Психологические аспекты подготовки к публичным выступлениям в сфере продаж и маркетинга

Мартынова М.А., старший преподаватель кафедры психологии развития личности, Лесосибирский педагогический институт – филиал ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет», Лесосибирск, Россия
Луговская Т.В., кандидат философских наук, доцент кафедры гуманитарных и социально-политических дисциплин, Лесосибирский филиал ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М.Ф. Решетнева», Лесосибирск, Россия
Рубцов А.В., кандидат экономических наук, доцент кафедры высшей математики, информатики и естествознания, Лесосибирский педагогический институт – филиал ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет», Лесосибирск, Россия
Фирер Н.Д., кандидат философских наук, доцент кафедры русского языка, литературы и истории, Лесосибирский педагогический институт – филиал ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет», Лесосибирск, Россия

Аннотация. В статье раскрыты психологические аспекты подготовки к публичным выступлениям в сфере маркетинга и продаж. Авторы описывают, на какие вопросы следует обратить внимание в ходе составления текста публичного выступления, какие техники и приемы можно использовать в процессе работы над представлением текста публичного выступления. Также приведены примеры методов психофизиологической саморегуляции, которые могут быть полезны для преодоления страха публичного выступления.

Ключевые слова: публичное выступление, маркетинг, сфера продаж, страх публичного выступления.

Psychological aspects of preparation for public performances in sales and marketing

Martynova M.A., the senior teacher of the department of psychology of personality development, Lesosibirsk pedagogical Institute – the branch of Siberian Federal University, Lesosibirsk, Russia
Lugovskay T.V., the candidate of philosophy, the associate professor of the department of humanitarian and social-political disciplines, Lesosibirsk branch of Federal state budget educational institution of higher professional education «Siberian state University of science and technology named after academician M. F. Reshetnev», Lesosibirsk, Russia
Rubtsov A.V., the candidate of economics, the associate professor of the department of higher mathematics, Informatics and natural sciences, Lesosibirsk pedagogical Institute – the branch of Siberian Federal University, Lesosibirsk, Russia
Firer N.D., the candidate of philosophy, the associate professor of department of Russian language, literature and history, Lesosibirsk pedagogical Institute – the branch of Siberian Federal University, Lesosibirsk, Russia

Annotation. The article reveals the psychological aspects of preparation for public performances in the field of marketing and sales. The authors describe what issues should be paid attention to during the preparation of the text of a public speech, what techniques and techniques can be used in the process of working on the presentation of the text of a public speech. There are also examples of methods of psychophysiological self-regulation, which can be useful to overcome the fear of public speaking.

Keywords: public speaking, marketing, sales, fear of public speaking.

Введение

На сегодняшний день навык выступления перед публикой является основным для руководящего состава организаций разного профиля,

бизнесменов, специалистов отделов маркетинга и продаж. Благодаря публичным выступлениям можно способствовать формированию мотивации у команды сотрудников, а также постепенному оформлению имиджа компании и образа производимого ею продукта / оказываемой ею услуги на внешнем и внутреннем рынке. Кроме того, публичные выступления являются ключевым каналом продаж во многих сферах бизнеса (например, интернет-маркетинг, сфера HR, IT-технологии, бухгалтерские услуги и т.д.) [2].

Однако, как подчеркивает Е.С. Димитко, маркетологи не всегда умеют доносить ключевые преимущества и ценность компании / продукта до менеджеров по продажам, а те, в свою очередь, не могут удержать / приобрести клиентов на фоне продолжающейся тенденции умеренного потребления. При этом концентрация на внутренних коммуникациях, ориентированных на жесткую аргументацию на основании цифр и аналитики, приводит к утрате стратегического преимущества компании, нового продукта, уникального позиционирования и т.д. Часто проблемы маркетологов состоят в том, что они не донесли основную мысль, не убедили, не добавили эмоций к аргументации при представлении материала другим людям [4]. В связи с этим, актуальным становится вопрос о психологических аспектах подготовки к публичным выступлениям в сфере продаж и маркетинга.

