



# ИСКУССТВО ПРЕЗЕНТАЦИИ И ПУБЛИЧНОГО ВЫСТУПЛЕНИЯ

# ЖАНРЫ НАУЧНОГО СТИЛЯ: ДОКЛАД

**Научный доклад** – это результаты исследования по научной тематике, изложенные перед аудиторией.

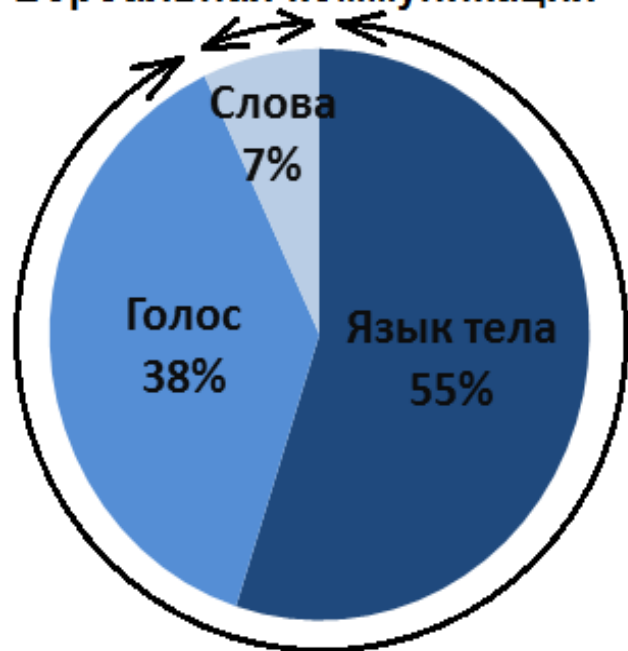
**Цель научного выступления** – представление новой информации, которая требует осмысления.

## **Виды докладов:**

- 1. пленарные (открывают конференцию),**
- 2. стендовые (краткое изложение материала на плакате),**
- 3. секционные (доклад и презентация для выступления перед аудиторией в строго отведенное на секции конференции время).**

# ОСНОВНЫЕ СПОСОБЫ КОММУНИКАЦИИ

Вербальная коммуникация



Невербальная коммуникация

<b>ЧТО говорю</b>	<b>Вербальные</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Слова</li> <li>• Смысл высказываний</li> <li>• Подбор выражений</li> <li>• Качество речи</li> </ul>
<b>КАК говорю</b>	<b>Паралингвистические</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Особенности произнесения речи и неречевых звуков (интонация, громкость голоса, темп речи, паузы)</li> <li>• Эмоциональная окраска голоса</li> </ul>
	<b>Невербальные</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Взаимное положение в пространстве</li> <li>• Позы</li> <li>• Жесты</li> <li>• Мимика</li> <li>• Контакт глаз</li> <li>• Оформление внешности</li> <li>• Прикосновения, запахи</li> </ul>

# ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИИ:

## □ Выравнивание

- Слушатель запоминает гораздо меньше информации, чем ему было послано.

## □ Заострение

- Слушатель избирательно подходит к получению информации.
- Он запоминает только впечатляющую часть сообщения.

## □ Ассимиляция

- Информация пропускается через опыт личности – изменяется непонятное и неизвестное ранее на более понятное и известное.
- Отсеивается «неважное»: из всего объема информации слушатель выберет то, что подтверждает его предварительные представления о предмете обсуждения.

# ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИИ

## Как преодолеть барьеры восприятия?

- подумайте, как будут воспринимать сообщение слушатели.
- учитывайте их интересы и цели.
- ориентируйтесь на уровень информированности.
- разбивайте сообщения на короткие, удобные фразы.
- пробуждайте интерес слушателей, привлечите их внимание.
- повторяйте те мысли, идеи, которые Вы считаете наиболее важными.
- получайте обратную связь.



# ЖАНРЫ НАУЧНОГО СТИЛЯ: ДОКЛАД

**Презентация** – это изложение своей точки зрения на некоторую проблему с целью оказать влияние на те выводы, к которым придет аудитория после Вашего выступления.



*© «Как много решает умение человека выступить перед теми, кто принимает решения». Радислав Гандапас*

# ПРИЗНАКИ ЭФФЕКТИВНОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ

## □ Увлечательность

- Интересная презентация увлекает аудиторию с самого начала и легко удерживает ее внимание.

## □ Содержательность

- Эффективная презентация содержит нечто значительное для лиц, которым она адресована.

## □ Запоминаемость

- Презентация эффективна, когда и после ее завершения аудитория продолжает размышлять о предмете сообщения.

## □ Активизация

- Презентация эффективна, когда она пробуждает людей к действию в направлении, желательном для выступающего.

# ПОДГОТОВКА К ПРЕЗЕНТАЦИИ



© «Кораблю, не знающему цели, ни один ветер не будет попутным»

## Как приЦЕЛИТЬся, чтобы попасть?

Любую подготовку к публичному выступлению следует начинать с осознания **ЦЕЛИ**.

Основная цель публичного выступления – **УБЕДИТЬ**.

Термин «**убедить**» предполагает, что во мнениях или поведении людей, которых убеждают, должны произойти изменения.

Задайте себе вопрос:

**ЧТО ДОЛЖНЫ СДЕЛАТЬ СЛУШАТЕЛИ ПОСЛЕ  
МОЕГО ВЫСТУПЛЕНИЯ?**



# ПОДГОТОВКА К ПРЕЗЕНТАЦИИ

*! Не обманывайте себя общими фразами в стиле: «они должны остаться довольны моим выступлением!»*

**Ответы надо формулировать максимально конкретно:**

- Присудить мне 1 место на конференции;
- Поставить мне отлично за ВКР;
- Поддержать мое предложение;
- Повысить меня в должности;
- Применить информацию, полученную в процессе презентации и тд.

# ПОДГОТОВКА К ПРЕЗЕНТАЦИИ

**Ваша цель поможет Вам определиться в следующем:**

- Стоит ли вообще проводить презентацию?
- Проводить ли ее для этой конкретной аудитории в данных обстоятельствах?
- Что сказать и как сказать?
- Что должно последовать после презентации?
- Какие могут возникнуть возражения у аудитории?



# ЧТО НАДО ЗНАТЬ О ВАШЕЙ АУДИТОРИИ?

Слушатели должны быть уверены, что Вы в вашем выступлении показываете путь к их собственному успеху, который они уже сами искали раньше, но смогли найти только с Вашей помощью



**Вам необходимо изучить тех людей, перед которыми Вы собираетесь выступать!**

# ЧТО НАДО ЗНАТЬ О ВАШЕЙ АУДИТОРИИ?

Когда Вы оцениваете аудиторию, следует учесть 3 вещи:

## 1. Каковы интересы и ожидания у аудитории?

*Почему слушатели придут на Ваше выступление?*

*Придут по собственному желанию или по обязанности? и тд.*

## 2. Насколько информирована Ваша аудитория?

<b>РАСШИФРУЙТЕ</b>	<i>Аббревиатуры (сокращения)</i>
	<i>Акронимы (слова, состоящие из первых букв какого-либо выражения)</i>
	<i>Технические или специальные термины</i>

## 3. Что подействует на слушателей, а что - нет?

- *Какие логические доводы и доказательства вызовут наиболее благоприятную реакцию слушателей.*
- *Какие аргументы и доказательства вызовут неблагоприятную реакцию.*

# ЧТО НАДО ЗНАТЬ О ВАШЕЙ АУДИТОРИИ?

Что делать с незнакомой Вам аудиторией?



