати лет я был агентом спикеров и организатором более 500 деловых мероприятий и как никто понимаю, насколько необходима эта книга. «Презентация в стиле рок» – путеводитель, который может превратить вас из караоке-певца вашей фирмы в рок-звезду. Найджел подчеркивает, что, какими бы средствами и наставлениями вы ни пользовались, важно, чтобы вы всегда оставались естественными и верными себе.

Купив эту книгу, чтобы научиться говорить на публике, вы сделали правильный выбор. Найджел расскажет, как отточить ваше искусство, а главное – как стать другим. Вы присоединились к группе «Презентация в стиле рок», и теперь Найджел – ваш администратор.

*Брендан Барнс,  
основатель Лондонского бизнес-форума  
Август 2015 г.*

## ВВЕДЕНИЕ: ПОЧЕМУ «РОК»?

Многие идеи этой книги пришли мне в голову, когда я сидел и слушал посредственные презентации. Презентации на уровне «так себе». А что? Вам не случалось мысленно уплывать прочь, сидя на последнем ряду в лекционном зале? Конечно, случалось: вдруг возникает желание поиграть в любимое приложение на смартфоне, пересчитать ежемесячные выплаты по ипотеке или продолжить СМС-переписку с приятным новым коллегой. Этот навык мы приобретаем очень быстро – изображаем напряженное внимание, а мысли наши при этом бродят где-то очень далеко.

*Но, как и вы, я предпочел бы, чтобы выступление меня захватило, чтобы оратор увлеченно и с толком поведал мне нечто полезное – для работы либо для жизни.*

Хотите, чтобы ваши беседы, лекции, питчи и конференции были более насыщенными, интерактивными, трогали за живое и запоминались надолго? Тогда это ваша книга. И вам не потребуются специальные знания или интерес

к музыке, чтобы обрести вдохновение и практические идеи, которые оживят вашу презентацию и сделают ее «роковой».

Книга «Презентация в стиле рок» написана для тех, кто презентует свои идеи и хочет, чтобы слушатели усвоили эти идеи как можно лучше. Ораторы, бизнесмены, лекторы, учителя и специалисты, которым нужно донести какую-то информацию, какие-то соображения, – вот о ком я думал, когда писал ее.

Все мы знаем, что порой мелодия может потрясти до глубины души и совершенно изменить наше настроение – многие такие мелодии незабываемы. Я хочу показать, как можно добиться подобного эффекта в речи, «добавив рока» в подачу материала, при этом без ущерба для глубины и охвата проблемы. Напротив, это пойдет ему только на пользу.

Слово «рок» мы будем использовать двояко.

Во-первых, в его разговорном, уличном значении – «будоражить, волновать, быть крутым». В применении к речи это означает «идти на риск, устраняя границу между вами и аудиторией, находить конкретные жизненные примеры».

Во-вторых, мы используем это слово как максимально широкий музыкальный термин. Под рок-музыкой я подразумеваю любую современную композицию, которая способна нас расшевелить и зажечь. В этом смысле можно сказать, что Телониус Монк, Боб Марли, Ванесса Мэй, Эминем и Mumford & Sons – все они «рок», потому что все они «жгут», хотя в iTunes применяется, конечно, иная классификация.

Музыка способна многому нас научить – в том, как влиять на эмоции. Мы можем применить это знание, сделав свою речь более зажигательной. Вот что я имею в виду, когда говорю «добавить рока» в презентацию.

Эта книга не инструкция для новичков – я исхожу из того, что у вас есть некоторый опыт публичных выступлений, – это скорее сборник разнообразных практических советов, призванных научить вас, как лучше преподнести свою идею. Ну а если вы новичок, тоже неплохо начать отсюда, чтобы не тратить время на всякие занудные «попсовые» советы.

### **Как работает эта книга**

Ключевая часть моего брифа нацелена на то, чтобы люди проснулись и включили голову, и нередко это происходит после ланча (когда, как говорится, закончилась «ночная смена»). Честно говоря, хорошие концерты, которые я видел вживую, помогли мне в этом смысле ничуть не меньше, чем опыт чужих бизнес-презентаций.

Идеи и практические навыки, которые я усвоил, выступая более чем в тридцати странах мира, от США до Китая, – всем этим я буду рад поделиться с вами.

Но я предлагаю новый подход, отличный от привычных мотивов «фоновой музыки». Стандартные советы по развитию мастерства презентации фокусируют внимание на логике изложения. «Презентация в стиле рок» – это логика *плюс* эмоции.