Результаты исследования

В данной статье, используя слово «оратор», мы будем подразумевать не всех людей, которые готовятся к выступлению перед публикой, а, в первую очередь, маркетологов и специалистов по продажам, которым предстоит подобное испытание. К числу психологических аспектов подготовки к публичным выступлениям относятся изучение и систематизация информации по теме выступления, составление текста, тренировка его представления на публике с целью определения эмоциональной тональности выступления, а также работа над преодолением страха публичного выступления. Рассмотрим их более подробно.

Известный специалист в области ораторского искусства Радислав Гандапас, говоря об успешном публичном выступлении, отметил, что: «весь секрет его успеха состоит в том, чтобы говорить с людьми, а не выступать перед ними![1]» [5]. Действительно, успешность выступления перед публикой повышается, если оратор ведет себя естественно. Но эта закономерность не исключает важности подготовки к публичному выступлению. Это связано с тем, что оратор будет чувствовать себя комфортно и естественно во время выступления, только если он отлично подготовлен к нему. Хорошая публичная речь – это подготовленная речь [6].

На подготовку к публичному выступлению необходимо оставить несколько дней, а лучше несколько недель. В течение этого времени следует собрать информацию по теме выступления, используя разные источники (книги, Интернет-ресурсы, мнения специалистов в данной области и т.д.). Основной принцип, которого следует придерживаться в процессе подготовки: пусть лучше останется лишняя информация, чем ее не хватит. В количественном выражении у оратора должно быть минимум на треть больше материала, который необходим для выступления [2,6].

Собранную информацию нужно систематизировать и сформировать текст выступления. Его структура включает следующие составляющие: 1) вступление (10-20%); 2) основная часть (60-80%); 3) завершение (10-20%) [2,4,6]. Каждая из составляющих текста публичного выступления включает в себя ряд элементов. Вступление состоит из приветствия («Здравствуйте!»), краткой истории («Сегодня мое выступление будет посвящено…»), блока историй (необходим в случае продающих выступлений). Основная часть включает в себя подводку, вводные данные (определение терминов или «Давайте с вами договоримся о формулировках»), общий план, логические связи (краткое сообщение), смысловые блоки плана, пояснения («Вот это зависит от этого…»), резюмирование, обобщение («Мы разобрали вот это, вы поняли вот это…»).

[1] Лучшие цитаты о саморазвитии. [электронный ресурс] – Режим доступа – URL: https://4brain.ru/blog/лучшие-цитаты-о-саморазвитии/

Следует отметить, что между краткой историей и подводкой, общим планом существуют различия. Краткая история – это «зачем?» (Зачем вам эта тема нужна?), а подводка и общий план – это «что?» (Что надо делать?). Завершение выступления связано с формулировкой выводов в виде ответов на вопросы: «Что мы с этими знаниями можем сделать?», «Как применять?», «Какую пользу они дадут?» [2].

Текст публичного выступления обязательно нужно записать на бумаге. При его составлении важно использовать слова, понятные для аудитории, перед которой будет выступать оратор, а также включить в него интересную для этой же аудитории информацию. В ходе написания текста нужно подобрать примеры из жизни, художественной литературы, кинофильмов и телесериалов, которые помогут раскрыть главную мысль публичного выступления [2,6].

Когда речь подготовлена, ее основные положения или тезисы лучше записать на небольшие карточки, которые будут располагаться последовательно [2,4,6]. Заучивать наизусть текст выступления нежелательно. Более эффективным будет несколько раз проговорить его вслух, чтобы привыкнуть к тексту и хорошо прочувствовать все нюансы. В качестве слушателей подобной репетиции можно использовать зеркало, кошку / собаку, друзей, родных [4].

Также следует отметить, что обязательно нужно запомнить следующие части текста выступления: 1) начало и конец речи (обычно повышенная концентрация внимания слушателей приходится именно на вводную и заключительную части речи); 2) структура выступления; 3) ключевые мысли; 4) факты (даты, названия, имена – осведомленность о них свидетельствует о компетентности оратора). Для запоминания информации можно использовать приемы мнемотехники, например, повторение, создание ассоциаций и концентрация внимания [6].