Узнайте подробнее – что объединяет этих людей, как аудиторию Вашего выступления?



Разговаривайте на одном языке с аудиторией. Опирайтесь на слова, способные убедить.

Вы	Результаты	Любовь
Деньги	Легко	Открытие
Сохранить	Здоровье	Доказано
Новый	Безопасность	Гарантия

# КОМПОЗИЦИЯ ВЫСТУПЛЕНИЯ

В эффективной презентации схема ее организации кристально ясна для аудитории.



## Эмоциональный фон -

- установить контакт,
- задать стиль,
- Замотивировать,
- сказать, что будет.

Логическая основа для  
принятия слушателями  
решений

Эмоциональный фон –  
закрепить сказанное

Сформулируйте основную идею в начале и в конце презентации

# КЛИШЕ ДЛЯ ПРИВЕТСТВИЯ

## Приветствие аудитории

Мне хочется поблагодарить Вас за то, что Вы пришли сюда..  
Для меня большая честь быть здесь/ среди Вас сегодня....

## Представление докладчика

Разрешите воспользоваться возможностью представиться..  
Меня зовут Сергей Иванович, я менеджер по связям с обще

## Представление темы

Сегодняшняя тема...  
Мне бы хотелось обсудить...  
Тема/схема доклада...

## Объяснения предмета разговора

Тема моего сегодняшнего доклада включает....  
Прежде, чем приступить к.... я бы хотел дать общую информацию о ...



# ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ УДАРЫ ДЛЯ ВСТУПЛЕНИЯ



© *«Вступление – начало пути, конец которого слушатель должен ждать с интересом»*

**Первые 120 секунд – Вас слушают внимательно и за это время Слушатель принимает решение – слушать Вас дальше или нет!**



# ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ УДАРЫ ДЛЯ ВСТУПЛЕНИЯ

1. Использование сенсационного факта.
2. Занимательная и имеющая отношение к предмету история.
3. Яркий пример.



You're great!

4. Compliment.

5. Confrontational question.

6. Classic humorous start.



**НО!** Неудачное , оно может сослужить Вам плохую службу и создаст вместо непринужденной атмосферы чувство неловкости, неуместная шутка вызовет враждебность и отвращение аудитории.



# КЛИШЕ ДЛЯ ЗАКЛЮЧЕНИЯ

## Возврат к сказанному

Мне бы хотелось обобщить....

Мы видели/ рассмотрели....

## Подведение итогов

Чтобы обобщить основные моменты...

Давайте подведем итоги...

## Заключение

В заключение, дамы и господа, ...

Я бы хотел закончить свой доклад...

## Завершающая фраза

Благодарю за то, что Вы меня выслушали. Я надеюсь, что Вам было интересно, и Вы узнали полезную для вас информацию. Если у Вас есть вопросы, я с удовольствием на них отвечу.



# ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ УДАРЫ ДЛЯ ЗАКЛЮЧЕНИЯ

Эффективное завершение сообщения не менее важно, чем его успешное начало!



1. Неожиданное заключение.

2. Шутка.

3. Призыв к действию.



4. Compliment на прощание.



**! ПОМНИТЕ:** Понимание момента, когда следует завершить свое выступление, не менее важно для успешного общения, чем знание, как начать и что говорить. Затягивание речи может превратить победу в поражение.

# СПОСОБЫ ОРГАНИЗАЦИИ МАТЕРИАЛА В ОСНОВНОЙ ЧАСТИ ВЫСТУПЛЕНИЯ

**! Для облегчения восприятия основная часть должна быть структурирована.**

## **СРАВНИТЕЛЬНЫЙ МЕТОД**

**Два ключевых пункта сравниваются друг с другом.**

- Проблема/ Решение
- Прежний способ/ Новый способ (Старое оборудование (технология)/ Новое оборудование (технология))
- Потери/ Преимущества
- Риск/ Цена успеха
- Свойства/Выгоды
- Реальность/Идеал

# СПОСОБЫ ОРГАНИЗАЦИИ МАТЕРИАЛА В ОСНОВНОЙ ЧАСТИ ВЫСТУПЛЕНИЯ

## ОТ ОБЩЕГО К ЧАСТНОМУ

Этот метод эффективен при передаче позитивного сообщения.

## ОТ ЧАСТНОГО К ОБЩЕМУ

Совершенно незаменим при передаче негативных сообщений. Позволяет ослабить мрачный колорит выступления.

## ХРОНОЛОГИЧЕСКИЙ ПОРЯДОК

В зависимости от предмета сообщение может быть адресовано прошлому, настоящему и будущему; или начальной фразе, промежуточной и конечной.

# СПОСОБЫ ОРГАНИЗАЦИИ МАТЕРИАЛА В ОСНОВНОЙ ЧАСТИ ВЫСТУПЛЕНИЯ

## ПРОСТРАНСТВЕННОЕ РАСПОЛОЖЕНИЕ

Публичное выступление о деятельности компании на территории всей страны, например, будет следовать от результатов на Востоке до Центральных областей и до Западных.

## ТЕМАТИЧЕСКИЙ МЕТОД

Определяет главные темы внутри сообщения. Например, доклад может быть адресован идее нового товара, производству и распределению.

## КРЕЩЕНДО

Представляет пункты по восходящей: от малозначительных до самых важных. В конце выступления наносится информационный удар, долго остающийся в памяти публики.

# РЕПИТИЦИИ

☺ *«Укажу господам сенаторам, чтобы речь держать не по писанному, а своими словами, чтобы дурь была видна каждого»*

*Петр I*

*«Для подготовки хорошего экспромта мне обычно нужно три недели»*

*Марк Твен*



# ЗАЧЕМ НУЖНЫ РЕПЕТИЦИИ?

- 95% того, насколько хорошо пройдет Ваша презентация, определено еще до ее начала.

*! Никогда не делайте того, что даже профессионалы не пытаются делать, - не проводите презентаций без репетиций!*

- Это единственное и наилучшее решение проблемы напряженных нервов.



- Если Вы не репетировали, то не уверены в том, что скажите дальше.
- У Вас практически всегда есть конкуренты.



# КАК РЕПЕТИРОВАТЬ?

**Неправильный способ репетиции** – перелистывание демонстрационных средств и беглый взгляд на листочки с подсказками

 **Правильный способ репетиции** – воспроизведение условий проведения Вашей презентации.

**Это означает:**

- *Репетиция в той же самой комнате (если возможно).*
- *Использование тех же самых демонстрационных средств.*
- *Повторение тех же самых движений и жестов.*
- *Произнесение тех же слов.*

# КАК РЕПЕТИРОВАТЬ?

Не существует замены выполнению реальных действий реальным способом!

- Заранее ознакомьтесь и потренируйтесь с оборудованием и наглядными пособиями, которые Вы будете использовать на презентации.
- Репетируйте, если возможно, перед товарищами или используйте магнитофон или видеокамеру.
- Репетируйте, пока не запомните всю презентацию.
- Если Ваша презентация предполагает выполнение записей на листочках или на доске, обязательно включите эти записи в репетицию.



Следует ли заучивать всю презентацию наизусть?

Ответ – **ни в коем случае!** Исключение – вступление и заключение.

