**Выступление на занятии «мастер-класс» № 7**

**Тема: Технология защиты исследовательского проекта**

 (слайд) У термина презентация (от лат. praesento — передаю, вручаю или англ. present — представлять) два значения — широкое и узкое. В широком смысле слова презентация — это выступление, доклад, защита законченного или перспективного проекта, представление на обсуждение рабочего проекта, результатов внедрения и т.п. В узком смысле слова презентации — это электронные документы особого рода. Они отличаются комплексным мультимедийным содержанием и особыми возможностями управления воспроизведением (может быть автоматическим или интерактивным). Под презентацией
подразумевается именно передача, представление аудитории
новых для нее идей, планов, разработок. Другими словами,
презентация в нашем понимании — это демонстрационные материалы для почти любого более или менее публичного
 выступления, от доклада начальству до рекламной акции или
лекции в учебном заведении. Компьютерная презентация - -
это файл, в который такие материалы собраны. Подобно
тому, как текстовый документ состоит из страниц, файл презентации состоит из последовательности кадров, или слайдов. Достоинства
такой презентации по сравнению с ворохом плакатов очевидны.

 (слайд) Из всех существующих программных средств подготовки электронных презентаций, как Corel Presentation 9 (пакет Corel’s Office Suite for Linux), Presentation (пакет StarOffice фирмы StarDivision GmbH), Microsoft PowerPoint (пакет MS Office) последний получил более широкое распространение, так как имеет большие возможности анимации предоставляемого материала, импорта различных графических приложений, видео- и звуковых материалов. При этом появляется возможность совместить технические возможности компьютерной и мультимедийной техники (прежде всего мультимедийного проектора) в предоставлении исследовательского материала с «живым» общением выступающего (слайд).

 (слайд) Результаты исследований показывают, что эффективность слухового восприятия информации составляет 15%, зрительного — 25%, а их одновременное включение в процесс выступления повышает эффективность восприятия до 65%.

###  (слайд) Для чего на самом деле предназначена PowerPoint-презентация? Это самый важный вопрос, с которого начинается создание хороших презентаций — таких, что действительно помогают оратору. Вот четыре причины для того, чтобы использовать презентацию при выступлении.

#### 1. Обозначать ключевые моменты выступления и взаимосвязи между ними.

Презентация для выступления категорически не предназначена для того, чтобы сколь-нибудь полно представлять информацию. Самое главное предназначение PowerPoint обозначено в названии этой программы.

 (слайд) В переводе с английского power — это «сила» (а также глагол, означающий «приводить в действие», «поддерживать»); point — это точка, пункт, ключевой момент, сущность (либо глагол, означающие «обращать внимание слушающих»). Вместе в дословном переводе это может означать что-то вроде «силовая точка», «опорный пункт» или «ключевой момент».

Наверняка вы можете вспомнить ситуацию, когда:

1. чтобы что-то нагляднее объяснить собеседнику, вы брали лист бумаги, писали несколько слов, обводили их кружками, ставили между ними стрелочки;
2. слушая что-то важное, записывали отдельные слова и фразы, чтобы точнее понять суть, сформулировать дополнительные вопросы, принять решение;
3. анализируя информацию, вы выписывали из книг или статей ключевые мысли, чтобы уловить важные взаимосвязи;
4. зная, что вся информация есть в раздаточном материале или литературе, вы все-таки конспектировали лекцию или семинар.

Это и есть «опорные пункты». Они нужны, чтобы не только слышать и запоминать услышанное, но и иметь возможность обозревать все ключевые мысли вместе.

Слушателю, чтобы понять идею, нужно удержать в памяти все логические элементы и осмыслить их взаимосвязи. Если обозначить эти элементы на слайде — слушатель может обозревать их практически мгновенно. И в течение двух-трех минут, когда ведущий раскрывает каждый пункт или приводит примеры, слушателю не нужно удерживать в памяти все уже раскрытые пункты: они перед глазами. Естественно, правильное использование тезисной структуры позволяет лучше воспринимать и запоминать информацию.

####  (слайд) 2. Ориентировать в структуре и логике выступления.

В начале любой научно-популярной или справочной книги есть введение, где описывается логика построения и содержание каждой главы, есть аннотация, каждая глава может начинаться отдельной страницей с названием главы, в конце главы представлено «Краткое содержание» или «Выводы», есть заключение. Все эти вещи не несут никакой дополнительной информации для читателя: их единственное назначение — помочь ориентироваться в представленной информации.

##### Так вот, хорошая презентация помогает оратору показывать общую логику изложения, связь разделов между собой, соотношение отдельных тем.

Слушателю намного проще улавливать нить выступления, если в начале презентации он может увидеть содержание и общую логику презентации, в течение презентации — четкие переходы от раздела к разделу, после каждого раздела — выводы, а в конце презентации — краткий обзор фабулы презентации и главный вывод.