Проговаривая текст продающего выступления, оратору следует задуматься над тем, с какими возражениями (вопросами, замечаниями) со стороны аудитории он может столкнуться непосредственно во время

выступления. На каждое возможное возражение ему нужно продумать ответ. Как правило, после проработки возражений содержание текста продающего выступления становится более точным и четким [2,4].

Кроме того, во время подготовки текста публичного выступления оратору необходимо четко поставить цель – «продать» свою компанию, идею, продукт. Целью может быть дискредитация конкурента, заключение конкретного договора, сокращение задолженности и т.д. Во внутренних коммуникациях – карьерный рост, премия и др. Понимание конечного результата публичного выступления обеспечивает дополнительную концентрацию и облегчает подготовку, создает определенный азарт во время презентации, совещаний, переговоров одновременно с несколькими слушателями. Стоит также уделить внимание достижимости цели и другим элементам SMART [4].

После завершения работы над текстом публичного выступления следует обратиться к тренировке произнесения публичной речи. Отличительной особенностью продающих выступлений является то, что они обращены к эмоциям слушателей, так как направлены на побуждение их к действиям (покупка товара). Есть старая классическая схема продаж, которая называется AIDA. Сначала привлекается внимание к себе, далее вызывается интерес, а после нужно заставить человека сделать какое-то действие. Оратор должен правильно строить свое выступление, и абсолютно не важно, сколько перед ним слушателей – много или один. Поэтому в публичной речи важно выделить эмоциональные блоки, подталкивающие слушателей к совершению желаемых действий [2]. Это возможно за счет использования оратором особенностей собственного голоса (темп речи, тембр, громкость, артикуляция звуков, заполнение пауз), позы, мимики, жестов, анекдотов, примеров из собственной жизни или жизни других людей и т.д. [6,7].

В частности, расстановке эмоциональных акцентов в публичном выступлении способствует громкость голоса оратора, интонационная насыщенность и четкость его речи. Оратору важно сформировать умение говорить громко без большой нагрузки на голосовые связи, у него должен быть

«командный голос». Для этого следует систематически выполнять ряд рекомендаций: 1) замедлите темп вашей речи настолько, чтобы вы могли при необходимости использовать больше воздуха на каждый звук своего голоса, дышите глубже (диафрагмальное дыхание); 2) постарайтесь усилить резонанс (вибрацию звуков) в голосовых полостях (носоглотка, гортань, грудная клетка); 3) старайтесь лучше и четче артикулировать. Для тренировки дикции оратору следует обращаться к произнесению скороговорок и выполнению упражнений, которые помогут расслабить артикуляционную мускулатуру. Интонация речи станет богаче, если регулярно заниматься выразительным чтением художественных текстов, стихов [6].

Бывает, что в ходе публичного выступления оратор осознает, что ему не хватает воздуха для продолжения речи. Для преодоления этой трудности в ходе подготовки к выступлению перед публикой нужно выполнять упражнения, направленные на тренировку дыхания, удлинение времени вдоха и выдоха. Например, оратор может использовать упражнение «Задувание свечей». Представьте, что вам нужно задуть 3 свечи. Наберите в грудь достаточно воздуха и подуйте на каждую из трех воображаемых свечей. Теперь сделайте то же самое для большего количества свечей и увеличивайте их количество постепенно: 4, 5, 6, 7. Как только вы почувствуете, что устали – остановитесь и отдохните. После этого попробуйте выпрямиться и вдыхать больше и глубже, задействуя мышцы диафрагмы, а выдыхать более спокойно и направленно. После этого повторяйте упражнение, пытаясь задуть больше воображаемых свечей, но ни в коем случае не перенапрягайтесь, иначе от недостатка воздуха у вас может закружиться голова [2,6].