**Вступление и заключение нужно заучивать наизусть!**

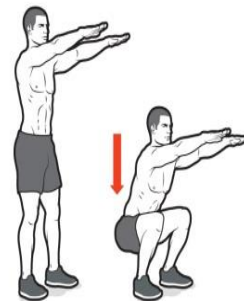
# КАК СПРАВИТЬСЯ С ВОЛНЕНИЕМ?



Примите свое нервное состояние, как естественное, и не пытайтесь снять его с помощью пищи, кофеина, лекарств или алкоголя.

Избыток адреналина можно «выжечь» с помощью физических упражнений:

- Пройдитесь быстрым шагом, помашите руками;
- Поболтайте кистями, подвигайте в воздухе пальцами, разомните руки;
- Подвигайте челюстью взад-вперед;
- Сделайте несколько приседаний;

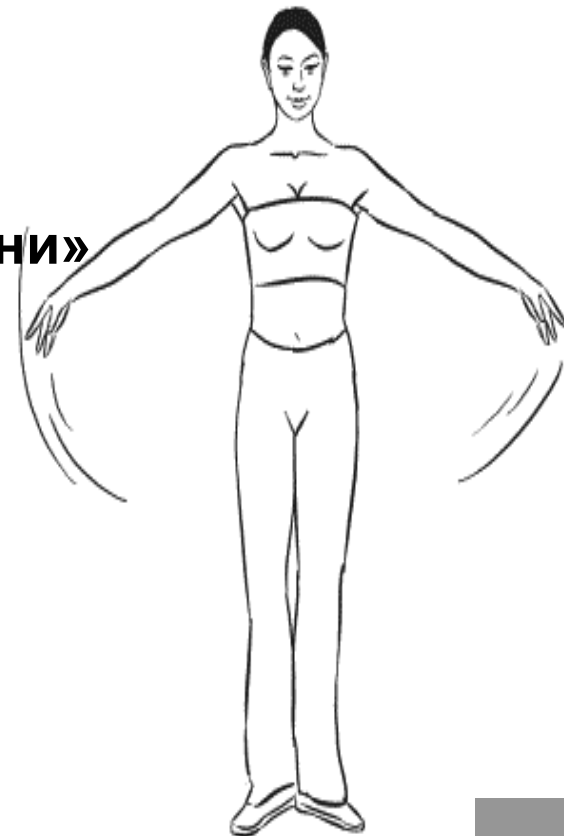


**Совет:** Не делайте активных физических упражнений непосредственно перед выступлением – Вы должны успеть расслабиться и восстановить дыхание.

# УПРАЖНЕНИЯ ДЛЯ САМОНАСТРОЙКИ

Представьте себе цель – получить удовольствие от выступления. Когда человек делает что-то с удовольствием, он делает это правильно.

1. Упражнение «Генеральская шинель»
2. Упражнение «Кто в клетке?»
3. Упражнение «Я знаю то, чего не знают они»
4. Упражнение «Телевизор»
5. Позитивные утверждения.



# ФАКТОРЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА АУДИТОРИЮ

*«В речи важны три вещи: кто говорит, как он говорит и что он говорит, причем последнее имеет наименьшее значение» Джон Морли*

**! Проводя презентацию, не тешьте себя иллюзией, что главное, что интересует Ваших слушателей – Ваши слова. Публика реагирует на оратора, повинуюсь не голосу, а, в основном, инстинктам.**

**На что в первую очередь обращают внимание слушатели?**

- Имидж (стиль одежды)
- Взгляд
- Поза
- Жесты
- Голос



# ИМИДЖ

*«У Вас никогда не будет второго шанса произвести первое впечатление» Дон Аспронте*

**Как завоевать симпатии аудитории?**

**! Залог успеха – установление контакта со слушателями.**

**Цель контакта-** дать понять слушателям, что Вы такой же, как они.



*«Сколько в нем меня?»*

# ИМИДЖ

## Как стать «своим» для аудитории?

- ❑ Используйте стиль речи, принятый среди людей, к которым обращаетесь.
- ❑ Продумайте Ваш внешний вид, одежду, манеры, чтобы они вызывали доверие и свидетельствовали о Вашей уверенности в себе.

**Лицо.** Аудитория должна видеть здорового, бодрого, энергичного, сильного, уверенного в себе человека. Это действует сильнее всяких слов.

**Одежда.** Элементарно необходимо быть чистым, ухоженным и одетым соответственно случаю.

*! Одежда – это не просто декорация. Чем мельче деталь одежды, тем она значительнее.*



**Оттопыривает карманы**



**Шуршит**



# ВИЗУАЛЬНЫЙ КОНТАКТ



*«Говорить нужно с людьми, а не перед ними» Золотой секрет успеха публичного выступления*

**Контакт глаз** – это тоже канал коммуникации между людьми, он помогает:

- Установить и поддержать взаимодействие с аудиторией;
- Вовлекает людей в презентацию;
- Придает ей личный, живой характер беседы;
- Помогает Вам расслабиться и избавиться от чувства изоляции от аудитории;
- Помогает оперативно реагировать на проявление интереса к Вам.

**То, как Вы смотрите в аудиторию, является основным компонентом картинки, воспринимаемой зрителями. По Вашим глазам они поймут больше, чем по словам.**



# КАК УСТАНОВИТЬ ВИЗУАЛЬНЫЙ КОНТАКТ С АУДИТОРИЕЙ?

- С легкой полуулыбкой медленно и основательно осмотрите зал. «Скользите» по лицам, задерживаясь на мгновение на каждом (или почти на каждом).

***! В нашей традиции улыбка не носит дежурного и обязательного характера. Из всего спектра улыбок разных широт выберете ту, которая будет адекватна случаю.***

- Уделите особое внимание «обделенным»: галерке, последним рядам, а также крайним местам слева и справа. Именно оттуда раздаются в финале самые каверзные вопросы. Именно там шелестят и кашляют. Потому что мы не уделяем им достаточного внимания!
- Если зал большой и светят софиты, тогда контакт глаз с каждым сидящим нужно имитировать.

# ДЛИТЕЛЬНОСТЬ ВИЗУАЛЬНОГО КОНТАКТА

*! Не стоит превращать выступление в сеанс группового гипноза.*

❑ Не просто бросайте взгляды на слушателей, а смотрите на них. Ищите глазами индивидуумов.

❑ Прежде чем Вы произнесете следующее предложение, остановите взгляд на конкретном слушателе и удерживайте визуальный контакт, пока не завершите предложение. Смотрите на одного слушателя в течение 3-5 секунд.

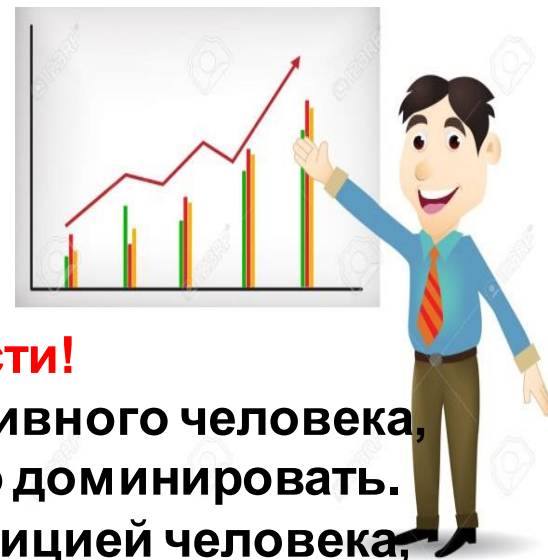
❑ Если Вы сбились, забыли текст, бегающий взгляд влево и вверх тут же выдаст прокол. Если же Вы будет продолжать смотреть в аудиторию, это создаст впечатление задуманной паузы. Мало того, значение того, о чем Вы скажите после паузы, возрастет.