А когда структура выступления непрозрачна для аудитории, то речь оратора может восприниматься как изложение множества несвязанных между собой сведений, а презентация — как «бесконечная» череда слайдов.

#### 3. Понятно представлять процессы и взаимосвязи.

Вообразите, что учитель по геометрии объясняет новый материал без использования доски и мела — просто словами. Или вспомните, когда, рассказывая что-то, вы восклицали: «Ну как бы это объяснить…» — и начинали «рисовать» руками в воздухе, показывать «на пальцах». Презентации незаменимы, когда во время выступления нужно показать то, что словами объяснить очень сложно: карты, схемы, таблицы, диаграммы, чертежи, образцы дизайна и прочие сугубо визуальные вещи.

#### 4. Эмоционально воздействовать с помощью образов.

Все описанное выше направлено, прежде всего, на то, чтобы упростить понимание и осмысление информации аудиторией. Возможность использовать фотографии, видеоролики, анимацию, элементы дизайна позволяет так же эффективно воздействовать и на эмоции участников.

##### Важно помнить, что презентация используется как один из инструментов для выступления, а не выступление проводится для демонстрации презентации. Поэтому сильные эмоциональные образы должны использоваться обдуманно, чтобы расставлять отдельные акценты, придавать весомость ключевым аргументам.

 Практически неоспоримым является факт, что дизайн презентаций оказывает самое непосредственное влияние на мотивацию слушателей, скорость восприятия материала, утомляемость и ряд других важных показателей. Поэтому дизайн интерфейса обучающей среды не должен разрабатываться на интуитивном уровне. Требуется научно обоснованный, взвешенный и продуманный системный подход. Существует мнение, что наглядный материал не просто некоторая информация в чувственной форме представления, а информационная модель определенного педагогического опыта, которая должна соответствовать требованиям эстетики, эргономики и дизайна.

 (слайд) Одним из основных компонентов дизайна презентации является учет физиологических особенностей восприятия цветов. К наиболее значимым из них относят:

* стимулирующие (теплые) цвета способствуют возбуждению и действуют как раздражители (в порядке убывания интенсивности воздействия): красный, оранжевый, желтый;
* дезинтегрирующие (холодные) цвета успокаивают, вызывают сонное состояние (в том же порядке): фиолетовый, синий, голубой, сине-зеленый, зеленый;
* нейтральные цвета: светло-розовый, серо-голубой, желто-зеленый, коричневый;
* сочетание двух цветов — цвета знака и цвета фона — существенно влияет на зрительный комфорт, причем некоторые пары цветов не только утомляют зрение, но и могут привести к стрессу (например, зеленые буквы на красном фоне);
* на одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста;
* составление цветовой схемы презентации начинается с выбора трех главных функциональных цветов. Цветовая схема должна быть одинаковой на всех слайдах. Это создает ощущение связности, преемственности, стильности, комфортности;
* наиболее хорошо воспринимаемые сочетания цветов шрифта и фона: белый на темно-синем, лимонно-желтый на пурпурном, черный на белом, желтый на синем;
* белое пространство признается одним из сильнейших средств выразительности, малогарнитурный набор — признак стиля;
* любой фоновый рисунок повышает утомляемость глаз и снижает эффективность восприятия материала;
* фон является элементом заднего (второго) плана, должен выделять, оттенять, подчеркивать информацию, находящуюся на слайде, но не заслонять ее.

(слайд) Требования к анимациям:

* никогда не применяйте анимацию в слайде без необходимости! Анимация — очень заманчивый инструмент MS PowerPoint. Пользоваться им так просто, что трудно удержаться. И все же, постарайтесь избежать неоправданного использования анимации. Не думайте о ней вовсе. Она сама вспомнит о вас, если сценарий презентации того потребует;
* большое влияние на подсознание человека оказывает мультипликация. Ее воздействие гораздо сильнее, чем действие обычного видео. Четкие, яркие, быстро сменяющиеся картинки легко «впечатываются» в подсознание. Причем, чем короче воздействие, тем оно сильнее;
* любой движущийся (анимированный) объект понижает восприятие материала, оказывает сильное отвлекающее воздействие, наруша­ет динамику внимания;
* вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должна преобладать над основной информацией (текст, рисунки);
* включение в качестве фонового сопровождения звуков (песен, мелодий) приводит к быстрой утомляемости, рассеиванию внимания и снижению производительности;
* все эффекты анимации должны быть оправданы. Например, допускается поочередное выплывание на слайде по одному пункту задач и выводов. Однако при этом не следует использовать эффекты анимации и эффекты переходов слайдов, которые приводят к неоправданной потере времени.

Требования к тексту:

* буквы, слова, текст привычны нам с детства. Кажется, что уж тут-то не будет никакого подвоха, ведь мы много, грамотно и красиво пишем. Однако, даже для профессионального дизайнера текст — самая большая и сложная часть работы. Буквы и слова заключают в себе одновременно и изображение, и смысл, и даже звук (читая, мы мысленно произносим слова).