Подготовка к публичному выступлению в сфере продаж и маркетинга не исключает обдумывания того, как оратор будет вести себя во время произнесения речи, какие жесты он будет использовать и т.д. Американский ученый Альберт Мейерабиан установил, что передача информации только на 7% происходит за счет вербальных средств, на 38% – за счет звуковых средств,

и на 55% – за счет всех остальных невербальных средств. Существуют определенные требования к позе, жестам и мимике оратора [2,4,6].

Для обозначения положения, в котором оратор будет находиться во время выступления, и в которое он вернется, если будет двигаться во время него, используется понятие «основная стойка». Основная стойка оратора – это главная стойка, с которой надо начинать речь и проводить большую часть времени на сцене. Разберем ее более подробно:

1. Ноги должны быть на ширине плеч, ни шире, ни уже. Тянем себя за макушку мысленно, за виртуальную длинную ниточку в космос. Позвоночник распрямляется, осанка прямая.

2. Вес тела переносим на 60 % на переднюю ногу. Появляется легкий наклон корпуса вперед, вектор на публику. Как будто бы вы шли вперед, но приостановились. Передней ногой считается та нога, на которой вам удобнее переносить вес тела. Это надо подобрать по ощущениям.

3. Руки вдоль корпуса, локти чуть прижаты, ладони слегка развернуты на публику. Учтите, что руки вдоль корпуса только вначале, пока вы еще не начали говорить. Когда включается речь, то и руки должны ее поддерживать выразительной жестикуляцией, помогая оратору выражать свои мысли.

4. Подбородок чуть выше линии горизонта.

5. Глаза устремлены на публику. На лице «улыбка Джоконды» – готовность к улыбке, полуулыбка [6].

Когда оратор вошел в аудиторию, где состоится продающее выступление, ему нужно сразу подготовить материалы, удобно расположиться, отключить звук мобильного телефона. Худший вариант начала публичного выступления – громкое отодвигание стула, судорожный поиск необходимых документов на столе и мятой бумажки с тезисами в карманах брюк. Оратор должен иметь опрятный и строгий внешний вид (предпочтителен деловой костюм и для мужчины, и для женщины), излучать спокойствие и уверенность [4]. Непосредственно на сцене необходимо занять место в центре, чтобы показать свою значимость и вызвать уважение аудитории [6].

Важно следить за положением рук в ходе выступления. К базовым вариантам их расположения относятся следующие: 1. Руки спокойно висят вдоль тела. 2. Руки домиком на уровне живота. 3. Руки с переплетенными пальцами (на уровне живота). 4. Одна ладонь лежит на другой (тоже на уровне живота). При этом самыми лучшими жестами признаются те, которые совершаются на уровне груди. Они создают ощущение силы, спокойной властности и уверенности в себе. В свою очередь, прикосновения к телу, волосам и лицу создают впечатление неуверенности и озабоченности.

Следует тренироваться перед зеркалом, чтобы добиться контроля над жестикуляцией. Можно записывать свои выступления на камеру, это поможет оценить себя со стороны, проанализировать использованные жесты, предопределить жесты для систематической отработки. В частности, нужно обратить внимание на наличие у себя жестов, которых необходимо избегать во время публичных выступлений, или жестов-паразитов:

1. Оратор выходит и становится в позу с руками за спиной. Создаётся впечатление, будто человек что-то прячет за спиной. Такие жесты говорят о том, что выступающий закрыт, скован. Руки за спиной подсознательно ассоциируются с опасностью.

2. Оратор выходит и становится в позу с руками, скрещенными на груди в позе Наполеона. Такой жест продемонстрирует аудитории надменность, превосходство оратора над слушателями.

3. Руки оратора скрещены не сзади, а спереди ниже пояса: «поза футболиста». В такой позе читается закрытость. К тому же, только ленивый не спросит себя, что же он там защищает.

4. Руки в карманах. Такая поза выглядит откровенно вульгарно и аудитории является грубым нарушением этикета, после которого оратор просто не воспринимается серьезно публикой [2,6].

