

ІМІДЖ ОРАТОРА

Зробив учень групи ЕМ-124

Бистров

Гліб

ІМІДЖ -



- Імідж - слово англійське, в перекладі означає образ, зображення, враження. Але імідж - не просто образ, це образ, який людина для себе спеціально вибирає, створює і свідомо підтримує, використовуючи його для досягнення тих чи інших цілей в житті.
- Імідж людини виконує дуже важливу комунікативну функцію - він говорить оточуючим про те, на якому щаблі суспільної драбини стоїть людина, який його характер, темперамент, фінансові можливості, відношення до людей і багато іншого.
- Виступаючи публічно також зазвичай свідомо культивують свою манеру поведінки в аудиторії, свій риторичний імідж.
- Виробивши імідж упевненого в собі, рішучої людини, обравши імідж оптиміста, можна значно полегшити собі можливість встановлення контакту зі слухачами. Розрізняють три основних складових іміджу: зовнішній, комунікативний і поведінковий імідж.
- Зовнішній імідж - те, як людина виглядає, комунікативний - яке враження він справляє в спілкуванні, і поведінковий - те, як він виглядає в сукупності своїх вчинків.

ЗОВНІШНІСТЬ -



- Зустрічають, як відомо по одягу. Та й перше враження про вас почнуть складати, як тільки ви з'явитесь в поле зору. Тому важливо пам'ятати кілька правил гарного зовнішнього іміджу ділової людини:
- парю для костюма обов'язково повинен стати краватку. Як виняток - тільки піджаки спортивного типу, які можна надіти з футболкою;
- робочий костюм, незалежно, жінка ви чи чоловік, не повинен бути яскравим. Найкраще підійдуть спокійні, теплі тони;
- строкаті блузки та сорочки - ознака поганого тону;
- не допускайте змішання квітів в одязі. Відтінки повинні поєднуватися один з одним;
- кращий стиль для ділової людини - класичний. Але це не говорить про те, що потрібно одягати все суворе і чорне. Сучасна індустрія моди подарувала людям безліч відтінків від синього до бежевого і коричневого;
- в денний час потрібно надягати світлий одяг, у вечірній - темну;
- не забувайте про аксесуари. Але не обважують себе величезною кількістю прикрас і зайвих деталей, щоб не бути схожими на новорічну ялинку. Пари витончених доповнень до образу буде цілком достатньо;
- що стосується косметики для ділових жінок, то тут для всіх рада єдиний - бойове розфарбування може обернутися агресією до вашої персони. Макіяж повинен бути натуральним і природним;
- ваші жести, міміку і позу теж можна трактувати як частину зовнішнього іміджу. Сюди ж можна включити і поведінку. Спокійно, тактовність і стриманість - ось головні атрибути рухи ділової людини. Не завадить і почуття самовладання. Якщо ви будете спокійні в спілкуванні з оточуючими, а ваші жести будуть розслабленими і невимушеними - ви завоюєте довіру і схильність оточуючих.

ХАРАКТЕР ТА ОБРАЗ



- Якщо ви бажаєте щоб увага була на ваше обличчя це значить що на ньому не потрібно нічого ярко-вираженого
- Обличчя, та уся голова повинна бути акуратна та зібрана, не повинні бути чубани волосся - відкрийте свій лоб.
- Ви презентуєте себе. Ви повинні показати свої пір'я, та своїм видом показати що в вас їх дуже багато. Також багато людей помічає
- малі деталі, з цього потрібно не забувати про охайність рук та обличчя з ногами.
- "Легка неголеність - запорука успіху" - чи "дорога неголеність" з прорисовкою чи полосками. Якщо у вас буде звичайна неголеність на обличчі це буде зрозуміло що в вас немає часу та грошей навіть на гоління.
- Парфюми - нехай буде хоч "виставний" парфюм, витратьте на нього грошей та купіть.
- Який одяг повинен будти - зручний чи вродливий? Відповідь - будь-який одяг повинен сидіти на вас І-ДЕ-АЛЬ-НО. Ніяких думок близьких.
- Все залежить від вашої цільової аудиторії, все йде з цього зору, все повинно будти на своєму місці. Не повинні бути сорочки як "прямокутник", сорочки повинні бути при талії. Все це сховає ваші недоліки.
- Нічого у вашому образі не повинно бути "просто так". Якщо ви бажаєте жити як хочете жити, то починайте зі своєї зовнішності.