(слайд) Сравните:

|  |  |
| --- | --- |
|  | Слова одни, а впечатление разное. |

* нужно стремиться повышать «читабельность» текста. То есть делать так, чтобы текст легче и быстрее воспринимался зрителем. Не пишите весь текст прописными буквами. Взрослый человек не читает по буквам, а «узнает» слово целиком. СЛОВО ЖЕ, НАПИСАННОЕ ОДНИМИ ПРОПИСНЫМИ БУКВАМИ УТРАЧИВАЕТ ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ И СЛИВАЕТСЯ С ДРУГИМИ. Сравните профиль слова, написанного строчными и прописными буквами:

* на слух люди воспринимают информацию почти одинаково быстро,  а вот читают все с разной скоростью. Предложив зрителям объемный текст на экране, вы неизбежно разделите аудиторию на два враждующих лагеря: тех, кто уже прочитал и тех, кто не успел. Как правило, докладчик в это время еще что-то говорит, еще больше усложняя задачу;
* (слайд) посмотрите на текст, как на картинку. Представьте, что вы не умеете читать, а буквы — лишь набор графических элементов. Ваша «текстовая картинка» на слайде должна выглядеть именно как картинка, а не казаться страницей из «Войны и мира». Например: Буква *Г*— картинка. Слово *«Галактика»* — картинка, *«Галактика» развивается* — все еще похоже на картинку, а вот *«Корпорация «Галактика» успешно развивается, демонстрируя опережающие темпы роста»* — уже текст и такая надпись на слайде лишняя;
* (слайд) старайтесь максимально сократить длину предложений. Просто мысленно убирайте по очереди каждое слово из предложения и смотрите, изменится ли смысл. Если нет — безжалостно выкидывайте это слово. Вот как можно было бы написать этот абзац на слайде:

Сократите длину предложений.
Убирайте слово.
Изменится смысл?

Нет? — слово не нужно. (слайд)

* (слайд) не так давно ученые открыли удивительный факт: чтобы текст можно было прочитать, достаточно, чтобы в слове оставались на месте лишь первая и последняя буквы. Остальные могут быть расставлены случаным образом. *Вдеь мы чиаетм тксет глзамаи, овхатыавя все солво цоеиклм, не вчыитавясь делаьтно в солги.*

(слайд) Требования к шифру:

* не экспериментируйте со шрифтами. Шрифт — сложнейший элемент дизайна. Испортить слайд неумелым использованием шрифтов проще простого. Чтобы этого избежать, ограничьтесь лишь двумя: *Arial* и *Times New Roman*. Эти шрифты наверняка найдутся на любом компьютере с Windows, благодаря чему,  вы избежите неприятных сюрпризов при переносе слайдов с одного компьютера на другой;
* при выборе шрифтов для вербальной информации следует учитывать, что прописные буквы воспринимаются тяжелее, чем строчные;
* отношение толщины основных штрихов шрифта к их высоте ориентировочно составляет 1:5;
* размер шрифта заголовков и основного текста должен отличаться: для заголовков — не менее *24* и выделен*;*
* для информации — не менее 18;
* длина строки не более 36 знаков;
* расстояние между строками внутри абзаца 1,5, а между абзацами – 2 интервала;
* шрифт заголовка и текста слайда должен быть одинаковым на всех слайдах;
* шрифты без засечек легче читать с большого расстояния;
* нельзя смешивать разные типы шрифтов в одной презентации;
* для выделения информации следует использовать жирный шрифт, курсив или подчеркивание, но не следует использовать избыточное количество таких выделений текста;
* не допускается использование «искривленных» текстов, теней и т.п. в стиле WortArt.
* (слайд) больше «воздуха». Плотно набранный текст с маленькими промежутками между строками будет читаться трудно, даже, если вы использовали крупный шрифт. Лучше выбрать меньший шрифт, но увеличить промежутки между строчками. (А еще лучше уменьшить количество текста).

(слайд) Требования к содержанию информации:

* используйте короткие слова и предложения, сжатость и краткость изложения, максимальная информативность текста;
* количество текстовой информации на слайде не должно превышать двух-трёх простых предложений или одного развёрнутого определения;
* минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных;
* презентация должна быть сделана в полном соответствии с докладом по структуре и содержанию;
* заголовки должны привлекать внимание аудитории;
* каждому положению (каждой идее) должен быть отведен отдельный абзац текста;
* основная идея абзаца должна находиться в самом начале (в первой строке абзаца). Это связано с тем, что лучше всего запоминаются первая и последняя мысли абзаца;
* наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде;
* предпочтительнее использование табличного (матричного) формата предъявления материала, который позволяет представить материал в компактной форме и наглядно показать связи между различными понятиями;
* вся вербальная информация должна тщательно проверяться на отсутствие орфографических, грамматических и стилистических ошибок;
* графика должна органично дополнять текст. Динамика взаимоотношений визуальных и вербальных элементов и их количество определяются функциональной направленностью материала;

• подписи к иллюстративному материалу должны способствовать правильному восприятию предложенного материала (не допускаются такие названия фотографий, как: «Мы в лаборатории», «Мы на реке»). Лучше использовать подписи «Точка отбора проб №1», «Исследование воды на содержание ионов железа» и т.п.

