

Убедливо говорење и техники за презентирање

д-р Јасмина МИРОНСКИ

Убедливо зборување

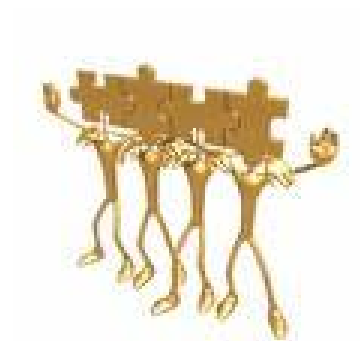
Зборовите будат чувства, зборовите не смируваат или не тераат во очај, зборовите се најсилното средство за влијание врз луѓето

Зигмунд Фројд (Sigmund Freud)

творецот на психоанализата

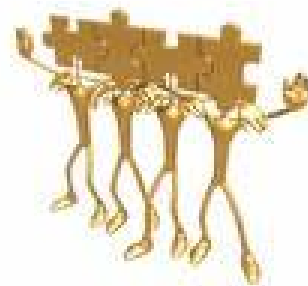
Три критериуми за добар говор

- Убедување на публиката
- Забавување на публиката
- Мотивирање на публиката



Убедливо зборување

- Реторика е способност на воочување на битното и примарното својство со кое може да се убеди (увери), а кое во себе ја крие секој предмет или појава.



Аристотел

- За три минути говор требаат пет дена подготовки, а за пет дена говор потребни се три минути подготовки

Черчил

Говорот како алатка во креирањето на нашето мислење

- Убедување
- Комуницирање
- Формирање имиџ
- Прифаќање на пораката



Користење на формулата **AIDA**

Attention – да се привлече внимание

Interest - да се предизвика интерес

Desire – да се поттикне желба

Action - да се донесе одлука за купување



Јавно говорење *AITA*

Attention – се привлекува внимание

Interest – предизвикува интерес

Theory – излагање/ презентирање

Action – публиката ги прифаќа ставовите на говорникот и се однесува согласно со нив



Нивоата на говорењето

- **Вербално, јазично ниво**
(употребата на зборови, речникот, стилот)
- **Говорно ниво**
(гласот, дикцијата, темпото, интонацијата)
- **Невербално ниво**
(говорот на телото, мимиката, гестовите)



Нивоата на говорењето

- **Техничко ниво**
(служење со лаптоп, проектор...)
- **Дијалектичко ниво**
(интеракција со публиката)



Употреба на речникот/ стилот

1. Да се одбегнуваат стручни термини
странски зборови, кратенки
2. Да се употребуваат сликовити изрази,
метафори, стилски фигури
3. Да се вметне персонализација во говорот
4. Да се формулираат едноставни и кратки реченици
5. Да се користат глаголи наместо именки

Структура на говорење

- Кажете што ќе им кажете
- Кажете им
- Кажете им што им кажавте
- Сумирајте на почетокот и на крајот

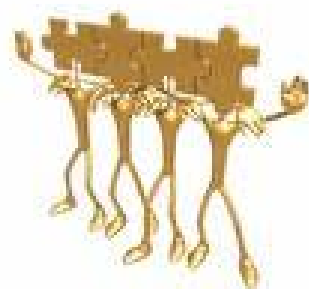


Издвојте го најважното

- Често темата за која зборувате е позната за публиката
- Новите моменти лесно може да се изгубат

Издвојте ги важните работи преку:

- Јачината на гласот
- Добри (интересни) слајдови
- Поврзете го со нешто што добро го знаат



Повторувајте...

- 20% од публиката во секој момент мисли на нешто сосема друго
- Тие не размислувале за темата толку многу како вие
- Повторувајте ја главната порака
- Предупредете при употреба на нов (непознат) збор



Невербална комуникација

- Привлекување и одржување на вниманието на публиката
- Читање на сигналите што ви ги испраќа публиката
- Одбегнувајте праќање на погрешни сигнали
- Ако зборувате „не“ а климате со глава –
тоа за публиката значи „да“

Винстон Черчил

- *Говорот треба да биде како женска сукња – доволно долг да го прикрие важното, а доволно краток да го привлече вниманието и да го објасни најважното.*



И Н С Т И Т У Т



ЗА КОМУНИКАЦИСКИ СТУДИИ