Аналогии и метафоры способны пробудить творчество, поскольку выводят нас из привычного круга мыслей, то есть вызволяют из плена рационального мышления. Я прибегаю к музыкальным аналогиям, и вы увидите, как часто ораторское искусство и музыка бывают на удивление схожи.

Стив Джобс заметил, что созидание – это «просто создание связей между вещами». Вот тот набор созидательных

связей, которые мы будем изучать, чтобы развить ваш навык оратора:

- У хорошей песни почти всегда *сильный зачин и мощная кульминация*. Что станет эквивалентом этому в запланированной вами речи?
- Опытные музыканты знают, *как завести толпу*. А вы?
- У запоминающихся песен *четкий рефрен*. А какой у вас?
- Резкие музыкальные переходы *меняют настроение* слушателей. Как вы можете применить этот прием?
- *Живая акустика* вызывает ощущение подлинности и интимности на концерте – как и на презентации.
- *Вопросы в зал и ответы публики* создают нужный контакт – и эмоциональный, и содержательный.

Я беззастенчиво пользуюсь материалами о том, какие темы хороши для песен, какова должна быть песенная структура, что такое «правильное» исполнение. Я буду давать вам короткие отрывки выступлений, а также практические советы, основанные на моем личном опыте и опыте величайших профессионалов, которых знаю лично. Со многими из них мне довелось работать. Если вы испытаете хотя бы половину того удовольствия, какое испытал я, когда писал все это, значит, оно того стоило.

Слушать музыку или нет – решать вам, но с точки зрения эмоциональной вовлеченности это было бы полезно. Вы можете скачать большинство упомянутых песен на моем сайте, [www.nigelbarlow.com](http://www.nigelbarlow.com), переходя по ссылкам.

Моя работа нацелена на то, чтобы пробудить в человеке творческое начало, так что попутно я буду делиться с вами ценными приемами, которые помогают сохранить интерес и новизну восприятия в повседневной жизни.

## Что я знаю

Сейчас мои интересы относятся главным образом к сфере бизнес-образования. Мне повезло, я работал в различных производственных отраслях, со многими мировыми промышленными лидерами, поэтому я, разумеется, буду максимально опираться на этот опыт.

Я зарабатываю на жизнь выступлениями, и порой они проходят в довольно необычной обстановке – на ринге для кикбоксинга, на корабле, лыжной базе, пляже, в кемпинге, юрте, во дворце, бизнес-школе, школьном классе и очень часто – в гостиничных бальных залах, непременно с колоннами.

Иногда это камерная коуч-сессия для высшего руководства или проектной группы; а чаще – выступление на конференции, и тогда у меня может быть от пятидесяти до трех тысяч слушателей.

Ситуации эти очень разнятся, и я всякий раз напоминаю себе, как важно *подогнать* содержание и форму подачи под конкретные условия и аудиторию, чтобы добиться наилучшего результата. Я буду давать вам простые, логичные советы, чтобы вы тоже научились подстраиваться под своих слушателей.

Я терпеть не могу, когда меня называют «мотивирующим докладчиком», и с трудом согласен на «вдохновляющего». А все потому, что уверен: «вдохновляет» мою публику содержание, адекватное ее ожиданиям, – ну и живая подача. И то и другое одинаково важно.

Но не подумайте, будто с самого начала я имел оглушительный успех. Оглядываясь назад, на свои ранние попытки, я откровенно стыжусь. «Синдром самозванца» – отличная формулировка для описания всем нам знакомых чувств, когда мы осознаем, что не умеем и половины того, чего от нас

ждут, и нас гложет страх перед разоблачением. Каждый, кого вдруг назначили на более ответственную должность или кому довелось говорить на малознакомую тему, испытал, что это такое – быть самозванцем.

Чего я не знаю, так это насколько хорошо, вы, мой читатель, усвоите полезный практический материал из книги по сравнению с тем, как вы усвоили бы его при личном общении – на коучинге. Когда мне попадается книга, призванная развить некие мои способности, нет читателя ужасней меня. Я хочу сразу же перейти к делу, выжать из книги три-четыре толковые идеи – и, возможно, одну гениальную – если таковая имеется.