(слайд) Требования к расположению информации на слайде:

* предпочтительно горизонтальное расположение информации;
* наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана;
* если на слайде располагается картинка, надпись должна располагаться под ней;
* **художественное оформление** результатов работы влияет на восприятие, способствует осмыслению, определению сути вопроса, исследования (эксперимента). Размещение количественных данных делается, в основном, следующими способами:

1. Систематизация информации в виде таблиц – это графическое изображение материала в виде сравнительных, тематических, хронологических граф. Использование в этом случае цвета, изменение размеров шрифта почти не применяется, так как часто приходится зрительно анализировать все приведённые сведения одновременно, а не только по выделенным моментам.

2. Представление информации с помощью графических изобра­жений (графиков, диаграмм и пр.). Наиболее  важными с художественной точки зрения  при оформлении графика  являются следующие моменты:

1) предназначение графиков (для размещения их в тексте или аудитории) и их масштабы увеличения или уменьшения;

2) наглядность и читабельность, насыщенность, цветовое решение;

3) расположение графика на листе (вертикальное или горизонтальное);

4) размеры графика должны отвечать требованиям быстроты и адекватности визуального восприятия;

5) при выполнении исследования графики рекомендуется сначала сделать в виде эскизов, а потом выполнять в окончательном художест­венном варианте;

6) диаграмма простраивается точно, художественно ёмко, с применением цвета и линии, по возможности  с использованием программы MS Excel;

7) для выразительности диаграмм используются объёмные изображения. Применение цвета или сочетания цветов должно раскрывать ведущую идею исследования. Художественно оформленные диаграммы позволяют научно осмысливать результаты работы. Выводы прочитываются в этих изображениях визуально быстро.

3. Сопровождение текста иллюстрациями в виде фотографий, рисунков, чертежей, схем, карт, рисунков:

- схема уместна в том случае, когда она составляет часть иллю­стративного ряда, обозначая наиболее важные вопросы. Схемы  удобны, так как они в упрощённом виде позволяют выражать основную мысль с помощью условных элементов — стрелочек, линий разной толщины (прямая, штриховая, волнистая и пр.), ви­дов штриховки, применения пятен или контрастных цветов. Имеют значе­ние размеры схемы, художественное решение в них шрифто­вых, цветовых, композиционных моментов.

- при анализе  цели и задачи исследования определяется, нужны ли чертежи и их выполнение  осуществляется  при необходимости;

- чертежи используются  для понимания формы предмета, его размеров, частей для получения новой графической информации;

-ф**отографии** позволяют на порядок усилить воздействие слов и аргументов. Но надо знать, что из-за этого ораторуприходится во время выступления напряженно конкурировать с интересными фотографиями за внимание аудитории. Ведь задача выступления — добиться понимания каких-то идей и последующих действий аудитории, а не восторга от просмотра отличных фотоматериалов! Стоит обдумать, создавая очередной набор слайдов для выступления, — помогут ли они донести идеи автора или только помешают и оратору, и аудитории.

* изображения, используемые в презентации, можно делать как с помощью самого Microsoft Power Point, так и внедрять в презентацию уже готовое из другого редактора;
* если изображения состоят из большого количества данных, лучше не внедрять их в презентацию, а использовать гиперссылку на отдельный файл с таблицей;
* от их количества и качества зависит скорость работы презентации (чем больше изображений, тем медленнее она будет работать);
* не следует использовать более 1-2 изображений на слайде;
* по возможности заполняйте изображением весь слайд (или используйте фон), чтобы на слайде не было белых пятен.

**(слайд) Гиперссылки**

Осуществление связей между слайдами внутри презентации, между разными презентациями, а также между PowerPoint и другими программами осуществляются с помощью гиперссылок. Это очень удобный инструмент, позволяющий более гибко управлять презентацией, тем самым значительно экономя время. Виды гиперссылок:
· на другие документы из пакета MicrosoftOffice (Word, Excel);
· на другую презентацию;
· на видео, аудио и изображения, открываемые с помощью других программ (не из пакета MicrosoftOffice);
· на файлы, запускающие программы
· внутри данной презентации для более удобного перехода между слайдами.