ХАРАКТЕР ТА ОБРАЗ -



- Оратору необхідний імідж компетентного, знаючого, переконаного у своїй правоті, комунікабельного і привітного.
- Оратор, зацікавлений в успіху виступу, повинен уважно ставитися не тільки до того, що він говорить, але і до того, яке враження він справляє на слухачів своїм зовнішнім виглядом.
- Оратор тільки з'являється на трибуні, а слухачі вже оцінюють його, обмінюються один з одним критичними зауваженнями. Що ж приваблює в оратора зорову увагу слухачів? Звичайно, в першу чергу - його зовнішній вигляд.
- Важливо дотримуватися міри. Не варто бути ексцентричним, прагнути привернути увагу незвичайною манерою говорити чи якимись особливими жестами та мімікою. Ораторові не личить екстравагантно одягатися, так само, як і робити незвичайну зачіску: все це справляє враження дивацтва й здатне лише відштовхнути аудиторію.
- Одяг виступаючого повинен відповідати характеру обстановки, в якій вимовляється промова, бути охайним і акуратним. Комунікативну позицію оратора посилює темний традиційний одяг, добротний матеріал, контраст темних і світлих тонів.
- Вираз обличчя, хода, постава - випростана чи згорблена, жестикуляція - все це складає певне враження ще до того, як оратор сказав перше слово. Симпатія чи антипатія до оратора формується саме в ці найперші хвилини.
- У всякої людини є те, що називають чарівністю (або шарм, як кажуть французи). Та не кожний вміє її використовувати. Недосвідчений оратор інколи боїться аудиторії. Йому здається, що всі його сприймають критично, навіть, з кепкуванням, що його "наскрізь бачать". Але насправді кожний може примусити аудиторію слухати свій виступ. Треба бути щирим і ставитися до людей з цікавістю та повагою.
- І навпаки, будь-яке хитрування, намагання "подати себе" та підкреслено "причепуритися" можуть сприйматися як вияв комплексу неповноцінності.

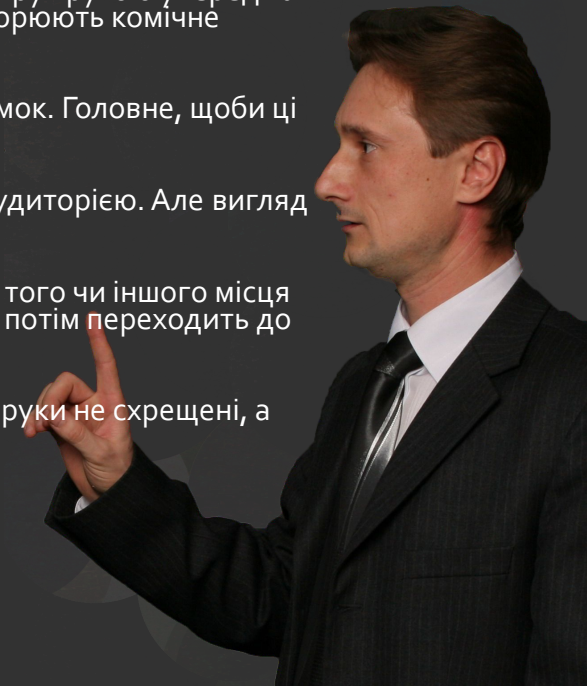
ПОГЛЯД -



- Негарно спрямовувати погляд у вікно, у стелю або заплющувати очі під час виступу. Не слід дивитися й "крізь" людей байдужим, відчуженим поглядом, (освічений оратор уміє дивитися так, що кожен слухач відчуває його погляд "саме на собі").
- Майстерність дивитися на кожного окремо й водночас на всіх приходить з часом. Треба вчитися поступово переводити погляд з одного ряду облич на наступний, повертатися поглядом до тих, на яких виражено зацікавлення. Існує й такий прийом: час від часу повільно "малюйте" очима цифру 8, що наче лежить горизонтально на рівні очей залу.
- За дослідженнями психологів, погляд "очі в очі" неприємний: він є виразом агресії й викликає недовіру або гнів. Недаремно ж люди зазвичай лише "зустрічаються поглядами" й тут-таки відводять очі один від одного.
- Ось чому, перш, ніж почати виступ, необхідно встановити зоровий контакт з аудиторією (якщо цього не зробити, можна не отримати ніякого іншого). Тільки встановивши зоровий контакт з кожним із сидячих, можна починати виступ.