Именно поэтому я пытался писать просто, ясно и без специального сленга. А также сделать каждую главу самодостаточной, чтобы вы могли начать с любой. Например, вы хотите сделать свою речь более живой, ну или более доходчивой – глава 1, «Трехминутная песня», или глава 5, «Исполнение», соответственно.

## **Вы же это не всерьез!**

«Вы же это не всерьез!» – изумился мой высоколобый коллега, услышав про «Презентацию в стиле рок». Не окажется ли манера изложения превыше идеи, зрелищность – превыше серьезного содержания, низведенного до уровня подростков с синдромом дефицита внимания?

Ну что же, можно подумать и так: если взрослый человек увлекся роком, у него, значит, кризис среднего возраста. Но однажды ты просыпаешься – на много лет позже, чем следовало бы, – и понимаешь, что никогда тебе не стать хедлайнером фестиваля Гластонбери, не найти себя в списке богатей в Sunday Times и не пойти на свидание с бывшей мисс

мира. Это обо мне. Так что мне теперь остается только *писать* о музыке в последней попытке стать крутым?

В общем-то да! Вот только я ничуть не шучу насчет практичности и полезности идей «Презентации»: я видел, как их применяют другие, и применял сам – они отлично работают. Почти все применял. Про некоторые читал. Но бóльшая часть соображений основана на личном опыте: я делал свои презентации, еще больше слышал чужих, думал, общался с преподавателями, студентами, школьными учителями, рекламными агентами, организаторами конференций, педагогами-новаторами – и... ну вы поняли.

«Работа в поле» – так обычно называют подобный метод, хотя, пожалуй, здесь больше подойдет «наш человек в заднем ряду, за колонной». (Удивительно, что охрана довольно редко выдворяла меня оттуда прочь.)

Без юмора здесь никак не обойтись, ведь если вы относитесь к себе слишком серьезно, то и общаться с вами невозможно. С другой стороны, несерьезное отношение к теме доклада или к аудитории – большая ошибка. И пусть вас не покидает ощущение необычности происходящего: вот музыкант, трогая струны гитары, затронул струны в сердце зрителей; вот докладчик, ради которого сотни людей оторвались от своих дел... Есть в этом что-то странное, верно? Что-то от чуда алхимии, позволяющей нам завладеть вниманием незнакомых людей.

Я намерен не только рассказать вам об искусстве презентации, но и немного вас развлечь. Сам я прочел массу книг на эту тему, и, хотя нет никакой гарантии, что вы не бросите мою на середине, я сделал все, чтобы идеи были четкими, полезными и занятными.

В ответ на «Вы же это не всерьез?» могу сказать, что часто видел отличный материал, искалеченный и даже загубленный

невнятной структурой и занудным изложением, притом что авторы были люди очень одаренные. Простое – не значит поверхностное, и даже самую сложную тему можно подать как захватывающий спектакль. Мне нравится история о необразованной, но умной женщине, которая сказала, что ей бы очень хотелось послушать Альберта Эйнштейна – потому что он говорил просто, так что любому было понятно.

Популярная музыка тоже говорит простым, живым языком, который понятен любому. Содержание хорошей трехминутной песни куда богаче – там есть целая история и куча переживаний, – чем большинство сюжетов наших СМИ. Если вы хотите, чтобы ваша речь была интересной и увлекательной, то песенный жанр и вообще музыка многому смогут вас научить.

Задача не в том, чтобы стебаться, как Джаггер, или прыгать в зал на руки публики, как Игги Поп, и я не предполагаю, что ваши слушатели запоют аллилуйю, размахивая мобильниками, после того как вы сообщите им в деталях о новой стратегии в цепи поставок. Но я предполагаю, что вы сумеете в полной мере завладеть их вниманием.

Итак, почему рок? Мой ученый друг сказал: «Почему бы тебе не взять оперу?» Что ж, я мог бы вдохновиться и другим музыкальным жанром, но презентация в стиле классика, фолк или техно не обладала бы насыщенной энергией рока. А джаз? Наверное, хотя все, что я читал о джазе, в основном сводится к одному аспекту – к импровизации.

Читателям более серьезным нелишне будет напомнить, что многие великие композиторы своим современникам казались людьми странными и даже дикими, поскольку их идеи и поведение шли вразрез с принятыми нормами. Классический пианист и автор книг Джеймс Роудс говорит о них как о рок-звездах того времени, уточняя, что «они не телевизоры

выбрасывали из гостиничных окон – а выбрасывались сами!». О Бетховене он пишет:

Он был угрюмый, подозрительный, обидчивый, невероятно грязный и сердитый... в то время как все остальные композиторы пытались добиться расположения зрителей, он пинком открывал двери и чуть ли не закладывал им бомбы под кресла.