**Правило длительности визуального контакта – 1-3 секунды на человека.**

# ПОЗА

Сокращая определенные группы мышц, Вы можете вызвать соответствующие чувства.

Существует классическая поза «Я спокоен». Я уверен в себе и своих силах. Я знаю толк в том, о чем говорю».



**Важно постоянно следить за центром тяжести!**

Если он перенесен **вперед**- это позиция активного человека, готового сделать шаг вперед, настроенного доминировать. Если же смещен **назад** – это становится позицией человека, готового отступить (и в физическом смысле, и отступить от своих взглядов), человека неуверенного в себе, настроенного подчиняться.

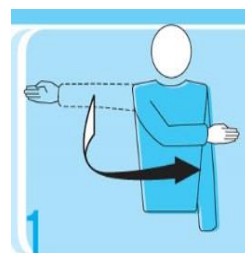
# ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЖЕСТОВ

**! Научитесь жестикулировать перед аудиторией так, как Вы бы жестикулировали в оживленном разговоре с другом – не больше и не меньше.**

- ❑ **С помощью жестов делайте ударения на важных деталях.**
- ❑ **Намеренно подчеркивайте свои движения при объяснении сути дела.**

Например:

- Указывайте (на слайд или члена группы);
  - Показывайте размер, например, если Вы сказали «большие расходы»;
  - Ведите отчет сказанному: «Во-первых,...»;
  - Резким движение подчеркивайте негативные пункты;
- ❑ **Следите, чтобы всякий жест, который Вы начинаете, раскрывался полностью.** Если Вы повели рукой вправо, она должна распрямиться полностью, во всех суставах. Выпрямить нужно и кисть и каждый палец. Это говорит публике о Вашей открытости.



# ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЖЕСТОВ

**! Избегайте жестов, которые мешают слушателям сосредоточиться.**

Избегайте нервно потирать кисти руки;



Избегайте держать руки в карманах;



Избегайте помещать руки туда, где у мужчин расположен фига; у женщин — там, где расположен фига; у статуй — там, где расположен фига;

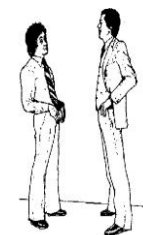
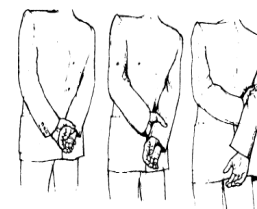


Рис. 103. Карманы статуй.

Избегайте складывать руки в замок за спиной;



Избегайте скрещивать руки перед собой.



# СЛЕДИТЕ ЗА СВОИМ ТЕЛОМ

- ❑ Двигайтесь по сцене/ аудитории целенаправленно.
- ❑ Все движения должны быть осмысленными и точными. – в противном случае они будут казаться признаком волнения и отвлекать.
  - Резкие движения вызывают напряжение;
  - Плавные движения вызывают недоумение;
  - Широкие жесты вызывают агрессию;
  - Отсутствие жестов демонстрирует Ваше напряжение и усыпляет внимание;
  - Часто повторяемые движения, такие как переминание с ноги на ногу, почесывания, отбрасывание челки со лба, касание кончика носа, уха, верчение в руках случайных предметов, - сначала вызывают раздражение, а потом начинают смешить.



# ПОМОЩЬ РУК

## Что делать со своими руками?

**Помните**, что допустимо держать в кармане одну руку, но обе руки в карманах выглядят вызывающе.

Сжатые в кулаки руки выражают защиту и мешают взаимопониманию и доверию.

**Самый лучший способ чем-то занять свои руки, например:**

- Держите в руках карандаш, карточку или лазерную указку;
- Положите одну руку на трибуну, другую опустите вдоль туловища;
- Жестикулируйте.



## ЗАДАНИЕ «ЯЗЫК ТЕЛА»





# ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГОЛОСА

## Речевые барьеры:

- Слишком тихая речь.
- Глотание слов.
- Нехватка дыхания.
- Заметная пауза
- Слишком быстрая речь.
- Неизменяющийся тон.



# КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ ГОЛОС

- Говорите громко.
- Правильно делайте ударение.
- Избегайте быстрой или растянутой речи.
- Будьте выразительны: не говорите монотонно.

*Более низкий тон ассоциируется с компетентностью и уверенность в себе!*

- Изменяйте темп речи.
- Регулярно делайте паузы.

- дает возможность подумать;
- концентрирует внимание;
- усиливает напряжение (классическая драматическая пауза);
- позволяет слушателям обдумать то, что Вы им только что сказали.

**Тренируйтесь держать паузу в течение 4-х секунд!**

- Говорите отчетливо.

# СИЛА НАГЛЯДНЫХ ПОСОБИЙ

*«Глаза более правильные свидетели, чем уши»  
Гераклит*

**! 75% информации приходит к нам посредством зрения.**

Технические визуальные средства и пособия позволяют:

- Сфокусировать (заострить) внимание аудитории;
- Подкрепить Ваше вербальное (словесное) сообщение (но не повторять его дословно);
- Стимулировать интерес;
- Изменить ритм сообщения, внести в него разнообразие;
- Проиллюстрировать факторы, которые трудно или невозможно описать словесно.



**При использовании демонстрационных средств вероятность убедить слушателей выше на 43%!**

# ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА

Флип-чарты (плакаты, постеры)

Проектор

Презентация Power Point



Раздаточный материал  
(буклеты, брошюры и тд.)

# ПРАВИЛА СОЗДАНИЯ ХОРОШИХ ДЕМОНСТРАЦИОННЫХ СРЕДСТВ

- Упрощать
  - Упрощать
  - Упрощать
- Особенно важны!
- Не более 3х кривых на графике. Причем выделять их цветом.
  - Используйте цвета, где это возможно, но не чрезмерно.
  - На каждом демонстрационном средстве используйте один и только один ключевой пункт. **Имеется исключение!**
  - Преобразуйте сложные числа в секторные диаграммы, гистограммы, графики.
  - Используйте только ключевые слова («пули»).



# ПРАВИЛА СОЗДАНИЯ ХОРОШИХ ДЕМОНСТРАЦИОННЫХ СРЕДСТВ

- Задайте сами себе вопрос: «Сможет ли аудитория быстро и просто понять то, что она видит?».
- Активно используйте картинки, графики и символы.
- В части текстовых визуальных материалов используйте **максимум 36 слов (исключая заголовков): 6 строк, не более чем 6 слов в каждой строке.**
- Самым плохим в мире демонстрационным средством является черно-белый транспарант, представляющий собой машинописную страницу.
- Не забывайте настоящих предметов. Самое лучшее демонстрационное средство – реальная вещь.
- Если у Вас нет реального предмета, покажите его изображение.

