

***Взаимодействие с аудиторией в  
публичном выступлении***

Помимо информирования или побуждения аудитории к действию важно задуматься, *как вы будете это делать, что вы будете делать, чтобы люди восприняли ваши слова и были готовы к вашим побуждениям.*

# *Что такое презентация?*

*Это разновидность деловой  
коммуникации,  
когда какие-то идеи  
распространяются  
одновременно для большого  
количества людей.*

Целью как деловой  
коммуникации,  
так и деловой презентации  
является обмен информацией,  
достижение каких-либо  
договоренностей, оказание  
воздействия на людей.

***Установление контакта с  
аудиторией.***

***Как и межличностная  
коммуникация,  
деловая презентация  
является процессом,  
разворачивающимся во времени и  
имеющим определенные стадии.***

*С чего начинается деловое  
общение?*

**С установления контакта и  
расположения к себе собеседника.**

**Как отмечают ученые,  
установление контакта  
начинается даже до произнесения  
первых слов.**

**Речь идет о внешнем облике  
оратора.**

*Очень важно продумывать то,  
как вы будете одеты,  
какой стиль приемлем в  
данной аудитории или месте  
встречи.*

этап вербального представления  
и установления контакта с  
ЛЮДЬМИ.

спикеры считают, что эта задача  
решается простым

«Здравствуйте, меня зовут».

Однако этого бывает мало,  
особенно когда аудитория не  
имеет понятия, кем вообще  
является спикер.

Выступающий может не только  
представиться, но и рассказать:  
кем он является,  
почему именно он выступает с  
этой темой,  
в чем он эксперт,  
чем может быть полезен и т.д.

важно не увлекаться  
перечислением своих регалий,  
историей своего жизненного  
пути и ненужными деталями  
(хобби, любимый цвет,  
музыкальный исполнитель и т.  
п.).

Откройте себя с профессиональной стороны, расскажите о своем опыте и ответьте на вопрос «почему я?».

Так вы завоеуете доверие и сделаете первый шаг к людям.

дружелюбное выражение лица и улыбка  
настраивают людей на позитивное  
отношение.

Люди умеют «сканировать»  
эмоциональное состояние и отношение по  
выражению лица, глаз, губ, положению  
тела, т.е. по нашим невербальным  
проявлениям.

Поэтому будьте открытыми и  
доброжелательными по отношению к  
зрителям.

## ***Как заинтересовать аудиторию?***

***Важно показать значимость  
данной темы для людей.***

***Важно донести до слушателя то,  
какие выгоды он получит,  
что изменится в лучшую сторону  
в его работе.***

Самым сложным приемом в  
разработке презентации является  
**проблематизация.**

Проблематизация строится по простому алгоритму.

Сначала вводится неоспоримый Факт, т.е. положение дел на текущий момент.

Описанием факта мы помещаем зрителей в контекст и даем увидеть ситуацию в целом.

Важно учитывать, чтобы «проблема»  
была действительно проблемой для  
ваших зрителей.

Проблема должна вызывать  
эмоциональный отклик.

После того, как показана  
«плохая сторона действительности»,  
мы должны анонсировать свое  
**Решение описанной проблемы.**

После погружения в проблему  
мы подаем решение

Еще одним действенным способом  
привлечения интереса аудитории  
является прием  
«риторический вопрос».

Это вопрос, не требующий ответа.

Но эффективность этого приема  
заключается в том, что в нем имеется  
указание на нечто важное и  
актуальное для аудитории.

мы задаем вопросы,  
но не ждем ответа,  
аудитория мысленно отвечает на  
них и представляет описанные  
ситуации, которые вызывают  
неприятные воспоминания.  
Так мы «заходим» в область  
интересов данной аудитории.

## Как убедить аудиторию?

Когда мы говорим про убеждение, у нас в голове всплывают правила логики, формулирование тезиса, поиск аргументов и данных.

Это называется рациональной аргументацией:

**мы убеждаем с помощью логики.**

Помните про то, что ваши  
данные должны быть логически  
связаны с тем, что вы  
доказываете.

Иначе вам обязательно на это  
укажут из зала.

Помимо рациональных  
аргументов мы часто прибегаем к  
ЭМОЦИОНАЛЬНЫМ  
(а в обыденном общении,  
вероятно, даже чаще,  
чем к первым).

Когда мы убеждаем кого-либо,  
мы часто используем  
визуализацию своих идей,  
описывая ситуацию и делая  
выводы из нее.

Комбинация рациональных и  
эмоциональных аргументов  
позволяет внести разнообразие в  
выступление,  
а также усилить отклик разных  
слушателей в зале.

## Факторы, влияющие на установление контакта:

- 1) актуальность обсуждаемого вопроса, новизна в его освещении, интересное содержание выступления;
- 2) личность оратора, его репутация, сложившееся общественное мнение о нем;
- 3) особенности аудитории:  
ее количественный и качественный состав, мотив действий слушателей, их настроение, установки, интересы и т. п.;

#### 4) психология слушателей:

аудитория предъявляет к оратору определенные требования и ждет, что он их оправдает.

Слушатели должны чувствовать уверенность оратора, его спокойствие и достоинство, твердость и решительность в голосе;

#### 5) внешность оратора.

Слушатели являются одновременно и зрителями, поэтому важно уделить внимание и внешнему виду ратора, мимике, жестам, позе, движениям.

*Всегда есть место для юмора!  
Людям нужно общение и  
эмоции.*

Юмор любят все.

Он позволяет сменить  
обстановку, снять напряжение,  
сблизить спикера и публику.

Если шутка удалась, то считайте,  
что вы заработали в свою  
копилку несколько очков.

Ваши презентации станут более  
выигрышными,  
когда вы задумаетесь о людях,  
которые будут в зале.

Важно помнить, что с людьми  
нужно работать: их нужно  
вовлечь в процесс, общаться,  
вести диалог, интересоваться их  
мнением.

Главное – быть открытым к  
контакту и стремиться к  
взаимному пониманию.