Бетховен был законченный рок-н-ролльщик и жег от души. У каждого нового поколения – новая музыка, и она нарушает привычные рамки, а при этом берет от каждого жанра нечто для себя ценное. И вы делайте так же, если хотите увлечь своих слушателей. Отныне вам надо забыть все жесткие, косные правила, определяющие границы музыкальных жанров. Луи Армстронг был прав, когда сказал: «Любая музыка – это фолк. Люди поют, но я никогда не слышал, чтобы пела лошадь!»

«Презентация в стиле рок» – о том, как музыка помогает нам строить свою речь, и примеры я подобрал так, чтобы их можно было напрямую использовать в ваших презентациях. Песни, которые я выбрал, не обязательно мои любимые, равно как и их исполнители.

Мне пришлось нелегко! Признаюсь, я законченный музыкальный маньяк – слушаю все, от хоровой музыки XVI в. и заканчивая последними новинками. Знаю, в жизни есть вещи поважнее музыки, но вообразить себе, что же это за вещи, мне трудно. В ресторане или в баре – хоть и понимаю, что всех это бесит, – я краем уха обязательно слушаю, что там играет на заднем фоне, да еще при этом мой мозговой компищет информацию о каждом треке. Такое вот я приложение Shazam в человеческом обличье.

Для меня это не просто фон – это сама жизнь. Здесь я пытался обуздать свою страсть, потому что эта книга о том, как улучшить свою речь, а не о музыке как таковой – слова на первом месте, мелодия на втором. Но, конечно, вам судить, хорошо ли я с этим справился.

## Питчи vs презентации

На протяжении всей книги я буду использовать эти слова как почти полные синонимы, но разница все же есть. В ситуации питча вы стремитесь изменить чье-то отношение или даже реакцию, обычно надеясь на громкое одобрительное «да» касательно своей идеи или предложения. На презентации вы прежде всего делитесь знаниями и информацией, хотя и тогда прощупываете почву для дальнейшего расширения своей «сферы влияния».

Еще одно отличие – обстановка. Сомнительно, чтобы вы делали питч перед сотней человек: обычно его произносят перед небольшой аудиторией или даже одним человеком, которого надеются «покорить». Из рисунка видно, что изначальный посыл у этих сообщений разный, хотя многие другие параметры совпадают. Эта книга описывает оба сценария,



но я буду подчеркивать разницу в подходе там, где это будет полезно.

Вообще говоря, питчинг, то есть вброс какой-либо идеи, – наше регулярное занятие, хотя зачастую мы даже не отдаем себе в этом отчета, так что тема эта весьма важная, а потому заслуживает отдельной главы – 7-й, «Питч в стиле рок». Благотворительные организации, образовательные учреждения и чиновники постоянно пытаются «впарить» свои идеи ничуть не менее рьяно, чем те, кто напрямую занят коммерцией, с той лишь разницей, что их усилия не имеют целью прямое финансовое вознаграждение.

Хороший питчер должен знать, как грамотно презентовать материал, а отличный презентатор сознает, что в его работе всегда есть элемент питча, будь то опрос претендентов на вакантную должность или лекция по макроэкономике для сонных студентов выпускного курса.

А как быть, если вы строго ограничены рамками указанной темы? Старайтесь найти те пункты, в которые можно внести живость, и разнообразить их примерами. Всегда есть пространство для маневра, например, можно сосредоточиться на структуре сообщения, сделать подачу более динамичной.

## **Любительское увлечение**

Смею утверждать, что весьма компетентен в том, что касается искусства речи (хотя в ту самую секунду, когда ты говоришь: «Я эксперт», ты перестаешь учиться дальше). Ну так вот, я – профессионал. Но, когда я пишу о музыке, я любитель. Так что не будет никакой сложной теории, мой взгляд – это взгляд простого, искреннего любителя музыки, чья цель – помочь вам сделать свою речь ярче.

Ник Хорнби – блестящий, эрудированный писатель, чья книга о популярной музыке «Hi-Fi/ Высокая точность» была успешно экранизирована. Он очень убедительно показал, как важно мнение фаната, точка зрения любителя. А его суждения о музыке куда внятней и доходчивей, чем у самых что ни на есть профессиональных критиков.