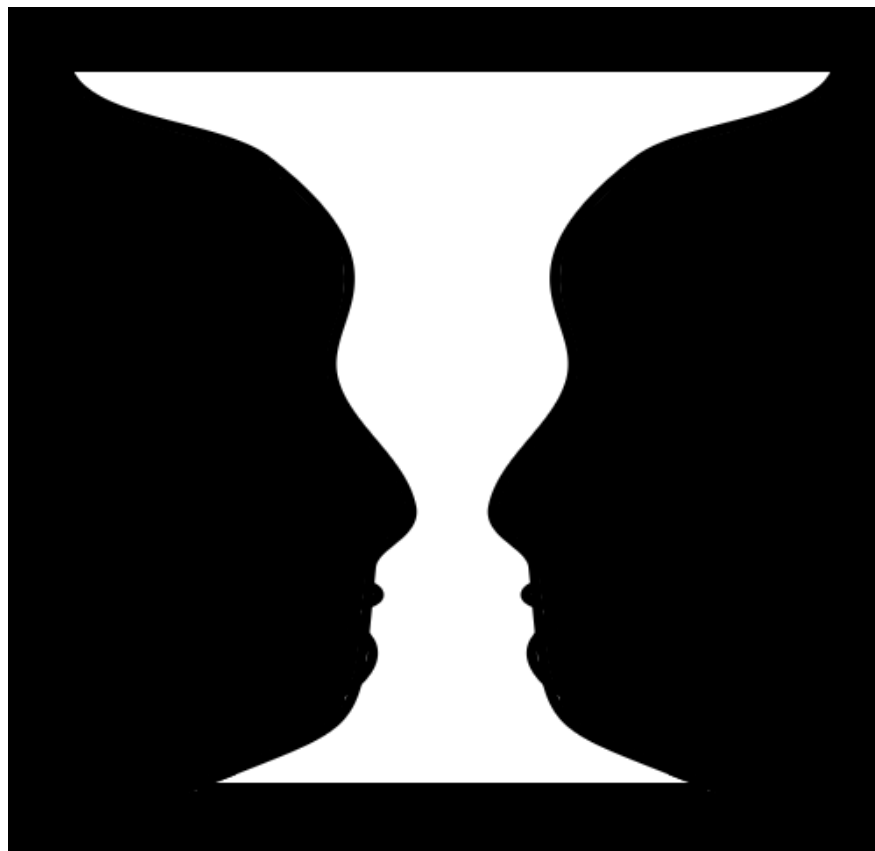
# ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОМФОРТНОГО РЕЖИМА ВОСПРИЯТИЯ ГРАФИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

- для аудитории длиной 10 – 15 м величина букв на экране должна быть не менее 10 – 15 сантиметров.
- желательно выбирать только прямые шрифты, только черного цвета на белом фоне (Arial, Verdana, Times New Roman – Bookman Old Style. Для отдельных фраз - Comic Sans MS).
- текст заголовка лучше набирать в редакторе WordArt и применять опцию «Выделение контура».
- все надписи должны быть горизонтальными.
- не рекомендуется сокращать слова, кроме типа «и др.», «и т.д.».
- запрещается делать переносы слов.
- учитывайте требования эргономики.
- распределение внимания по кадру:

41%	20%
25%	14%

# ПРАВИЛА СОЗДАНИЯ ХОРОШИХ ДЕМОНСТРАЦИОННЫХ СРЕДСТВ

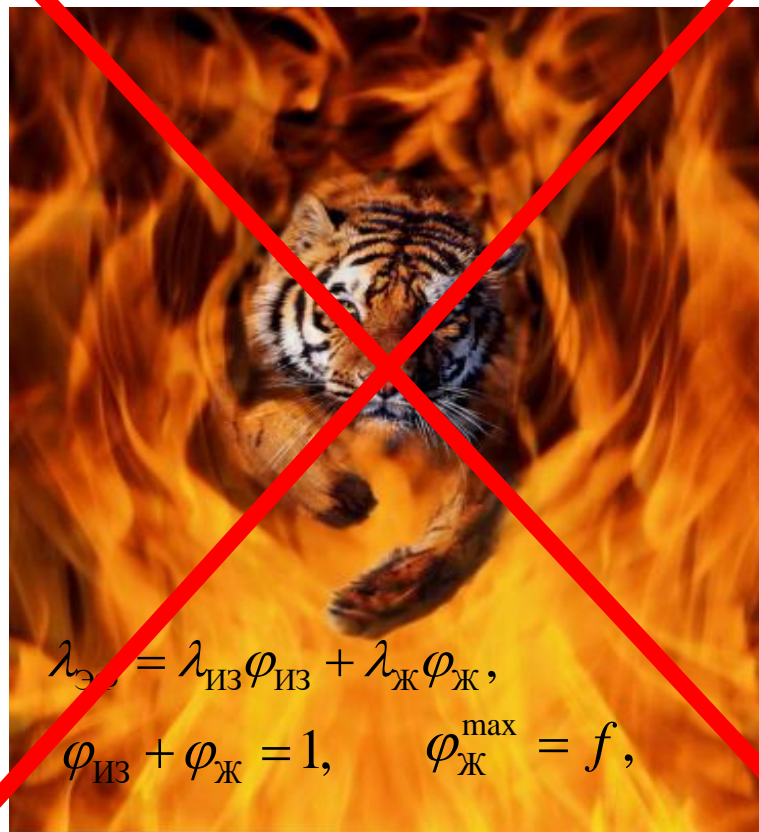
Что фон, а что сообщение?





# ПРАВИЛА СОЗДАНИЯ ХОРОШИХ ДЕМОНСТРАЦИОННЫХ СРЕДСТВ

Неверное использование фона:



# ПРАВИЛА СОЗДАНИЯ ХОРОШИХ ДЕМОНСТРАЦИОННЫХ СРЕДСТВ

Акцент на тексте:

 **Расчетные соотношения** 7

### 3. Деформация изоляции

Тепловой поток через нижнюю поверхность:

$$q_{FH} = \frac{T_{ГВ} - T_{НВ}}{\frac{\delta_{ИЗ}}{\lambda_{ИЗ}} + \frac{\delta_{ИЗ} / 2}{\lambda_{\text{доф.В}}} + \frac{1}{\alpha_{ИЗ}}}, \frac{Вт}{м^2};$$

Результирующие линейные тепловые потери определяются по выражению:

$$\lambda_{\text{доф.В}} = 0,18 \cdot \lambda_{В} \cdot (Gr \cdot Pr)^{0,25}, \frac{Вт}{м \cdot К};$$

$\lambda_{В}$  – коэффициент теплопроводности сухого воздуха, Вт/(м·К),



# ПРАВИЛА СОЗДАНИЯ ХОРОШИХ ДЕМОНСТРАЦИОННЫХ СРЕДСТВ

Акцент на иллюстрации:

