

## СТИЛЪТ НА ПРЕЗЕНТИРАНЕ – ОСНОВНИ ПРАВИЛА ЗА ЕФЕКТИВНОСТ

доц. д-р Евелина Димитрова Динева  
*Бургаски свободен университет*

## STYLE OF PRESENTATION – BASIC RULES FOR EFFECTIVENESS

Assoc. Prof. Evelina Dineva, PhD  
*Burgas Free University*

**Abstract:** *The publication analysis some of the best presentations of Steve Jobs, Guy Kawasaki, Al Gore and Brian Tracy. The aim is to bring some basic rules for effectiveness of presentations. These rules can help everybody to reach his own purposes.*

**Key words:** *presentation, rules for effectiveness*

Представянето на идеи, концепции, институции, фирми, продукти и др. пред публика (повече от двама човека) в днешно време наричаме презентация. В повечето случаи устното изложение е подпомогнато от визуализация с помощта на програми като Power Point, Open Office Impress, Star Office Impress, Photo Story и др.

Всяка презентация има за цел да информира, да въздейства или да вдъхновява. В повечето случаи две от посочените цели се преплитат като едната е доминираща. По-особен случай са научните презентации, чиято цел основно е да информират и те няма да са обект на настоящото изложение. Ще се спрем на презентации, които целят да въздействат върху хората, за да вземат те решение в посока, ориентирана от презентатора – да харесат продукт, услуга, фирма, концепция, да застанат зад кауза или идея и др.

В настоящото изложение предполагаме, че презентацията е подготвена в съществено отношение, направена е и съответната компютърна илюстрация на факти и твърдения, които не могат да бъдат обяснени достатъчно въздействащо с помощта на думи, и предстои представяне пред публика. Какъв стил ще изберем по отношение на: поведение, невербална комуникация, контакт с публиката, облекло, контакт с публиката, излъчване и др. до голяма степен ще определи ефективността на презентацията. Ще проследим стила на презентирание на някои от най-известните имена в тази област, като Стив Джобс, Гай Кавасаки, Брайън Трейси, Ал Гор, и др. с цел да извлечем основните правила за ефективност на презентацията.

Има много сайтове и не малко книги, които ни предлагат рецепти за подготвяне на презентация, какви умения трябва да развиваме в себе си и как да се държим пред публика. Факт е, че не можем всички да бъдем еднакви като презентатори и да се държим по един и същи начин, но трябва да имаме собствен стил на презентирание. За всяка конкретна ситуация трябва да се намери конкретен подход, но стилът ни трябва да ни отличава и да сме разпознаваеми. Много е трудно да се определи кое от формулираните правила е най-важно, затова подредбата им няма да е по значимост. И все пак има едно условие, без което е безсмислено да търсим ефективност – собствената вътрешна убеденост в предимствата и значимостта на това, което представяме.

Правило № 1.

**Бъдете и изглеждате напълно убедени в това, което казвате.** Ще проличи по увереността на думите, на движенията, на усмивката, на погледа и най-вече по компетентността на изложението. Цялото ни излъчване трябва да внушава доверие. Според Гай Кавасаки, за да внушаваме доверие, ние самите трябва да вярваме на хората: „Добрите чаровници се харесват на другите, но великите очарователи се харесват и внушават доверие” казва той. [3, 45]

Друг съвет на Кавасаки, пряко свързан с вътрешната ни убеденост, е: „Образовайте се, станете компетентни”.

Стив Джобс е може би най-убеденият в правотата на думите си презентатор, защото той е съпреживял създаването на продукта, който представя, защото е компетентен и защото „комбинацията от двете окуражава хората да ви вярват”. [3, 49] Той създава изживяване подобно на театрална постановка с положителен герой и злодей, с декори, кулминация и победа на доброто над злото. С увереността и убедителността си той създава послания, които се помнят дълго време. Така Стив Джобс превръща страстта си в печеливш бизнес.

Правило № 2.

**Овладейте изкуството на опростяването.** На Леонардо да Винчи принадлежат думите: „Простотата е най-сложното нещо”. И наистина по-лесно е да говорим дълго и обстоятелствено, отколкото да анализираме съдържанието на казаното, да извлечем същественото и да го кажем с няколко думи. От 1979 г. във Великобритания съществува Кампания за разбираем език, която „води битка да накара правителства и корпорации да опростят своята комуникация.” [1, 120]

Ето един пример преди и след опростяването на едно послание:

*Преди:*

Ако има нещо, за което ви е нужна допълнителна информация или трябва да ви се доизясни, за нас ще бъде приятно да ви предоставим детайли, които можете да поискате по телефона.

*След:*

Ако имате въпроси, обадете ни се.

Ето още един пример, този път от презентация на Стив Джобс.

*Това, което би могъл да каже Стив:*

Новата серия на MacBook отговаря на най-високите стандарти на Energy Star и компонентите им са изработени, без да се използват въглеродобромни съединения. Използват вътрешни кабели, които не са от ПВХ материали и имат енергоспестяващи LED дисплеи без живак.