В этой связи я призываю вас стать больше чем просто любителем. Звучит странно? Не так уж и странно, если взглянуть на латинский корень слова *amateur* (англ. «любитель») – *amare*, «любить». Любители обожают предмет своего поклонения и исполнены в отношении его огромного энтузиазма. Вот кратчайший путь наладить эмоциональный контакт с аудиторией – будьте страстны. И не нужно громких слов о своей любви – люди почувствуют, что вы равнодушны. Ваша задача – найти свои, неизбитые слова. Вот так, вы должны быть разом и любителем, и профессионалом.

Книг, которые наставляют нас в том, как профессионально подавать материал, бесчисленное множество. «Презентация. Уроки убеждения от лидера Apple Стива Джобса» (*The Presentation Secrets of Steve Jobs*) и «Презентации в стиле TED» (*Talk Like TED*) – грамотные, хорошо написанные вещи (обе написал Кармин Галло). Но я бы все же предпочел, чтобы вы говорили по-своему. Чтобы стать настоящим учителем, докладчиком или исполнителем, нужно научиться просто быть собой. Это расхожая истина, но от этого она не перестает быть истиной.

Осознать свою страсть и найти свой уникальный стиль для ее выражения – сквозная тема всей книги. Легко сказать, а вот как это сделать, особенно если вы нервничаете перед публичным выступлением? Как можно «быть собой» перед сотней незнакомых людей?

Я знаю, вы можете – более того, должны – найти свой уникальный стиль. Он проявится и в том, что вы говорите, и в том как. Чтобы не быть чьей-то «кавер-версией», а быть самим оригиналом. Потому что только так вы завоюете аудиторию и добьетесь успеха. Я и в страшном сне не хочу увидеть, что в итоге вы будете делать презентации точь-в-точь как спикер, которым искренне восхищаетесь. Еще страшнее было бы наплодить собственных клонов, которые во всем подражали бы мне! В этой книге достаточно разнообразных идей и советов, так что выбирайте те, что вам по душе.

**Насчет «быть собой»**

Однажды в рекламном объявлении я неожиданно наткнулся на мудрую мысль:

Будь собой.

Больше нечем –

остальные места заняты.

Предлагаю вам читать «Презентацию» в интерактивном режиме. В конце каждой главы есть раздел, где содержатся советы и идеи по улучшению вашей речи. Пишите, делайте пометки и рисунки. Памятуя о том, что «чем ближе к реальности – тем лучше», сразу применяйте идеи к конкретным докладам и питчам, над которыми сейчас работаете.

Ну, пора нажать на кнопку «пуск».

ЧАСТЬ I  
ДОБАВЬТЕ РОКА

# 1

## ТРЕХМИНУТНАЯ ПЕСНЯ – СДЕЛАЙТЕ ВАШУ РЕЧЬ ЗАПОМИНАЮЩЕЙСЯ

- ◆ Кратко, внятно и занятно!
- ◆ Вступительные аккорды.
- ◆ Куплеты и припевы.
- ◆ Переход (или middle-eight).
- ◆ Развязка: кода и финал.

Давайте сразу подумаем о структуре и формате вашего выступления. Вряд ли вы будете говорить всего три минуты – хотя полезно помнить, что Геттисбергская речь длилась чуть более двух минут, – но приемы, благодаря которым короткая рок-песня цепляет нас за живое и надолго остается в памяти, можно с успехом применить и для создания надежного каркаса вашей презентации.

Хорошая трехминутная песня – шедевр краткости. Здесь все схвачено верно – сюжет, эмоции, персонажи и пейзажи. Иногда достаточно услышать две первые ноты знакомой мелодии, чтобы мысленно ее продолжить. Видимо, срабатывает магия алхимии – и создает мощный электрический импульс. Наш организм сам настраивается на нужный лад.

Подумайте, ведь песня может долгие годы «дремать» у вас в голове и вдруг «проснуться» – когда вы случайно услышите

ее из открытого окна. Она может вызвать теплую, нежную ностальгию или, наоборот, раздражение, если исполнитель очень нравился, скажем, вашей бывшей (или вашему бывшему), в отличие от вас. Как бы то ни было, она пробудит воспоминания, вызовет эмоциональный отклик и изменит ваше настроение.