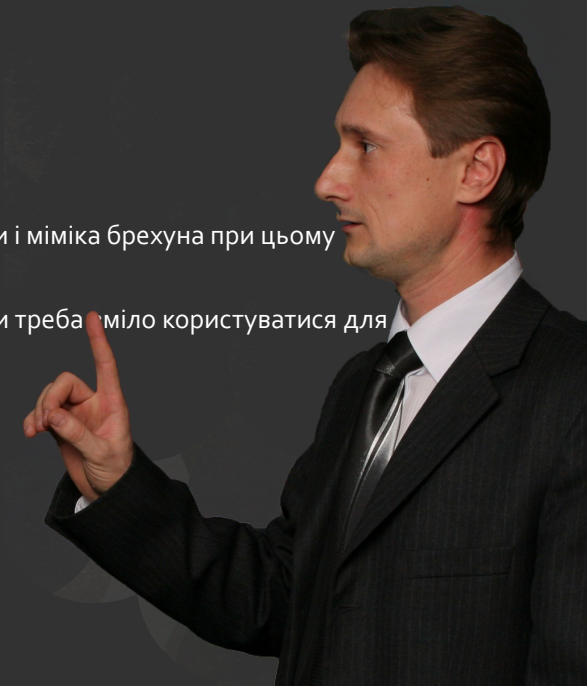
ЖЕСТИКУЛЯЦІЯ -

- Оратор користується не тільки мовою слів, а й мовою почуттів - немовними засобами виразності. Не слід думати, що мова - це одне, а жести, міміка, рухи - інше. Все це - єдиний експресивний потік внутрішнього життя людини. А так як оратор сприймається двома каналами (зоровим і слуховим), причому зорове сприйняття сильніше слухового, то необхідно домагатися, щоб жестово-мімічні засоби спілкування становили єдине ціле з мовним процесом.
- Жестикуляція ораторові необхідна. Жести поділяються на механічні, ілюстративні та емоційні.
- Механічні жести -- це жести, що супроводжують промову без зв'язку з її змістом, тобто робляться автоматично. Усім відомі такі приклади, коли оратор, навіть не замислюючись над цим, робить одноманітні рухи рукою, поправляє зачіску, тре перенісся і т. п.
- Ілюстративні жести -- це жести, які зображують те, про що йдеться. Наприклад: потяг рушив, і при цьому лектор робить рух рукою уперед та ін. Ані механічних, ані ілюстративних жестів допускати не слід. Вони тільки відволікають від промови, а іноді навіть створюють комічне враження.
- Емоційні жести -- це жести, що підсилюють виразність промови, прикрашають її, допомагають у виділенні основних думок. Головне, щоби ці жести у промовця були природними.
- Оратор повинен домогтися відчуття стійкості, рівноваги, легкості, рухливості і природності, стоячи на трибуні, перед аудиторією. Але вигляд людини, який тривалий час стоїть нерухомо також стомлює слухачів.
- Під час доповіді досвідчений виступаючий повинен міняти позу. Крок вперед у потрібний момент підсилює значимість того чи іншого місця промови, допомагає зосередити на ньому увагу. Відступаючи назад, оратор ніби дає аудиторії можливість і відпочити і потім переходить до іншого положенню мови.
- Не слід ходити, рухатися в сторони під час виступу. Для ефективного спілкування пози повинні бути відкритими, ноги і руки не схрещені, а злегка розведені. Відкрита поза демонструє прагнення до контакту.



ЖЕСТИКУЛЯЦІЯ -

- Звертаючи увагу на жести, можна отримати важливу інформацію про оратора або слухачів. Розуміння невербальної мови дозволяє точно визначити задуми, позицію співрозмовника. Виділяється кілька основних жестів і поз, що відображають різні психологічні реакції:
- Жести відкритості свідчать про щирість, добродушний настрій. До них відноситься жест з розкриті руки (партнер простягає руки у ваш бік, долонями вгору, розстібання піджака).
- Жести підозрливості і скритності. Співрозмовник машинально потирає чоло, віски, підборіддя, прагне прикрити обличчя руками. Інший показник недовіри неузгодженість жестів і міміки (штучна посмішка).
- Жести захисту є знаками того, що комунікант почуває небезпеку. Найбільш поширений жест цієї групи - схрещені руки.
- Жести міркування й оцінки відбивають стан замисленості і прагнення знайти рішення проблеми (руки на щоках, потискування перенісся, почісування підборіддя і прикурювання очей).
- Жести сумніву і непевності - це дотик до носа або його легке потирання.
- Жести впевнених у собі людей з почуттям переваги над іншими - це закладання рук за голову чи за спину з захопленням зап'ястя.
- Жести незгоди. Найбільш популярним серед них є збирання неіснуючих ворсинок з костюма.
- Жести брехні. Коли людина бреше, вона закриває рот, очі, вуха руками, доторкається до носа, потирає віко, опускає очі, закриває долоні. Жести і міміка брехуна при цьому неузгоджені.
- За допомогою рук можна показати розміри предмета і вказати на будь-які предмети, підкреслити важливість сказаного. Іншими словами, руками треба міло користуватися для створення образу своїх ідей.
- При цьому необхідно зважати на наступні правила:
- Близько 90% жестів необхідно робити вище пояса. Жести, зроблені нижче пояса часто мають значення невпевненості, невдачі, розгубленості.
- Лікті не повинні перебувати ближче ніж на 3 см від корпусу. Менша відстань символізуватиме незначність і слабкість авторитету оратора.
- Слід жестикулювати обома руками. Найважче - почати користуватися жестами, які ви вважаєте прийнятними.