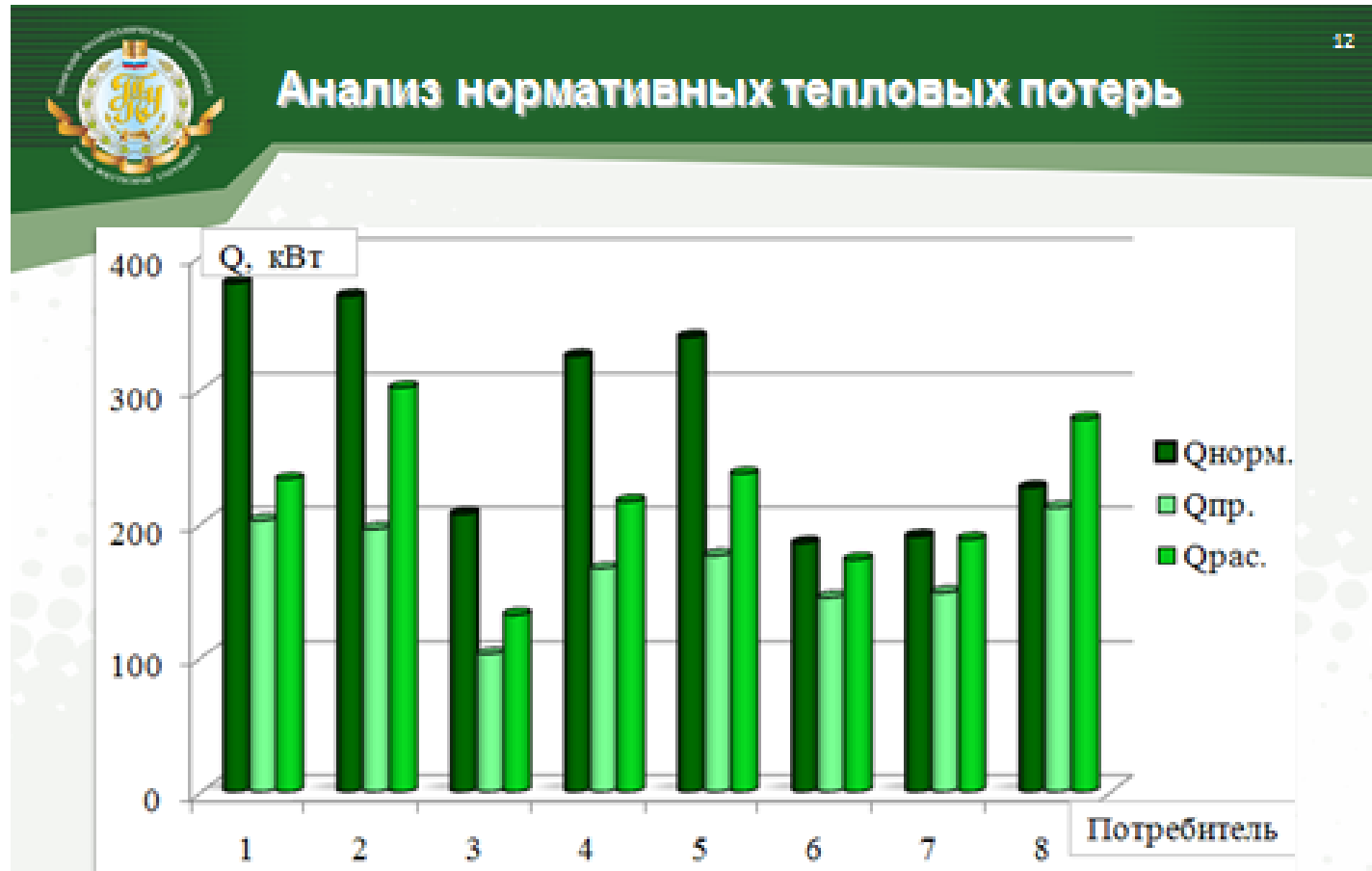


Рис. Сравнение нормативных, проектных и расчетных тепловых потерь

# ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОМФОРТНОГО РЕЖИМА ВОСПРИЯТИЯ ГРАФИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ

Как выглядит хорошее демонстрационное средство?  
Оно выглядит как рекламный плакат на скоростном шоссе, который люди смогут прочитать, двигаясь со скоростью 100км/ч.

**Совет:** Никогда не начинайте своего выступления с наглядного пособия и не заканчивайте им. Слушатели должны видеть Вас и сформировать свое отношение к Вам, а не просто смотреть на последовательность наглядных пособий.



**! Помните, что самое главное демонстрационное средство – это ВЫ.**

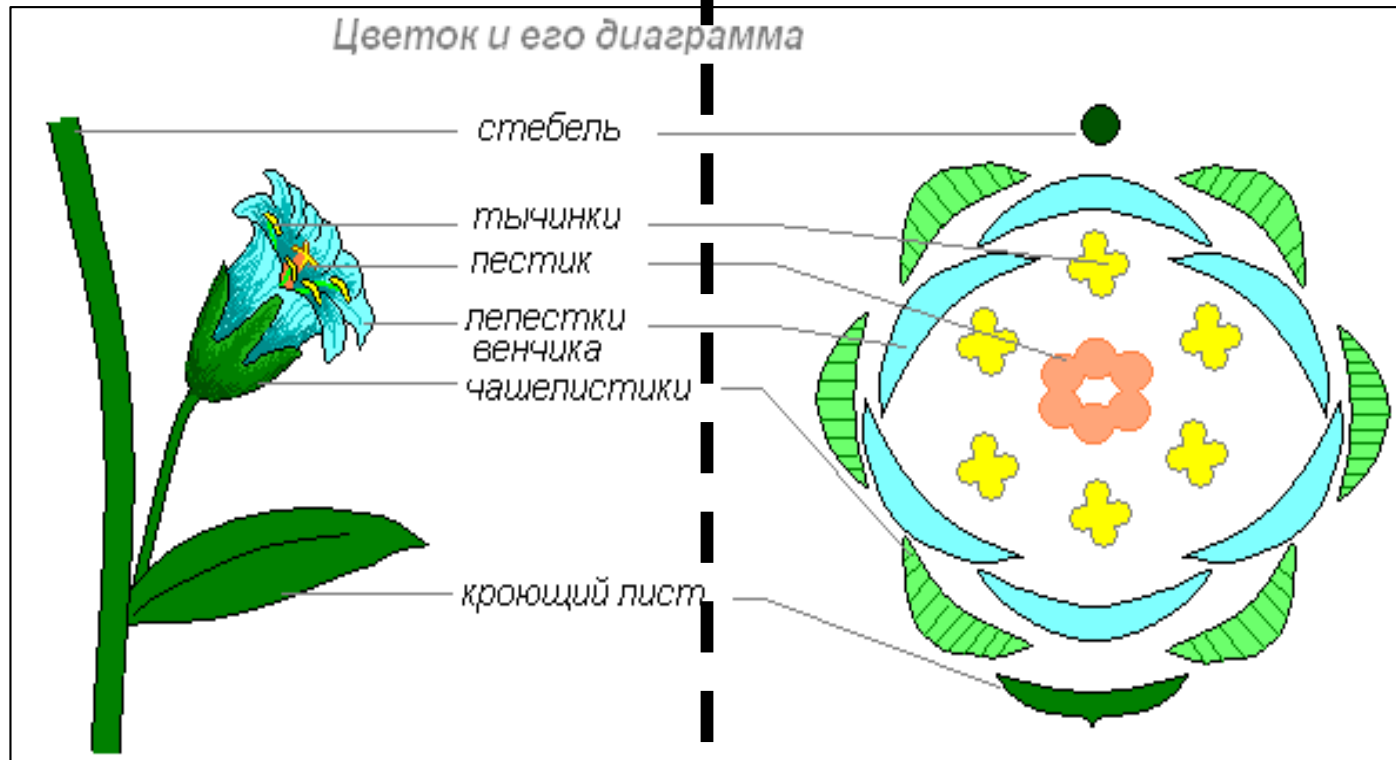
# СОБЛЮДЕНИЕ ПРИНЦИПОВ ОПТИМАЛЬНОСТИ И ЛАКОНИЧНОСТИ

- ❑ При необходимости демонстрации сложного образа его следует расчленять на логические порции и демонстрировать поэтапно.
- ❑ В этом случае можно использовать динамические чертежи, т.е. последовательные рисунки, несущие нарастающую информацию.
- ❑ Оптимизируя каждый кадр, следует обратить внимание на загруженность графиков, таблиц и схем.
- ❑ При демонстрации таблиц следует помнить, что их перегрузка делает таблицы нечитабельными, внимание аудитории рассеивается, и материал плохо воспринимается.

