

УБЕДЛИВО ГОВОРЕЊЕ

Говорот претставува алатка во креирање на мислењето преку адекватно комуницирање со публиката со цел убедување, прифаќање на пораката и формирање на позитивен имиџ. Три критериуми се сметаат за основни за тоа што е добар говор:

- убедување на публиката,
- забавување на публиката и
- мотивирање на публиката.

За успешен говор (обраќање или презентација) треба да:

- знаеме која е публиката на која и се обраќаме,
- да ја дефинираме целта на говорот,
- да размислиме за пристапот согласно потребите и желбите на публиката.

Истовремено, е важно во говорот да се интегрираат и ставовите на публиката, но пред тоа пожелно е да се направи преглед на различните ставовите со што се придонесува за „омекнување“ на оние непријателски расположените и се стреми кон нивно придобивање.

*Кога старите Римјани зборувале пред Сенатот или народот би рекле *Tua res agitur* или „за твоја работа се работи“, а денешната американска верзија на тоа е формулата - *WIFY* или *What's in it for You?* (Што има во него за тебе).*

Уште во античко време големиот филозоф Аристотел рекол дека „реторика е способност на воочување на битното и примарното својство со кое може да се убеди (увери), а кое во себе ја крие секој предмет или појава“. Тој ја посочил практичноста од користењето на формулата AIDA кога станува збор за доменот на економијата:

Attention – да се привлече внимание

Interest - да се предизвика интерес

Desire – да се поттикне желба

Action - да се донесе одлука за купување (маркетинг)

AIDA маркетингска формула може да се прилагоди на реторичката AITA за останите области:

Attention – се привлекува внимание

Interest – предизвикува интерес

Theory – излагање/презентирање

Action – публиката ги прифаќа ставовите на говорникот и се однесува согласно со нив.

Говорникот треба да внимава и на невербалното ниво; на говорот на телото, мимиката, гестовите. Во зависност од говорот – доколку станува збор за презентација пред одредена

публика треба да се внимава и на техничкото ниво: познавање на вештините за служење со лаптоп, проектор...

Кога зборуваме треба да **одбегнуваме** стручни термини, странски зборови, кратенки, а пожелно е да се употребуваат сликовити изрази, метафори, стилски фигури, да се вметне персонализација во говорот, да се формулираат едноставни и кратки реченици, да се користат глаголи наместо именки.

Познатиот британски премиер (едно време работел и како новинар) Винстон Черчил во една пригода изјавил: *„Говорот треба да биде како женска сукња – доволно долг да го прикрие важноста, а доволно краток да го привлече вниманието и да го објасни најважноста.“*

- Зборувајте јасно
- Полека и доволно гласно за да ве чујат
- Зборувајте ѝ на публиката, не на компјутерот, таблата или на екранот
- Имајте подготвени пораки - „острови на сигурноста.“

За време на говорот најдобро е да се запазува правилото **KIS – Keep it simple** кое подразбира десет заповеди:

1. Зборувајте малку – кажете многу
2. Информирајте се за публиката
3. Размислувајте за поводот и целта
4. Ограничете го времето и не го пречекорувајте
5. Подгответе се за говорот
6. Држете се до структурата од три дела
7. Зборувајте ангажирано, користете го говорот на телото
8. Зборувајте сликовите – говорот не е текст
9. Вежбајте го дишењето, гласот и дикцијата
10. Нека секој говор ја изразува личноста