После того, как подготовлен текст и отрепетировано его представление, оратор может столкнуться с еще одной трудностью – страх публичного

выступления. Его появление часто приводит к подготовке в последний момент, когда уже нет времени.

Согласно результатам глубинных интервью, у большинства людей страх выступления перед публикой стоит на втором (после собственной смерти) или третьем месте (после смерти близких родственников). Это говорит о том, что публичное выступление несет в себе негативную психологическую окраску, а подготовка к нему эмоционально приближает это событие. Все, что неприятно и трудно, человек на подсознательном уровне откладывает [4].

Также экспериментально установлено, что в результате публичного выступления у некоторых людей выделяется такое же количество адреналина как у тех, кто прыгает с парашютом. Такой всплеск эмоций трудно обуздать, но здесь срабатывает известный принцип – в первый раз гораздо труднее, чем в следующий. Следовательно, постоянная практика публичных выступлений способствует уменьшению страха перед ними [6].

Для снятия психологического возбуждения, связанного с физиологическими причинами, полезны физические упражнения. Самые распространенные приемы: прогуляться спокойным шагом, проговаривая выступление; погримасничать, усиливая кровообращение мышц лица, которые во время публичного выступления несут основную нагрузку; при возможности пять – десять приседаний полностью снимут волнение (данный прием рекомендуется мужчинам). Нужно учитывать, что во время гримас и/или приседаний никто не должен видеть оратора, т.е. прогулка является наиболее универсальным приемом [4].

Е.С. Димитко описывает следующие приемы, с помощью которых можно снизить степень выраженности страха выступления перед публикой:

1) Представить самое худшее развитие событий при неудачном публичном выступлении: невыполнение плана продаж, недополучение прибыли, увольнение, депремирование и др. Все эти негативные варианты сложно считать достойными серьезных эмоциональных переживаний.

2) Представить себя после выступления: «Ура! Одной презентацией меньше!», «Пойду в кафе / на футбол», «Заберу дочку из детского сада», «Дом. Телевизор. Сериал» и др. [4].

В практической психологии предложены следующие рекомендации для преодоления страха публичного выступления:

1) Определите источник страха. Для оратора, который испытывает страх перед выступлением на публике, важно понять, чего именно он боится. Страх может касаться реакции аудитории на его выступление, трудностей с ответами на вопросы, заданные слушателями, и т.д. Оратору самостоятельно или совместно с другим человеком нужно определить, что является предметом его страха, и принять меры для его устранения.

2) Не отрицайте свой страх. Если оратор хорошо готов к публичному выступлению, то ему не следует опасаться трудностей, которые могут возникнуть в его процессе. В таком случае нужно воспринимать страх как дополнительный мотив, который подталкивает его выступить на высоком, качественном уровне.

3) Напоминайте себе о том, что люди не видят вашу нервозность. Лишь немногие слушатели во время публичного выступления могут определить по внешнему виду, насколько оратор волнуется. Следовательно, большая часть аудитории может даже и не подозревать, что выступающий испытывает страх.

4) Совершенствуйтесь в ораторском искусстве. Систематическая практика публичных выступлений способствует формированию уверенности в себе у оратора. Кроме того, наличие практического опыта позволяет докладчику быстрее найти выход из сложных ситуаций, возникающих во время публичного выступления [6].

5) Анализируйте свои выступления. Каждое публичное выступление оратор должен проанализировать, выделить его сильные и слабые стороны. Определение недостатков конкретного выступления на публике помогает определить направление для совершенствования навыков публичного выступления в будущем. Можно сделать то же самое перед выступлением: с

помощью видеокамеры ноутбука оратор создает видеозапись и смотрит со стороны. Как говорил Сенека: «Прежде чем сказать что-либо себе, скажи это другим».