**Требования к аудио и видеоссылкам:**
· аудио и видео файлы физически не внедряются в презентацию, а хранятся на жёстком диске (то, что находится в презентации – фактически есть гиперссылки на файлы с жёсткого диска);
· с осторожностью размещать аудио файлы – они отвлекают от речи выступающего;
· следует учитывать время звучания звукового фрагмента и соотносить его с временем показа всей презентации или её фрагмента, на который должно распространяться звучание этого аудио файла (может закончиться раньше или наоборот, оборваться, не проиграв до конца);
· необходимо учитывать, что программа MicrosoftPowerPoint поддерживает не все типы аудио и видео файлов;
· имена звуковых и видео файлов не должны содержать недопустимые символы, иначе MicrosoftPowerPoint просто не будет их воспроизводить даже при удачном внедрении в презентацию.

**(слайд) Требования к показу презентации:**

· все слайды презентации должны быть выполнены в программе Microsoft Power Point любой версии в едином стиле;

· размер файла – не более 2 Мб, количество слайдов 15-20 шт. Слайды должны быть пронумерованы в правом нижнем углу. Содержимое слайда (рисунки, фотографии, текст) не должны закрывать номер слайда;

· слайды и рассказ не должны идти обособленно друг от друга - ко всем появляющимся на экране слайдам должен быть обязательно дан комментарий;
· для управления презентацией приглашать отдельного человека (который будет знать, когда что и где переключать); если презентацией будет управлять человек сторонний, ему должен быть предоставлен подробный текст вашего выступления с пометками, в какие моменты переключать слайды и где какие включать гиперссылки;

· на своём компьютере следует создать отдельную папку, в которой будет храниться как сам файл с презентацией, так и те файлы, которые вы, возможно, захотите к ней прикрепить. Это необходимо для того, чтобы впоследствии на другом компьютере (на котором будет воспроизводиться презентация) корректно работали все гиперссылки на файлы, которые вы внедрили в презентацию;

· проверить на компьютере, на котором будет осуществляться показ презентации, следующее:
- нет ли задержек воспроизведения,
- открываются ли гиперссылки: звучит ли музыка, проигрываются ли видео файлы,
- как это всё отображается на экране через проектор: как отображаются цвета, видно ли буквы (не нужно ли поменять цвет фона и размер шрифта);
· с осторожностью использовать автоматический показ слайдов.

Распространенные ошибки:

* На слайде нет изображений, только текст (как правило, мелкий, нечитабельный) - одна картинка влияет сильнее, чем тысяча слов.
* Избыток информации на одном слайде - показ слайдоментов (печатных документов, перенесенных на слайд) вместо слайдов.
* Не понятно, о чем слайд - разместите на одном слайде только одну мысль. Смысл слайда должен схватываться мгновенно.
* Орфографические ошибки на слайде – вычитывайте каждый слайд  3 раза.
* Излишняя анимация: слова, картинки выпрыгивают, выкатываются, выскакивают – рябит в глазах - уважайте участников вашего выступления. Участникам должно быть удобно слушать вас и удобно смотреть ваши слайды.
* Избыточное количество слайдов - репетируйте, чтобы точно определить, сколько вам понадобится времени, чтобы уложиться в регламент (7 – 10 минут).
* Докладчик не соблюдает регламент - тренируйтесь!  Репетируйте вслух не менее 7 раз.
* Уважайте других докладчиков. Вы занимаете их время, если не укладываетесь в регламент конференции.
* Читать материал, который люди читают на экране.
* Слова – паразиты, звуки-паразиты.

 Учет указанных особенностей оформления презентации в значительной степени влияет на эффективность восприятия представленной в ней информации. Но учитывайте и форс-мажорные обстоятельства. Готовьте презентацию с расчетом на то, что техника наверняка откажет. Будьте готовы к импровизации. (3 слайда)

(3 слайда) Секреты успешного выступления.

 Информация как еда бывает вкусной и полезной. А бывает полезной, но не вкусной. Чтобы информацию хотелось принимать и она хорошо усваивалась, принося пользу, необходимо соблюдать два принципа подачи информации: "Полезно и Вкусно". Сам материал должен быть полезен для слушателей, а манера подачи делает его "вкусным".
Что делает выступление вкусным: речь.

* Кратко обратитесь ко всей аудитории и сделайте паузу.
* Начните говорить только, когда установится тишина.
* Прежде чем начать привлеките внимание к себе:

- начать с приведения примера, с фактами сегодняшнего дня ("Идя на выступление, я встретил в холле незнакомого человека, который мне улыбнулся. И мне сразу стало спокойней и уютнее в незнакомом месте. А в вашей жизни...."),
- начать с интересной цитаты,

- нестандартное вступление ("Вы ожидаете очередную скучную лекцию, на которой можно поспать.... Вы будете разочарованы - потому что поспать вам не удастся...."),

- начать с образного сравнения предмета выступления с конкретным явлением ("Представьте себе, что мы сейчас находимся в....."),

- начать с истории, случая ("Мне, как и многим из здесь присутствующих пришлось создавать работу "с нуля"),

- начать с задания проблемы или оригинального вопроса ("Скажите, а кто из присутствующих здесь.....").