*Това, което всъщност каза Стив:*

„Те са най-зелените преносими компютри в индустрията.”  
[1, 120]

Изреченията трябва да са кратки, ясни, описателни. Презентацията също трябва да е кратка. Ако съдържанието ѝ заинтригува слушателите, те сами ще ни потърсят за въпроси. Не бива да се използват приоритетно дълги думи (с три и повече срички). За употребата на английския език е създаден фог индекс (Gunning Fog Index) и калкулатор, който измерва сложността/простотата на изреченията. Отчитат се не само

дължината на думата, но и честотата на употребата ѝ, т.е. доколко тя е разпознаваема от хората. <http://gunning-fog-index.com/>

„Страхът от загубата на работа, от елиминиране или че изглеждаме незначими, ни кара да говорим по-сложно, отколкото е необходимо” казва Сюз Орман.

Простотата трябва да се търси не само в словесното изложение, но и в компютърната му визуализация. Слайдовете на компютърната презентация трябва да съдържат приоритетно диаграми, графики, снимки, картинни изображения и минимално количество текст.

#### Правило № 3.

**Позовавайте се на авторитети.** Независимо от абсолютната ни убедителност и показана компетентност, хората ще ни повярват повече, ако и други мислят като нас. За да подкрепим думите си, можем да използваме цитат от известна личност, резултати от социологическо или статистическо изследване и др. Това е похват на Брайън Трейси, който използва много числа, проценти, факти и др.

*“След проучване сред повече от 1000 собственици на фирми за период от 5 години става ясно, че ...”.* Звучи убедително и внушава доверие.

#### Правило № 4.

**Правете промяна в представянето на всеки 10 минути.** Изследванията на психолози показват, че човешкият мозък „изключва” на десетата минута, ако в начина на представяне на информация не настъпи промяна. На десетата минута можем да пуснем видеоклип, реклама или да се включи втори презентатор (похвати на Стив Джобс). Промяната може да бъде вмъкната шега, впечатляваща информация от някакви изследвания, обръщане към аудиторията за съдействие и др. Използвайте хумор, поднесен по подходящ начин в презентацията. Най-добре е това да бъде „преживяна” случка. Самоиронията също е подходящ похват.

#### Правило № 5.

**Не използвайте самоцелно числа и проценти.** Съобщаването на поредица числови данни, на проценти или на големи числа трябва да е съпътствано от аналогии и обяснения. Голяма част от хората не проумяват количествата, изразени с големи числа. Колко от нас могат да си представят числото един милион. На мои студенти в продължение на няколко години задавах въпроса: „Колко време ще е необходимо, за да преброим до един милион, ако приемем, че всяка секунда казваме по едно число?”. Верен отговор даваха само тези, които пресмятаха с помощта на калкулатор. Ако поисках да отговорят без да пресмятат, отговорите бяха твърде далеч от истинския – приблизително 7 работни седмици, по 8 часа на ден.

Сравняването с подобни числови данни, известни на аудиторията би подпомогнало възприемането на данните от нашата презентация. Един журналист веднъж попитал Стив Джобс не смята ли, че 5% пазарен дял на Apple е твърде нисък дял. Джобс използвал аналогия в отговора си, като сравнил пазарния дял на своята компания с този на BMW и Мерцедес, които също са около 5%. Нима това са залязващи компании?

Използването на специфични за дадена област числови данни също не е подходящо. Те трябва да бъдат преведени на език, разпознаваем за аудиторията. Например, 30 GB е число, което не говори много на голяма част от хората. Но, ако за тези 30 GB се каже, че побират 7500 песни, 25000 снимки или 75 часа видео, както го прави Стив Джобс, ще се постигне желаният ефект.

Правило № 6.

**Не използвайте професионален жаргон в презентациите** (с изключение на случаите, когато аудиторията е от специалисти в същата област). Глобализацията на света и бумът на информационните и комуникационните технологии наложиха употребата на много английски думи, които нямат аналог в нашия език. По-възрастното поколение трудно се ориентира в тази терминология и при неумелото използване на много чуждици рискуваме да загубим интереса на аудиторията. Трябва много добре да познаваме нашата публика, за да не използваме думи, които ще предизвикат празни погледи.

Правило № 7.