# СОБЛЮДЕНИЕ ПРИНЦИПОВ ОПТИМАЛЬНОСТИ И ЛАКОНИЧНОСТИ

Целый объект - слева

Детальная декомпозиция  
- справа



# СОБЛЮДЕНИЕ ПРИНЦИПОВ ОПТИМАЛЬНОСТИ И ЛАКОНИЧНОСТИ

Иллюстрация - слева

Текст - справа

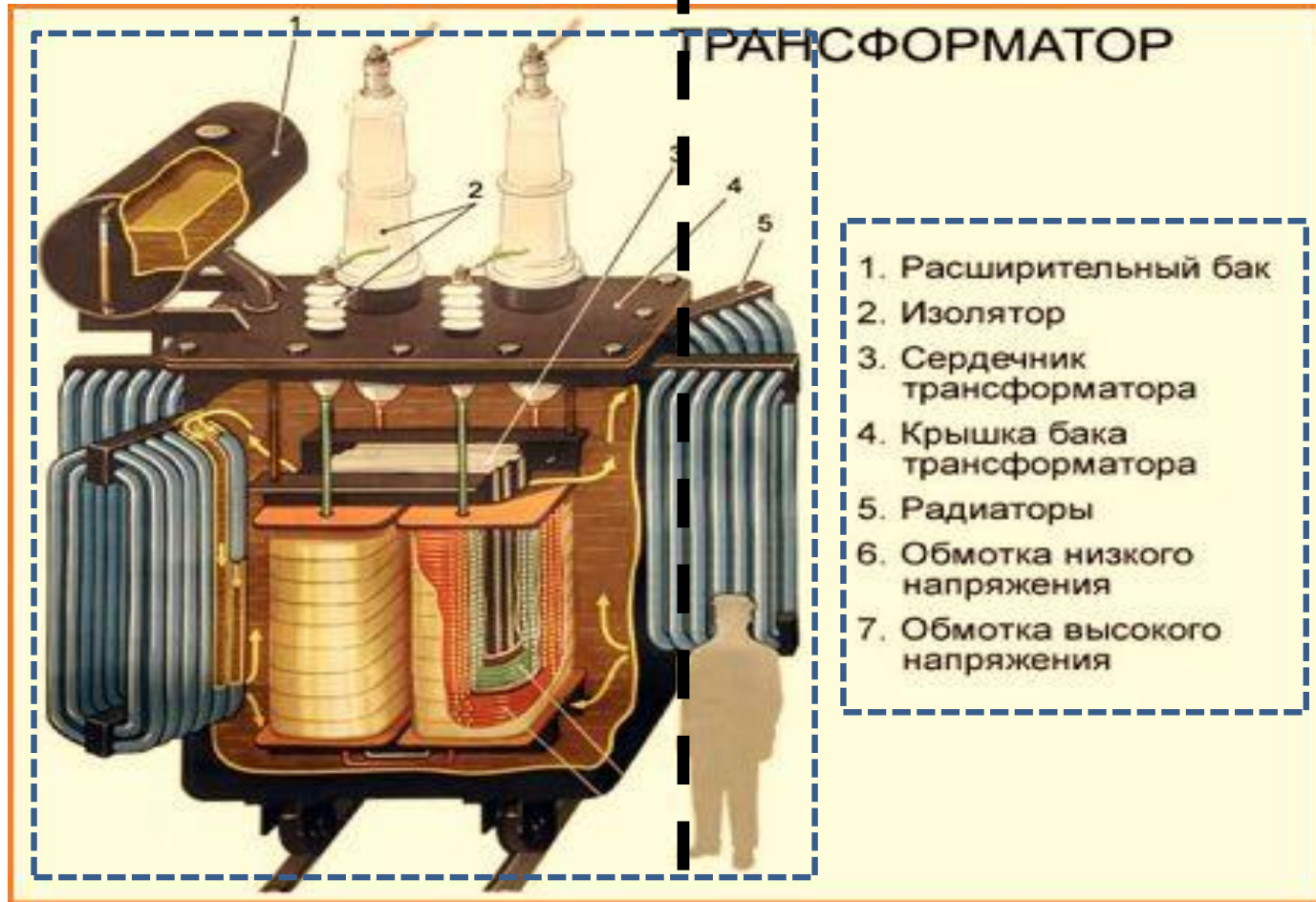


Рис. Трансформатор

# СОБЛЮДЕНИЕ ПРИНЦИПОВ ОПТИМАЛЬНОСТИ И ЛАКОНИЧНОСТИ



<p>Unit IV Plane Printing</p>  <p>Vocabulary to be remembered: 1. – литография (плоская печать) 2. plane - плоскость, плоский plane printing - Прислушай, прочитай и запомни: 1. lithography плоская печать (рис.1)</p>  <p>Рис.1</p> <p><b>исходный вариант</b></p>	<p>Unit IV Plane Printing</p>  <p>Vocabulary to be remembered: 1. – литография (плоская печать) 2. plane - плоскость, плоский plane printing - Прислушай, прочитай и запомни: 1. lithography плоская печать (рис.1)</p>  <p>Рис.1</p> <p><b>отредактированный</b></p>
---	--



# СОБЛЮДЕНИЕ ПРИНЦИПОВ ОПТИМАЛЬНОСТИ И ЛАКОНИЧНОСТИ

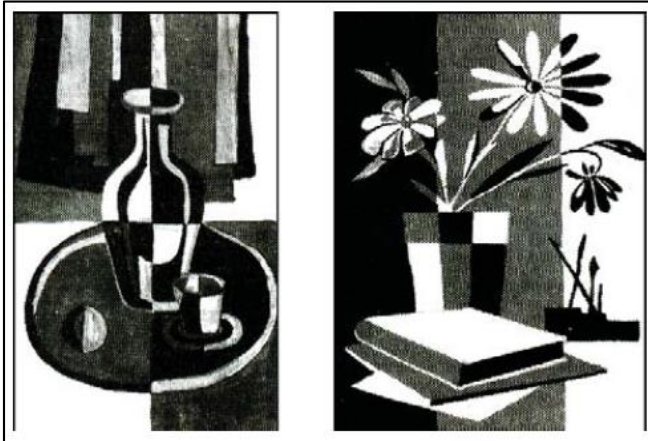


Рис. Статическая композиция слайда

Слайды с монотонной и уравновешенной композицией текста и иллюстраций утомляют и снижают визуальную активность аудитории.

**Применяются для выводов и заключений!**



Рис. Динамическая композиция слайда

В неуравновешенной композиции представляют текст, содержание которого не является окончательной формулировкой.

# ПРИНЦИПЫ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТИ И СООТНОСИТЕЛЬНОСТИ



Зрительный нерв человека в 50 раз толще слухового.

*Что делать оратору, обладающему этой информацией?*

Обязательно придумывать, что можно показать аудитории.

*А если нет возможности что-то показать?*

Строить свою речь таким образом, чтобы вызвать картинку перед **ВНУТРЕННИМ** взором публики.