* С отдельными слушателями можно наладить зрительный контакт.
* (слайд) Выступление не должно быть монотонным. Должна быть смена ритма, темпа, интонации. Темп – это скорость произнесения звуков, слогов, слов  в единицу времени. Если говорить **быстро,** слушатели не поймут, о чем идет речь. А ведь им нужно осознать поступающую информацию, т.е. понять ее и запомнить основное содержание высказывания. Как считают исследователи, оптимальное условие легко воспринимаемой речи – это средний тем произнесения (примерно 100 – 120 слов в минуту). При этом наиболее важные в смысловом отношении мысли высказываются в замедленном темпе, второстепенная информация может даваться в убыстренном темпе. Иногда важную мысль целесообразно повторить. Плохо воспринимается слишком медленный темп речи, поскольку он не поспевает за ее восприятием слушателями. Они не могут также вычленить в этом медленно текущем потоке главное и второстепенное, а поэтому теряют нить рассуждения. Выступающий, говорящий очень медленно, часто вызывает скуку и раздражение. Оратор, свободно владеющий своим голосом  (т.е. умеющий легко изменять его темп, громкость, высоту, обладающий хорошей дикцией) может выразить голосом различные чувства и переживания. Эти чувства и эмоции должны соответствовать содержанию его речи. Ученые доказали, что слушатели не усваивают до 30 – 40% интересующей их информации, если интонация оратора не соответствует содержанию его речи. Поэтому выступающий должен думать в момент произнесения речи только о ней и о своих слушателях, а не о посторонних вещах.
* Понятный аудитории язык. Избегайте сленговых слов и профессиональных терминов, кроме случаев, когда это необходимо. Наличие своих мыслей относительно несложными по структуре предложениями и ограничение длины фраз (иначе слушатель к концу фразы забудет ее начало).
* Образная речь, использование сравнений, логических ударений.
* Тон голоса - мощный инструмент который помогает правильно расставлять акценты в выступлении. Бодрый тон - призывает. Мягкий, "теплый" - создает атмосферу доверия.
* Делайте паузы. Они обеспечивает процесс дыхания, дают возможность вспомнить нужное слово, помогают сосредоточить внимание аудитории и подчеркивают важность сказанного.
* Говорите и рассказывайте, а не читайте написанное. Обращайтесь к своему конспекту только для ключевых моментов - тезисы, заголовки, цитаты.
* Сила голоса – это звучность. Если он говорит тихо, его слышат только находящиеся рядом слушатели. До остальных суть его речи не доходит. В то же время чрезмерно громкий, а особенно крикливый голос вызывает раздражение, неприятие сказанного, и эффект выступления оказывается значительно сниженным. Иногда громкость голоса зависит от того, насколько правильно выступающий расценивает высоту своего голоса. По высоте голос может быть **низким, высоким, средним**, это зависит от природы. Главное, чтобы он был естественным. Выступающий должен говорить негромко, но всем слышно.
* Дикция – чёткое произнесение звуков. Чёткая дикция – вежливость оратора.

 Как известно, информация, передаваемая словами неотделима от личности, того, кто ее передает. Выступающий своим поведением и манерой держаться сообщает информацию, которую не передает словами. Важно, чтобы эта информация дополняла и усиливала информацию, сообщаемую словами. Неуверенный тон, теребление выступающим в руках "тезисов", снижают доверие аудитории к его словам. Если выступающий держится неуверенно, это трактуется как неуверенность в том, что он говорит.

 (слайд) • Находиться перед аудиторией в "открытой" позе. Ноги и руки не скрещиваются. При жестикуляции руки ладонями вверх.
• Взглядом обводить аудиторию. Самые важные моменты проговаривать самому важному человеку в аудитории.

• Мимика оказывает значительное влияние на аудиторию. Выражает внутреннее состояние и эмоциональный настрой выступающего. Выражение лица должно соответствовать характеру речи.
• Сопровождать свои слова жестикуляцией. Жесты должны быть оправданными и органичными, соответствовать внутреннему состоянию, темпераменту и теме выступления.
• Привлекать внимание аудитории к слайду, показав на него ручкой или указкой.
• Двигаться. Перемещаться во время выступления.

 Практическим путем выявлено, что наилучшим временем для выступления являются утренние часы с 10.00 - 13.00. В это время внимание человека максимально, а "организм" уже проснулся и активен. Если вы сами выбираете очередность выступлений, то наилучшим будет выступление 2-м или 3-м. Первый "разогревает" аудиторию, на 2-м и 3-м внимание включается, затем идет череда выступлений, которая в памяти "смазывается". Также сказывается падение внимания. Хорошо запоминается последнее выступление. Но есть минусы. Аудитория, как правило, устает к 9-му или 10-му выступлению за день. Поэтому слушает очень невнимательно.

