

Мастерство презентации

Презентация - неотъемлемый инструмент работы для агента перемен как в очном, так и в онлайн-формате. Это графический документ, созданный в каком-либо конструкторе (PowerPoint, Google-презентации или Canva).

В первую очередь, презентации нужны для того, чтобы визуализировать выступление, сделать его более наглядным, подкрепив сообщение схемами, картинками, графиками, диаграммами, таблицами, аудио и видео материалами.

По большому счёту презентация включает в себя три аспекта:

- Структура
- Оформление
- Подача

Начинаем со структуры

Важно помнить, что конечная цель документа – обучение, поэтому структура и дизайн должны максимально способствовать легкому и доступному усвоению информации. Более того, когда мы говорим о презентации к экомероприятию, она в конечном счёте должна приводить к изменению поведения.

Цель определяет структуру презентации. Начинать всегда надо с разработки структуры, а не с создания слайдов.

Для этого можно использовать стикеры с ключевыми идеями или работать в miro. Тезисы для презентации – это ответы на вопросы:

- Что мне нужно сказать?
- Что я хочу сказать?
- Что участникам нужно услышать?
- Что участники хотят услышать?

Выписывайте на стикеры ключевые тезисы презентации и перемещайте их, пока не добьётесь логичной и связанной последовательности.

В общем виде структура презентации знакома нам ещё со школы: вступление – основная часть – заключение.



Вступление (начало) имеет две основные цели: **ориентирует участников**, а также **помогает выступающему наладить взаимодействие с аудиторией, сформировать ожидания**. Полное вступление презентации или лекции включает **пять пунктов**:

1. Приветственные слова, цель которых – наладить первоначальный контакт с аудиторией и задать контекст.
2. Представление агента и его экспертизы.
3. Тема и цель – каковы задачи мероприятия. Важно, чтобы цели представлялись с акцентом на интересы участников, а не агента: не «что я собираюсь вам рассказать», а «то, что, как мне кажется, будет вам полезно».
4. Логика построения тренинга – что будет.
5. Правила.

Заложите в структуру места для эмоциональных пиков и «крючков», за которые будет цепляться внимание аудитории.



Задавать пульс могут:

- неожиданные или даже шокирующие заявления;
- очевидные вопросы с неочевидными ответами;
- юмор, шутки;
- краткие истории (из личного опыта презентующего, притча, анекдот, вдохновляющий пример);
- риторические вопросы.

В **основной части** отражено ключевое содержание, выстроенное в определенной логической последовательности. В качестве внутренней логики мини-лекции/презентации можно использовать следующую схему представления материала:

- а) характеристика ситуации;
- б) проблематизация: проблемы (почему то, как сейчас происходит, не экологично), альтернативы (каковы варианты действий, в том числе оставить все как есть), последствия;
- в) решение.

Характеристика ситуации заключается в том, что агент описывает ее на сегодняшний день применительно к теме своей лекции. Каковы бы ни были тема и цель презентации, благодаря характеристике ситуации, во-первых, все участники получают одинаковую стартовую информацию для последующего анализа темы; во-вторых, агент демонстрирует свое знание ситуации и ее контекстов. Это способствует не только пониманию, но и формированию

доверия аудитории. Ваша компетентность вселит уверенность, что вы понимаете, как обстоят дела в реальной ситуации, и вас стоит внимательно выслушать.

Эта часть презентации может состоять буквально из пары предложений или потребовать довольно длительного анализа того, почему возникла текущая ситуация. Но следует убедительно описать, оценить ее и согласовать понимание с участниками.

Можно строить мини-лекцию в форме беседы: агент задает участникам разные вопросы о сложившейся ситуации, действиях и интересах участников. Это поможет агенту-тренеру более точно связать весь дальнейший ход презентации с потребностями слушателей.

Проблематизация. Основная задача этого блока презентации – обосновать необходимость тех или иных конкретных изменений для участников, связанных с темой лекции. Эта задача решается с помощью демонстрации последствий, анализа альтернатив и доказательства того, что участникам выгоднее измениться, чем оставаться прежними.

Решение. Успех этой части презентации во многом зависит от того, как была подготовлена почва в рамках характеристики ситуации и проблематизации. Она включает оценку альтернатив, демонстрацию решений, доказательств, примеры. Оценка альтернатив играет ключевую роль в убеждении.