Разбирая структуру сильной песни, мы можем понять, как сделать презентацию более живой и запоминающейся. Основные «строительные блоки» успешных мелодий таковы:

*Вступление, куплет, припев, куплет, переход, припев, постепенное затухание или кульминация.*

Мы изучим, как их применять, чтобы сделать ваши собственные выступления более эффективными, а сперва разберем преимущества «краткого варианта».

### **Кратко, внятно и занятно!**

Три минуты – это... очень мало! Почему так хорошо работает короткая песня? Да потому, что ничто не способно долго удерживать наше внимание! Так уж мы нынче устроены.

Положим, вы спикер или учитель. Вероятно, вы тот единственный человек, который полностью сосредоточен на своем выступлении, а вот вашей аудитории необходима регулярная встряска, чтобы не терять нить. Эйнштейн как-то сказал, что два часа, проведенные с красивой женщиной, покажутся двумя минутами, но две минуты, проведенные на горячей плите, – двумя часами. Все относительно!

*Относительность публичного выступления в том, что время для аудитории и докладчика течет по-разному.* Очень редко бывает, чтобы «заснул» докладчик, но вот со слушате-

лями, которых усыпила скучная подача материала, это совсем не редкость.

Вот два приема, как стать ближе к аудитории и настроиться с ней на один ритм.

Во-первых, подумайте, какой объем материала – или сколько слайдов – вам понадобится. Потом вырежьте половину. Именно так: 50%.

Думаю, что все равно осталось слишком много.

На свои коуч-сессии я иногда надеваю футболку с надписью «Долой 50%», чтобы месседж был наглядным. Правда, это мне мешает, когда нужно сказать: «Долой 80%». Что тоже не редкость. Выбрасывайте не только слайды, но вообще все пункты и примеры, которые ничего не добавляют к логике выступления. Оставляйте лишь то, что реально заслуживает внимания. Что-то вызывает сомнение? Долой это что-то!

#### **Сжатая информация (2'41")**

Журналист New York Times Нил Гензлингер делал документальный обзор о 1960-х гг. Отдавая дань знаменитой песне Стивена Стиллса For What It's Worth, он честно признал:

«Мне нечего добавить к тому, что так замечательно сказал Стивен Стиллс за 2 минуты 41 секунду».

«Год, который подвел итоги 1960-х». *Нил Гензлингер.*

New York Times, 8 декабря 2007 г.

Второй совет: *аудитория что знает, то знает*. А чего не знает, того не знает. Ну так и не сообщайте ей лишнего! Дотошный подход – «они должны узнать и это, и то и се» – означает, что вы охватили весь материал, но лишь поверхностно. Вы перебрали с охватом – и в итоге ваши слушатели не ухватили

Научно-популярное издание

Найджел Барлоу

**РОК-ПРЕЗЕНТАЦИЯ:  
как придать своему выступлению  
страсть и экспрессию**

*Выпускающий редактор* Е. Тарусина

*Редактор* А. Райская

*Художественный редактор* Н. Данильченко

*Технический редактор* Л. Сеницына

*Корректоры* Т. Дмитриева, Т. Филипова

*Верстка* И. Шишкин

ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус» —  
обладатель товарного знака «Колibri»  
119334, Москва, 5-й Донской проезд, д. 15, стр. 4  
Тел. (495) 933-76-01, факс (495) 933-76-19  
E-mail: sales@atticus-group.ru


Филиал ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус» в г. Санкт-Петербурге  
191123, Санкт-Петербург, Воскресенская набережная, д. 12, лит. А  
Тел. (812) 327-04-55  
E-mail: trade@azbooka.spb.ru

ЧП «Издательство «Махаон-Украина»

Тел./факс (044) 490-99-01

e-mail: sale@machaon.kiev.ua

[www.azbooka.ru](http://www.azbooka.ru); [www.atticus-group.ru](http://www.atticus-group.ru)

Знак информационной продукции (Федеральный закон № 436-ФЗ от 29.12.2010 г.) 

Подписано в печать 26.05.2017. Формат 60×90/16.

Бумага офсетная. Гарнитура «Charter».

Печать офсетная. Усл. печ. л. 17,0.

Тираж 2000 экз. В-AZB-19653-01-R. Заказ

Отпечатано в соответствии с предоставленными материалами  
в ООО «ИПК Парето-Принт». 170546, Тверская область,  
Промышленная зона Боровлево-1, комплекс № 3А  
[www.pareto-print.ru](http://www.pareto-print.ru)