 По окончании выступления докладчика задаются вопросы. Если вам задают вопросы, это значит, что тема заинтересовала, привлекла внимание слушателей.

 Как быть если вам задали "трудный" вопрос. Или вопрос, на который вы не знаете ответа. Во-первых, поблагодарить за вопрос: "Спасибо, что вы задали этот важный вопрос...." Пока вы это проговариваете - в голове уже рождается ответ..... Также можно вернуть вопрос собеседнику. "Вы, наверное, уже знаете ответ на свой вопрос..." А после его фразы прокомментировать. Самое главное, это получить время для того, чтобы собраться с мыслями. Для того, чтобы избежать "трудных" вопросов надо хорошо готовиться и изучать предмет глубоко и широко. Кроме того, очень помогает знание - что люди чаще всего задают вопросы не для того, чтобы получить ответ (чаще всего они его знают), а для того, чтобы привлечь внимание к себе, подчеркнуть свою значимость. Искусство выступающего дать людям почувствовать их значимость, оставаясь при этом самым значимым лицом в аудитории. Либо вопросы задаются для проверки реакции выступающего: растеряется или нет. Главное, делать вид, что вы предполагали такой вопрос, вы готовы на него ответить. Если заданный вопрос выходит за рамки вашего исследования, не стоит на ходу придумывать ответ, не подкрепленный результатом исследования. Вполне допустимо сказать, что это не было предметом вашего исследования или, что это планируется исследовать на следующем этапе. Таким образом, вы только поддержите образ вдумчивого исследователя.

 (слайд) Концовка должна запомниться слушателям. Как лучше закончить свое выступление?
• Подытожить сказанное, высказав главную мысль выступления. "Таким образом, главной мыслью данного выступления является...."
• Побуждение к деятельности. Напутствие.

• Произнести фразу, с которой вы начали свое выступление. "Вот почему я считаю, что....."
• Цитата иллюстрирующая основной тезис выступления.
• Комплимент аудитории. "Я рад, что мне выпала честь поделиться знаниями со столь профессиональной аудиторией. Ведь именно здесь собрались люди, которые добились всего в жизни своим трудом..."
• Раздайте слушателям, комиссии что-то на память о вашем выступлении.

 (слайд) Примеры неудачных фраз:

• "Вообще эту тему невозможно рассмотреть за столь короткий срок...."

• "Я не оратор..."

• Банальности: "Ну это и так все знают..."
• "На эту тему еще долго можно говорить".
• "Спасибо, что дали мне слово".
• "К сожалению, у меня не было времени подготовиться лучше".
• "Лимит времени не дает мне возможности сказать все то, что я хочу сказать по этому поводу".

Примеры хорошего выступления:

• Даже самая серьезная аудитория с большим удовольствием воспринимает юмор. Чтобы юмор подчеркнул ваше выступление, придал ему изюминку, он должен отвечать двум критериям:
- уместность,
- подготовленность.

 С помощью юмора легко парируются даже самые острые замечания из зала.
• Мужчины или женщины преобладают в зале. Мужчина и женщина воспринимают окружающий мир по-разному. Причем эти различия иногда оказываются очень существенными. Например, полушария мозга у женщины связаны между собой вдвое большим количеством нейронов, чем у мужчины. За счет этого женщина обладает удивительной (с точки зрения мужчины) способностью усваивать информацию сразу из нескольких источников (например, одновременно говорить по телефону, смотреть телевизор и вязать).

Женщины воспринимают значительно больше оттенков цвета, чем мужчины, зато мужчины лучше воспринимают объем и форму.

Женская интуиция, проницательность — научно подтвержденный факт. Если мужчина способен воспринять не более 2000 невербальных сигналов (жестов, мимики, интонации), то женщина более 5000 таких символов!

У женщины лучше память.

Таким образом, на презентации для женской аудитории важно передать настроение. При этом вполне можно попытаться внушить сразу несколько идей. Мужчине же важно показать суть, передать содержание, но ограничиться одной главной мыслью.

Не рекомендуется показывать женщинам сложные схемы, чертежи и графики. Мужчины же вряд ли оценят красочность картинки.

Стоит обратить внимание и на себя — докладчика. Женское внимание вряд ли надолго привлечет мужчина на сцене. (Нужно быть недостижимым идеалом красоты, чтобы это произошло). А вот мужчина проявит повышенный интерес к любой женщине.

Однако, стереотип восприятия может привести к тому, что одна и та же  информация из уст мужчины будет восприниматься с большим доверием, чем из уст женщины.

• (слайд) Знание регламента презентации помогает правильно построить выступление и управлять вниманием зрителей.