Заключение

Цель презентации обязательно диктует окончание. Это значит, что в заключении важно кратко суммировать все ключевые идеи в логической последовательности и основные выводы и (главное) мотивировать на действие. Для финала презентации используйте схему «ЕСЛИ ... , ТО..., ИНАЧЕ ...» и донесите до участников: «если они будут использовать полученные на тренинге знания, то приобретут определённые преимущества, а иначе возникнут определённые проблемы» (у всей Планеты).

Ответы на вопросы

В презентации всегда важно оставить специальное время для ответов на вопросы аудитории. Это позволит в том числе получить обратную связь, понять, удалось ли вам достичь своих целей, и еще раз донести основные мысли своего выступления. В это время выведите на слайд некое вдохновляющее, эмоционально-насыщенное изображение-ассоциацию второго порядка.

Таким образом, внутренняя логика построения презентации в общем виде представляет собой последовательность: «расскажите о том, что собираетесь рассказать» (вступление) – «расскажите это» (главная часть) – «расскажите о том, о чем вы рассказали» (заключение).

Оформление

«Слайды PowerPoint как дети: не важно, насколько они уродливы, они кажутся вам прекрасными, если они ваши».

Скотт Адамс,

Автор «Дилберт», комиксов про офисную жизнь

В основе принципов визуального оформления слайдов лежат законы информационной прозрачности. Информация должна быть:

- доступной
- своевременной
- существенной
- качественной

Важно, чтобы слайды отвечали этим требованиям.

Уточните, нужно ли вам использовать брендовые шаблоны оформления.

Но следует помнить аксиому: дизайн $\neq$ украшательство. Поэтому 90% в оформлении слайдов – это отказ от лишнего.

Хороший дизайн это:

- Четкость – в оформлении не должно быть ничего лишнего: ненужных украшений и рамок, броских фонов, ненужных теней и обилия шрифтов и цветов. Любой элемент слайда должен отвечать цели этого слайда и презентации в целом. Слайд должен быть удобен не для чтения, а для «сканирования»: управляйте вниманием аудитории и фокусируйте его на ключевой идее, делайте её доступной с первого взгляда
- Контрастность – основной текст ясно виден на общем фоне слайда. Текст заголовка отличается от основного текста.
- Согласованность – различные элементы презентации должны быть созвучны друг другу и образовывать единый стиль.
- Эмоциональная насыщенность – используйте иллюстрации для того, чтобы подкрепить идею или впечатлить. Стоковые изображения обычно не несут никакого смысла.



Тема оформления презентаций поистине необъятна. Однако важно уделить ей время, потому как визуальные материалы являются в какой-то степени «лицом» агента. Соблюдайте:

- единство стиля (фон, текст, заголовки)
- единство изображений
- единый шрифт
- выравнивание и свободу пространства на слайде (минимум 30%)
- единая цветовая палитра (2-3 цвета – основной+акцентный+фон)

Практикуйтесь. Очевидных ошибок вам поможет избежать чек-лист «дурной тон презентаций»

Дурной тон презентаций

Проверьте свою презентацию на отсутствие очевидных ошибок оформления:

- Слишком много текста на слайдах
- Мелкий шрифт (ещё и с засечками)
- Более 2 типов шрифтов на слайде
- Разные шрифты на разных слайдах
- Текст не читается
- Более 5 цветов на одном слайде
- Слишком яркий фон
- Нет единого стиля в презентации (цвет+шрифт) - ВАШЕГО стиля
- Белые 3D человечки
- Стоковые картинки
- Слишком сложные схемы
- Слайд не структурирован
- В каждом пункте списка более 5-7 слов. Более 5-7 пунктов в самом списке
- Нарушено выравнивание
- Слишком много картинок на слайде
- Слайд перегружен объектами
- Нет нумерации
- Заголовок слайда не несёт смысла
- Элементы слайда «наезжают» друг на друга
- Анимация не работает

Подача

Агенту зелёных перемен очень важно быть хорошим оратором.