*Как это сделать?*

Использовать глаголы визуализации:

«Давайте взглянем на это иначе...»

«Если присмотреться к этой проблеме пристальнее...»

«Давайте рассмотрим следующее...»

«Представьте себе, как ...»

# ПРИВЛЕЧЕНИЕ И УДЕРЖАНИЕ ВНИМАНИЯ АУДИТОРИИ

☺ *«Если слушатели смотрят на часы, это еще ничего. Хуже, когда они начинают трясти часы, чтобы проверить, не остановились ли они»*  
*Уильям Норманн Беркетт*

**! Каждые 6-8 минут Вам необходимо привлекать внимание слушателей.**

## Способы привлечения внимания:

- Контрастные раздражители;
- Вовлечение аудитории;
- «Горячий перчик»
- Привлекающие слова и фразы.



# КАК ЗАДАВАТЬ ВОПРОСЫ АУДИТОРИИ

## Причины, по которым важно задавать вопросы аудитории:

- Чтобы слушатели почувствовали свою важность.
- Чтобы контролировать процесс презентации.
- Чтобы понять настроение и желания аудитории.
- Чтобы вовлечь аудиторию в разговор.
- Чтобы узнать возможные возражения.



# ТИПЫ ВОПРОСОВ

- ❑ **Закрытые** – выбор возможных ответов ограничен: «согласен», «да», «нет».  
**Цель:** направить и контролировать ход презентации.  
Например: «*Все ли из присутствующих получили раздаточные материалы?*»
- ❑ **Открытые** – нельзя ограничиться односложным ответом. Обычно начинаются со слов «что», «где», «когда», «как», «почему».  
**Цель:** получить исчерпывающую информацию о мнении.  
Например: «*Как Вы думаете, где возможно применить полученные на тренинге знания?*»
- ❑ **Наводящие** – гарантированный ответ. Как правило, заканчиваются так называемыми «зацепками», не позволяющими слушателям ответить отрицательно.  
**Цель:** получение подтверждения или вовлечение в диалог слушателей.  
Например: «*Вы же понимаете, что коммуникативная компетентность важна для любого руководителя, не правда ли?*»
- ❑ **Риторические** – не предполагают ответа, т.к. ответ очевиден.  
**Цель:** подчеркнуть определенные моменты речи, привлечь внимание.  
Например: «*Сколько человек в этом зале хочет зарабатывать больше?*»

# ПОДГОТОВКА К ВОПРОСАМ

**Вы в состоянии угадать 80% вопросов, которые Вам могут задать!**

- ❑ Сосредоточившись на проблемах Ваших слушателей, спрогнозируйте, как Ваша презентация может отразиться на них.
- ❑ Самостоятельно поработайте над возможными вопросами.  
**Инструкция для самостоятельной подготовки:**
  1. Старайтесь предвидеть, какие вопросы Вам будут заданы.
  2. Запишите их на листке цветной бумаги, оставляя после каждого по 6 строк.
  3. Вернитесь к началу и ответьте на все вопросы, записывая ответы на диктофон.
  4. Теперь прослушайте то, что Вы наговорили.
  5. Сделайте под вопросами пометки, зафиксируйте яркие фразы и тд.
  6. Снова запишите ответы на пленку, подглядывая в листок с пометками.
  7. Прослушайте пленку перед выступлением.
- ❑ Оцените правильность своего прогноза: заранее проговорите Вашу речь перед кем-нибудь и попросите задать вопросы.

# КОГДА СЛЕДУЕТ ОТВЕЧАТЬ НА ВОПРОСЫ

**Заранее спланируйте и озвучьте аудитории время для ответов на вопросы!**

**1. работа с вопросами в конце презентации** позволяет завершить Вашу речь и быть уверенным в том, что Ваша аудитория получила полное представление.

Если вопросы начинают нарушать течение презентации, запишите их на белой доске или флип-чарте, и обратитесь к ним в конце встречи.

**2. Работа с вопросами по мере их возникновения** поддерживает вовлеченность слушателей и дает представление о том, насколько хорошо они поняли Ваше сообщение.

***! Такой подход может привести к потере контроля над Вашим выступлением.***

**3. Работа с вопросами в определенные моменты презентации.** Вы можете использовать их тогда, когда Вам нужна реакция людей или Вы хотите услышать их идеи.

Если Вы выберете такой подход, то определите такие моменты заблаговременно и отметьте их для себя, чтобы Вы не забыли

прерваться для вопросов.

# КАК СЛЕДУЕТ ОТВЕЧАТЬ НА ВОПРОСЫ

- Сделав шаг вперед и подняв руку, предлагайте слушателям задавать вопросы.
- Делайте длинные паузы (до 10 секунд) после таких обращений к аудитории, чтобы у слушателей было время обдумать вопросы.
- Дайте высказаться, демонстрируя задающему вопрос активное слушание и доброжелательность.
- Прежде чем реагировать, **сделайте паузу**, покажите, что он услышан и понят.
- Поблагодарите**, дав дань уважения спросившему.

*! Старайтесь избегать банальной фразы: «Знаете, это очень хороший вопрос; я рад, что Вы его задали». Как правило, он воспринимается слушателями, как отсутствие у лектора ответа на вопрос и свидетельство его неуверенности в себе.*

- Используйте правило 25-75%.
- Поддерживайте одинаковый стиль и манеру поведения, как во время задавания вопросов, так и во время презентации.





# ЧТО ДЕЛАТЬ, ЕСЛИ

Вы знаете ответ на вопрос

Отвечайте ясно и кратко,  
без предисловий

Вы не знаете ответа на  
вопрос

Используйте один из  
вариантов ответов:



**Варианты ответов:**

- Вежливый отказ
- Отсрочка ответа
- Переформулирование / уточнение вопроса.
- Прямой ответ.
- Банальный студенческий прием.

# НЕСКОЛЬКО СОВЕТОВ ДЛЯ СЛОЖНЫХ СЛУЧАЕВ

? Что делать, если задают сразу по 2-3-4 вопроса

**Совет:**

Воспользуйтесь фразой: «Мы знаем, что количество желающих задать вопросы, велико, а время моего выступления ограничено, поэтому прошу Вас задавать Вас только по одному вопросу».

? Что делать, если оппонент не спрашивает, а «самовыражается»

**Совет:**

Если слушатель воспользовался правом задать вопрос для того, чтобы высказаться, нужно, спокойно выслушав его, сказать примерно следующее: «Спасибо за ценное дополнение!»

Либо попросить: «Сформулируйте, пожалуйста, Ваш вопрос!».

? Что делать, если задают маловразумительные вопросы

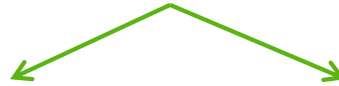
**Совет:**

Попросите повторить вопрос, скорее всего, он станет короче и вразумительнее.

Повторите сами вопрос так, как вы его поняли.

# ЕСЛИ С ВАМИ НЕ СОГЛАШАЮТСЯ

## Реакции на возражения



### Негативная

- Прямое отрицание возражения
- Сомнение в его обоснованности
- Игнорирование
- Не давать договорить возражение

### Позитивная

- Комплимент возражению
- Принятие возможности возражения
- Задать вопрос по существу возражения
- Дать конкретный ответ

***! Никогда не уходите от вопросов, которые звучат, как своеобразный вызов и связаны с желанием проверить позицию оратора. Ответ обязателен! Только сохраняйте выдержку и чувство юмора.***

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**