График показывает изменение уровня внимания в зависимости от продолжительности выступления (для 40 минутного доклада). Легко заметить, что после 15 минут интерес начинает неуклонно снижаться, достигая минимума на 30 минуте.  К концу доклада интерес вновь повышается. Из этого можно сделать ряд выводов:

1. Длинный доклад целесообразно разбить на части.
2. На 15-ой минуте доклада слушателя нужно «разбудить». Здесь уместно применить «отвлекающий маневр». Можно рассказать анекдот, случай из жизни, показать забавный слайд, обратиться к залу с вопросом, просто взять в руки заранее приготовленную вещь со стола.
3. Аудитория должна знать, сколько осталось до конца выступления (иначе подъема интереса в конце не произойдет). Нужно периодически напоминать залу сколько им еще «мучаться». Например, фразами: «нам осталось рассмотреть такие-то вопросы», «в заключительной части выступления...».
4. Самое важное лучше сказать в начале и повторить в конце презентации.

• **Позвольте себе немного понервничать.**Всё, что вам надо сделать – позволить себе немного понервничать перед своей аудиторией слушателей. Если вы это сделаете сразу, то аудитория отнесётся к вам более снисходительно, чем если бы обнаружила ваши переживания в середине или в конце выступления. Теперь, когда от вас не ожидают ничего сверхъестественного, вы можете расслабиться. И представьте себе их удивление, когда ваша презентация, в итоге, окажется гораздо ярче, чем они ожидали. Лучший способ сделать это – начать с шутки. Например, с такой: “Когда я шёл сюда, о том, что я буду говорить знали только двое – Бог и я (при этом следует выглядеть немного взволнованным). Теперь об этом знает только Бог”.

• **Посмотрите на свою аудиторию с другой точки зрения.**
Поиграйте с понятиями. Представьте, что это не требовательные слушатели, которые сейчас будут оценивать ваш доклад, а ваши сокурсники, которым тоже предстоит скоро выступить. Представьте, что они нервничают не меньше вас и у вас нет повода бояться их.
Представьте, что это ваши старые друзья, с которыми вы не виделись лет десять. При этом смотрите на слушателей с таким выражением лица, словно пытаетесь вспомнить, где вы могли их видеть раньше. Слушатели примут это как дружественное и немного личное выражение лица. Не пытайтесь представлять их себе младенцами в подгузниках или, что в зале вообще нет никого, как советуют некоторые книги. Я убедился на своём опыте: сложно представить себе, что зал пуст, в то время, когда вы фактически разговариваете с ним.

• **Не скупитесь на наглядные пособия.**
Поразите воображение ваших слушателей красивыми слайдами, сделанными в PowerPoint и грамотными комментариями. Половину времени выступления они будут смотреть не на вас – они будут читать примечания и любоваться слайдами. Это поможет вам, поскольку легче выступать перед людьми, которые на вас не смотрят. А если кто-то и смотрит на вас, то переведите свой взгляд на ту часть аудитории, которая увлечена слайдами.

• **Делайте преднамеренные ошибки.**Это ещё одна уловка, которую я рекомендую вам использовать. Я “случайно” уронил свои наглядные пособия на пол и собирая их предупредил публику, что презентация теперь будет немного запутанной. После этого в зале раздался смех. Идея в том, чтобы взять аудиторию под контроль. Если вы интерактивны и можете заставить их смеяться, то ваше представление будет успешным и незабываемым. В конечном итоге, вы сами можете найти способ так сделать.

• **Всё время обращайтесь к одному человеку.**
Толпа – самое страшное в общественных выступлениях. Один вид притихшей в ожидании ваших слов толпы может заставить вас задрожать. Что бы избежать этого, выберете из всей аудитории одного человека и посвятите ему своё выступление. Когда кто-то другой задаёт вам вопрос, переключайтесь на него, но при этом представьте, что вы двое непринуждённо общаетесь где-нибудь в баре. Не это ли лучший способ не напрягаясь общаться с толпой?

• **Ваше личное мнение должно иметь свой вес.**Когда вы даёте презентацию постарайтесь вложить в содержание несколько ваших личных соображений на данную тему. Однако, вам стоит сделать вид, что идеи изначально заложены в концепцию данной презентации. Это будет отличать вашу презентацию от других, и, увидев заинтересованность в глазах слушателей, вы подниметесь на новый уровень, уровень на котором искусство публичного выступления становится в радость самому оратору.

• **Экспериментируйте с удовольствием.**Это самое важное правило. Весело проводите время со слушателями. Пробуйте новые способы представления информации, пусть это будет эксперимент с новым забавным подходом к вопросу или прогулка по залу вместо статичного изложения со сцены. Забавляйтесь, экспериментируя с человеческим поведением, и вы поймёте, что публичные выступления не такая уж и плохая штука.

(слайд) Помните – провалов не существует, есть только различные результаты.