6) Уделяйте значительное количество времени подготовке к выступлению. Оратор чувствует себя уверенно, когда понимает, что все под контролем. Важно убедиться, что выступающий хорошо знает материал, попробовать предугадать, какие вопросы будут заданы. Следует составить развернутый план речи и разбить его на основные пункты для запоминания. Нужно внести в текст публичного выступления шутки, цитаты, описание случаев из жизни. Это сделает речь оратора более интересной.

7) Заставьте себя улыбнуться, как только вышли на сцену. Улыбка способствует снижению напряжения, которое испытывает человек, и возникновению симпатии к оратору у слушателей [6].

8) Используйте методы саморегуляции. В настоящее время в практической психологии существует значительное количество методов психофизиологической саморегуляции. Оратору следует познакомиться с ними, попробовать применить их на практике и выбрать из них те, которые помогают ему нормализовать собственное эмоциональное состояние накануне публичного выступления и в ходе него. К наиболее известным методам психофизиологической саморегуляции, которые используют ораторы, относятся дыхательные техники [1,3,6]. Рассмотрим их более подробно.

Дыхательные техники основаны на сознательном контроле дыхания (регуляции дыхательных движений), который является самым древним из известных методов борьбы со стрессом. В частности, дыхание, организованное определенным образом, позволяет снизить уровень тревоги в конкретной ситуации, т.е. подготавливает человека к тому, чтобы действовать эффективно.

Существует три основных типа дыхания, имеющие значение для обучения произвольной регуляции дыхания: ключичное, грудное и диафрагмальное. Ключичное дыхание является самым коротким и поверхностным из всех трех. Его можно определить, как легкое поднятие

ключиц кверху вместе с небольшим расширением грудной клетки на вдохе [1]. Поверхностное, учащенное дыхание способствует повышению интенсивности деятельности человека, так как стимулирует активность нервной системы. К его использованию может обращаться оратор, если чувствует необходимость в повышении тонуса нервной системы перед выступлением.

Грудное дыхание представляет собой более глубокое дыхание с более высоким объемом вдыхаемого воздуха. Оно начинается с сокращения межреберных мышц, которые расширяют грудную клетку в направлении вширь и вверх. При грудном типе дыхания наблюдается большее расширение грудной клетки, за которым следует поднятие ключиц на вдохе. Грудное дыхание представляет собой наиболее часто встречающийся тип дыхания [1]. Углубленное грудное дыхание помогает человеку нормализовать собственное эмоциональное состояние, успокоиться и снизить тревогу. Эту технику тоже может применять оратор, если чувствует усиление страха или нарастание тревоги перед публичным выступлением или в ходе него.

Диафрагмальное дыхание является самым глубоким из всех типов дыхания. При таком дыхании первыми наполняются воздухом нижние отделы легких. На движении диафрагмы основывается глубокий вдох при диафрагмальном дыхании. Именно этот тип дыхания является самым эффективным методом достижения у человека психофизиологического состояния релаксации. Кроме того, этот метод достаточно легко освоить [1]. Рассмотрим содержание одной из разновидностей диафрагмального дыхания – диафрагмально-релаксационное дыхание.

Исходное положение для применения этой дыхательной техники: сидя, слегка откинувшись на спинку стула. Руки опущены, лежат на коленях.

Вдох делается через нос, без напряжения, комфортно. На вдохе живот надувается. Выдох через рот, медленно, плавно, спокойно, через слегка сомкнутые губы, с полным мышечным расслаблением, брюшная стенка на выдохе медленно втягивается. Соотношение длительности фаз вдоха и выдоха: для диафрагмального дыхания - 1:2, для диафрагмально-релаксационного

дыхания - 1:3. На выдохе должно быть ощущение, что вместе с воздухом уходит напряжение. Задача в том, чтобы с каждым выдохом расслабляться все больше и больше. Расслабление должно быть не только мышечное, но и эмоциональное.

Если человеку сложно справиться с этой техникой дыхания, то можно предложить ему одну руку положить на грудь, вторую – на живот. При вдохе необходимо добиваться, чтобы рука на животе приподнималась, а на груди оставалась в покое. Когда навык дыхания выработается, руки можно опустить и полностью расслабиться [1,3].