Составляющие хорошего выступления:

- **Ясность**
Чтобы хорошо взаимодействовать с аудиторией, нужно говорить понятно. Если люди вас не понимают, взаимодействие невозможно. интерес. Необходимо быть интересным рассказчиком, это привлекает слушателя.
- **Убедительность**
Старайтесь быть убедительным. Кто не уверен в том, что говорит, не вызывает доверия и уважения.
- **Наглядность**
Для успешного взаимодействия не только говорите, но и что-то показывайте, используйте разные каналы восприятия.
- **Практичность**
Старайтесь быть практичными. Чрезмерная теория утомляет и отталкивает.
- **Контактность**
Во время выступления поддерживайте живой контакт с аудиторией, не отстраняйтесь, не прячьтесь за предметы мебели или заумные фразы.

Универсальная схема выступления

		Цель	Что делать?	Как?
В с т у п л е н и е	Начало	Подготовить аудиторию	Завладеть вниманием, вовлечь, вызвать интерес, установить доверие	Рассказать необычное
	Завязка	Поставить проблему	Показать актуальность темы	Вызвать сопереживание
	Изложение мысли	Довести план	Обеспечить внимание	Затронуть интересы слушателей
О с н о в н а я ч а с т ь	Вопрос	Представить предмет	Раскрыть основное понятие	Определить понятие, дать трактовку и контекст
	Вопрос	Донести сущность до понимания	Обосновать методы работы	Привести существующие инструкции
	Вопрос	Дать установку на деятельность	Связать теорию с практикой	Дать упражнение на отработку Привести примеры
З а к л ю ч е н и е	Напоминание	Закрепить мысль	Повторить основной тезис	Вернуться к проблеме и озвучить решение
	Обобщение	Убедить в достижимости результата	Подвести к заключению	Резюмировать
	Пожелание	Направить деятельность	Поставить задачи	Обрисовать перспективу

Если хотите, чтобы участники вас поняли:

1. Понимайте сами то, что хотите сказать
2. Задавайте аудитории открытые вопросы (что? Кто? Как? Почему? И т.д.)
3. Знакомьте с контекстом
4. Показывайте взаимосвязь.
5. Объясняйте неизвестные вещи при помощи известных.
 - Используйте сравнения. Пока мы не знаем, на что новая для нас вещь похожа, и чем она отличается от остальных знакомых нам вещей, мы не можем ее понять. Здесь проявляется феномен обобщения.
 - Учите от известного к неизвестному. Мы можем воспринимать только ту информацию о которой мы что-то знаем. То, что мы не знаем вообще, не укладывается у нас в голове и вызывает отторжение.
6. Избегайте профессиональных терминов. Если использование данных терминов необходимо объясняйте их. Одно непонятное слово делает

непонятным фразой. Непонятная фраза может сделать непонятным весь Ваш речевой посыл.

Форма	Содержание
• Дыхание • Громкость • Дикция • Интонация • Темп • Паузы	• Пример /сравнение • Повтор • Аллегория • Цитирование • Намёк • Шутка • Провокация / неожиданность • Преувеличение • Вопрос/риторический вопрос и т.д.

Приёмы ораторского мастерства

Форма – управление голосом

Речь – это то, как вы используете слова, то голос – то, как эти слова звучат. Для слушателей ваш голос – часть того, кто вы и во что верите.

Варьируйте разные элементы звучания для большей убедительности

Если высота, громкость, ритм и тембр вашего голоса не будут меняться, вы рискуете быть монотонным. И в результате аудитория потеряет к вам интерес.

Монотонность говорит слушателям о том, что вы не вложили души в ваше сообщение. Это подразумевает, что вам на самом деле всё равно, как реагирует ваша публика.

Учитесь придавать своему голосу выразительность, экспериментируя с различными аспектами звука: громкостью, высотой, ритмом и тембром. Расставляйте акценты с помощью пауз, управления громкостью и высотой голоса.

Содержание - управление речью

Связки – это предложения, словосочетания или слова, обеспечивающие:

- а) плавный переход от одного пункта к другому;
- б) плавное развитие мысли;
- в) связь мыслей в разных разделах;
- г) легкость восприятия выступления слушателями.

Не удивляйте участников тренинга резкой переменной мысли (скачками).

Типовые примеры «связок»: «Следовательно...», «ибо...», «впрочем...», «Поскольку мы знаем, что это верно...», «Теперь мы рассмотрим другую сторону вопроса...»...