ГОЛОС -

- Згідно афоризму, існує три категорії ораторів: одних можна слухати, інших не можна слухати, третіх не можна не слухати. Звичайно, те, що говорить оратор, значною мірою визначає, як його будуть слухати. Але від стану голосу оратора, найчастіше залежить, можна або не можна слухати оратора взагалі.
- Голосовий апарат -- багатющий інструмент. Дихальні органи, мов міхи в органі, накачують повітря. Воно вимушує вібрувати зв'язки в дихальному горлі. Гортань, ротова та носова порожнини утворюють резонатори. Губи, язик, нижня щелепа й м'яке піднебіння артикують (створять) звуки.
- Правильні артикуляція й вимова, добра дикція -- запорука успіху.
- Кожне слово треба чути, не можна зливати кілька слів в якусь невиразну звукову масу. Чіткість вимови часто залежить і від аудиторії, в якій виступає оратор. Потрібно пам'ятати, що чим більша аудиторія, тим повільніше поширюються звукові хвилі: для того, щоб вони не змішувалися і не заглушали одна одну, оратор має дати їм час для поширення. Тому у великих аудиторіях ораторові слід говорити повільніше, ніж у маленьких.
- Під час виступу важливо правильно дихати. Кожен читець та промовець повинен керувати диханням під час читання чи виступу так, щоб воно не заважало йому читати, а публіці - слухати. Повітря набирається у перервах між словами й фразами без напруження та шуму.
- Правильно організоване, треноване дихання сприяє нормальному походженню життєвих процесів організму, знімає втому як загальну, так і апарату мовлення, розвиває його.



МОВА -

- Про людину може скластися гарне зовнішнє враження, але до тих пір, поки він не відкриє рот. Варто сказати пару неправильних висловів і перше враження буде зіпсовано. Тому діловій людині важливо вміти правильно говорити:
- не вступайте в розмову, якщо не знаєте тему, про яку йде мова. З іншого боку, якщо ви знаєте, про що йде мова, можна показати це співрозмовникам;
- поважайте своїх співрозмовників. Уважно слухайте, будьте тактовні і ввічливі;
- метафори, образи і різні порівняння стануть чудовою прикрасою вашої мови;
- уникайте слів-паразитів і шаблонних фраз;
- Намагайтеся говорити тільки правду і не спотворюйте інформацію, якої володієте.

ПАУЗА -



- Пауза -- це теж засіб впливу на слухачів. Вона грає дуже важливу роль, добрим вважається той, хто вміє її використовувати.

Виголошення тексту відіграє

- Паузи можна поділити на дихальні, логічні та психологічні.
Дихальні паузи використовуються, щоб набрати дихання.
У цей момент ви відпочиваєте самі і даєте відпочити аудиторії.
Але треба слідкувати за тим, щоб ці паузи збігалися з паузами логічними.
- Логічні паузи відбивають структуру тексту і в першу чергу розділові знаки.
- Психологічні паузи використовуються для того, щоб звернути увагу слухачів на щось або підготувати їх до якогось важливого моменту; при переходах від однієї думки до іншої, щоб підкреслити якусь думку (наприклад, якщо риторик використовує такий прийом, як обрив і т. п.).
- Але слід уникати невиправданих пауз, що псує промову, утруднюють її сприйняття. Щоб цього уникнути, фразу потрібно обдумувати перед її виголошенням, а не по ходу виголошення.

ПРОФЕСІОНАЛІЗМ -

- Довести, що ви розбираєтеся в тій сфері, де почали робити кар'єру ви можете не стільки дипломами та сертифікатами, скільки своїми знаннями і діями. Не обговорюйте з оточуючими те, що ви знаєте і вмієте. Краще доведіть їм своїми досягненнями, що ви професіонал своєї справи.
- Існує прекрасне вислів - спочатку ми працюємо на своє ім'я, а потім ім'я починає працювати на нас. Складові іміджу ділової людини - це і є ті області, в яких потрібно добре попрацювати, щоб вони почали працювати на користь.
- Людське чарівність умовно можна розділити на кілька складових - зовнішня привабливість, задатки лідерства, стресостійкість, швидка адаптація до нового оточення і умов роботи, впевненість в собі навіть в колі малознайомих людей, терпимість до опозиційних точок зору. І якщо ви вирішили створити собі імідж ділової людини - почніть саме з цих якостей.