При наличии у оратора для подготовки к публичному выступлению одной или нескольких недель он может использовать в течение этого времени технику диафрагмально-релаксационного дыхания для нормализации собственного эмоционального состояния. Систематическое применение этой дыхательной техники на протяжении 1-2 недель способствует гармонизации эмоционального состояния человека и укреплению его уверенности в себе. Такой эмоциональный настрой является одной из предпосылок успешного публичного выступления.

Но, применяя дыхательные техники в ходе подготовки к публичному выступлению, оратор должен помнить о том, что их следует использовать с учетом ряда предостережений. Основное предостережение связано с довольно редкой возможностью развития гипервентиляции.

Гипервентиляцию можно просто определить, как условия, в которых человек «слишком сильно дышит». Такое избыточное дыхание может быстро вызвать состояние гипокапнии (пониженный уровень углекислоты в крови), приводящее к излишку бикарбонатных ионов и к нехватке ионов водорода. При этом могут возникнуть следующие симптомы: тахикардия, феномен Рейно, сужение поля зрения, головокружение, большие судорожные припадки, одышка, боли в груди, покалывание губ, пальцев и рук, боли в эпигастральной области, тетания, тревога, слабость и потеря сознания [1].

Заключение

Таким образом, если маркетологу или специалисту отдела продаж предстоит выступление перед публикой, то следует заранее начать готовиться к нему. Отправной точкой подготовки является составление текста продающего выступления. Детальная проработка оратором содержания текста, наличие у него знаний по теме публичного выступления, его уверенность в представлении текста относятся к факторам, препятствующим возникновению у него страха публичного выступления. Если оратор отлично подготовился к публичному выступлению, но все-таки испытывает страх перед ним, то ему следует обратиться к использованию методов психофизиологической саморегуляции. Например, во время подготовки к публичному выступлению оратор может применять дыхательные техники. Систематическое использование этих методов саморегуляции на этапе подготовки к выступлению перед публикой позволит оптимизировать эмоциональное состояние оратора, в итоге он будет чувствовать себя увереннее непосредственно во время публичного выступления.

Библиографический список

1. Александров А.А. Аутотренинг. СПб.: Питер, 2012. 240 с.

2. Белановский А., Парабеллум А., Георгиевская А. Энциклопедия ораторского искусства. М.: Омега – Л, 2018. 224 с.

3. Гинзбург Т.И. Дыхательные психотехники: Методология интеграции. М.: Психотерапия, 2010. 144 с.

4. Димитко Е.С. Публичные выступления в маркетинге и продажах от и до // Маркетинговые исследования. 2014. №4. С. 330-340.

5. Лучшие цитаты о саморазвитии. [электронный ресурс] – Режим доступа – URL: https://4brain.ru/blog/лучшие-цитаты-о-саморазвитии/

6. Мартынова М.А. Психологические аспекты подготовки к публичному выступлению // News of science and education. 2018. Vol. 3. №12. С.38-50.

7. Штайнер Р. Мастер-класс ораторского искусства. Ереван: Лонгин, 2016. 144 с.

References

1. Alexandrov Autogenic training. SPb.: Peter, 2012. 240 p.

2. Belanovsky A., Parabellum A., George A. Encyclopedia of oratory. M.: Omega-L, 2018. 224 p.

3. Ginzburg T.I. Respiratory psychotechnics: integration Methodology. M.: Psychotherapy, 2010. 144 p.

4. Dimitko E.S. Public speeches in marketing and sales from and to // Marketing research. 2014. No. 4. P. 330-340.

5. The best quotes about self-development. [electronic resource] – Access mode - URL: https://4brain.ru/blog/лучшие-цитаты-о-саморазвитии/

6. Martynova M.M. Psychological aspects of preparation for public speaking // News of science and education. 2018. Vol. 3. № 12. P. 38-50.

7. Steiner R. Master class of oratory. Yerevan: Longin, 2016. 144 p.