Объяснение – что это значит?

Объяснение нужно для того, чтобы непонятные идеи стали понятными, и человек мог бы разобраться в том, что вы хотите ему сказать. Дело в том, что все люди живут в своих собственных мирах, мыслят и говорят на своих собственных языках, вкладывают различный смысл в те или иные слова и имеют различный словарный запас. Не будьте такими ораторами, которые завоевывают авторитет профессиональным сленгом, неологизмами. Если их нельзя избежать, объясняйте их. Однако иногда специальная терминология даже полезна и позволяет наладить более полный контакт с аудиторией. В определенных кругах профессиональная терминология экономит время передачи информации.

Лексика

Расширяйте свой словарный запас, чтобы сделать речь яркой и насыщенной. Во избежание одних и тех же слов и придания высказываниям образности активно используйте такие средства:

синонимы - слова, различные по звучанию, но совпадающие по значению ("отважный - смелый - храбрый - мужественный - бесстрашный", «жадный – прижимистый – скарредный» и т. п.);

Гиперболы - явное и намеренное преувеличение для усиления выразительности («А я в сотый раз повторяю!!!»);

Метафоры - перенесение свойств одного предмета (явления или грани бытия) на другой по принципу их сходства в каком-либо отношении или по контрасту (червь сомнения, книжный голод).

Избегайте тавтологии - неоправданной избыточности выражений («масло масляное», истинная правда, своя автобиография и проч.)

Сторителлинг

Истории – лучший способ воздействовать на эмоции участников. Люди лучше запоминают теорию, если её подкрепляет яркий пример. Если Вы умеете хорошо рассказывать истории – Вы владеете аудиторией.

Что делают истории:

- Активизируют внимание аудитории
- Вносят метафоричность в повествование
- Подкрепляют тезис или высказывание
- Делают ваше выступление более живым
- Запоминаются

Интересные истории имеют в своей основе одну и ту же схему:

1. Порядок.
2. Нарушение порядка.
3. Вина или обязанность, вызванная нарушением порядка.
4. Расплата.
5. Очищение.
6. Восстановление порядка.

Этот алгоритм отличает историю от просто примера.

Все истории живут в настоящем времени и погибают в прошедшем (употребляйте глаголы в настоящем времени).

Если вы в историю вплетаете аудиторию, используя «мы», аудитории проще почувствовать себя, как говорится, в процессе.



Как справиться с тревожностью и страхом публичных выступлений

Для начинающих ораторов очень важно уметь справляться со страхом и волнением

Перед мероприятием	Во время мероприятия	После мероприятия
• Стать уверенным в теме • Написать план-конспект на карточках • Порепетировать перед зеркалом • Записать речь на диктофон • Перед тренингом сделать несколько физических упражнений • Подышать, растягивая выдохи	• Установить правила • Признаться, что волнуетесь • Не торопиться • Меньше слов – больше смысла • Успокоить дыхание	• Похвалить себя • Проанализировать тренинг по видеозаписи • Почитать или посмотреть про публичные выступления • Больше тренироваться просто в жизни

Одна из задач «агента» - адаптироваться под стиль группы и коллектива. В вашем мероприятии должно быть что-то для каждого - про структуру, про энергию, и про отношения между участниками.

Адаптируем материал под стиль группы:

	«Синие» люди	«Зелёные» люди	«Красные» люди
--	--------------	----------------	----------------

Зачем ему вас слушать?	Вовлекается, если есть возможность узнать новое, если информация достоверна	Вовлекается, если повышается его значимость в окружении, расширяются возможности для общения	Вовлекается, если понимает, как материал касается именно его
Как подавать информацию?	Передавать закономерности, описывать, как что-то работает логично и последовательно	Важно ссылаться на авторитеты. В материале должны быть большие смыслы и практические идеи – что-то, что можно сразу применить.	Через эмоциональные истории и яркие образы, метафоры, детали.
Какие инструменты использовать?	Важно использовать схемы, чек-листы, резюмировать материал.	Нужно давать возможность взаимодействовать: работать в мини-группах, отвечать на вопросы, обсуждать.	Нужно использовать эксперименты, провокации, демонстрации, часто менять активности, вызывать их добровольцами и наделять особыми ролями в группе.