**Подгответе запомняща се изненада.** Ако в презентацията ни няма нещо изключително интересно, впечатляващо и запомнящо се, тя ще бъде забравена след седмица или месец. Ако искаме хората да запомнят нашето послание, трябва да привлечем вниманието им с нещо неочаквано и невиджано. Кой би могъл, например, да забрави презентацията на Ал Гор, в която той показва колко ще се увеличат вредните емисии, изхвърлени във въздуха от САЩ след 50 години, достигайки върха на графиката с помощта на кран на сцената? Не се забравя и избора на Стив Джобс да извади изключително тънкия MacBook Air от офис плик. По новините съобщават, че „Лаптопът се побира в стандартен плик за документи и по начина, по който Джобс го представи, го превърна в паметния момент на тазгодишната конференция на Apple”. [3, 181]

„Паметният момент” може да бъде и запомняща се история, поднесена по подходящ начин. Презентацията си за промените в климата Ал Гор започва с една преживяна история, в която разказва какво му се е случило един ден, как го е разказал на лекция в Арабския свят и какво е стигнало от тази история преди него в САЩ. Случката е забавна и създава настроение, а настроението е това, което се запомня. [www.ted.com/talks/lang/bg/al\\_gore\\_on\\_averting\\_climate\\_crisis.html](http://www.ted.com/talks/lang/bg/al_gore_on_averting_climate_crisis.html)

Правило № 8.

**Поддържайте непрекъснат контакт с публиката. Говорете с умерено висок глас и подходящо темпо.** Стив Джобс пленява публиката с премерени жестове, непрекъснат контакт с очи и отворена поза, т.е. няма нищо между него и публиката. Кармайн Гало съветва: „Научете по-голямата част от презентацията си наизуст и избягвайте да четете от бележки. ... те правят говорителя по-неуверен и по-слаб и унищожават близостта между него и публиката.” [1, 220] и още „Променяйте силата и модулацията на своя глас, за да задържите вниманието на публиката в думите ви. Повишавайте и понижавайте глас. Променяйте и ритъма. Промяната в скоростта, с която говорите, ще помогне презентацията ви да не звучи монотонно.” [1, 221]

Правило № 9.

**Репетирайте няколко пъти и непрекъснато допълвайте и усъвършенствайте презентацията си.** Ние, като университетски преподаватели, знаем, че едно и също съдържание пред сродни аудитории всеки път се представя по по-малко или повече различен начин. Актуалността на съдържанието е много важна и тя трябва да е една от целите на подготовката ни.

Адаптирайте презентацията си към аудиторията. Различно е когато представяме идеите си пред колеги, пред напълно непознати млади хора, пред публика на средна възраст, пред хора с различно образование и т.н. Налага се да направим промени не само в словесните изразни средства, но и в компютърната презентация. Защото трябва да впечатлим, да въздействаме и да бъдем запомнени.

Тони Джери съветва да попълваме непрекъснато „Арсенала за презентации”. Той включва „не само цитати, истории и статистически данни, но също така печатни и други визуални материали, начина, по който се обличате, електронни файлове, които съхранявате, и всякакви материали, с чиято помощ вашата презентация може да стане по-колоритна и ефективна”. [2, 287]

Правило № 10.

**Изглеждайте добре и излъчвайте успех.** Стилът на обличане на Стив Джобс и Гай Кавазаки е коренно различен от този на Брайън Трейси. Някъде по средата е Ал Гор. До голяма степен облеклото на презентатора зависи от аудиторията – по един начин го възприемат компютърни специалисти или фенове и по коренно различен – висши банкови служители. Облеклото и излъчването ни трябва да показват уважение към аудиторията. Възприемат ли ни като успели хора, ще ни повярват. Самите ние ще се чувстваме по-уверени, ако облеклото ни съответства на очакванията на аудиторията, т.е. една идея по-официални от слушателите ни.

И накрая една мисъл на Тони Джери: „Да бъдеш майстор на презентациите не значи да бъдеш съвършен. Това означава да постигаш целите си”. [2, 366]

**Литература:**

1. Гало, Кармайн. Презентирай като Стив Джобс, Рой Комюникейшън, 2012.
2. Джери, Тони. Животът е поредица от презентации, Изток-Запад, 2005.
3. Кавазаки, Гай. Изкуството да очароваш, Enthusiast, 2012.
4. Лазаров, Дмитрий. Продающа презентация, ООО „Альпина Паблишер”, 2010.
5. Трейси, Брайън. Как да постигаме целите си, Световна библиотека, 2005.
6. Чалдини, Робърт. Влиянието. Психология на убеждаването, С., 2005.
7. [www.ted.com/talks/lang/bg/al\\_gore\\_on\\_averting\\_climate\\_crisis.html](http://www.ted.com/talks/lang/bg/al_gore_on_averting_climate_crisis.html)
8. [www.duarte.com/Slideology\\_Sample30.pdf](http://www.duarte.com/Slideology_Sample30.pdf)
9. [www.economy.bg/world/view/422/Vizhte\\_naj\\_interenite\\_prezentacii\\_na\\_Stiv\\_Dzhobs\\_prez\\_godinite/](http://www.economy.bg/world/view/422/Vizhte_naj_interenite_prezentacii_na_Stiv_Dzhobs_prez_godinite/)
10. [www.biznesipari.com/презентация\\_на\\_гай\\_кавазаки/](http://www.biznesipari.com/презентация_на_гай_кавазаки/)
11. [www.novakultura.com/uspehat\\_e\\_patuvane/](http://www.novakultura.com/uspehat_e_patuvane/)