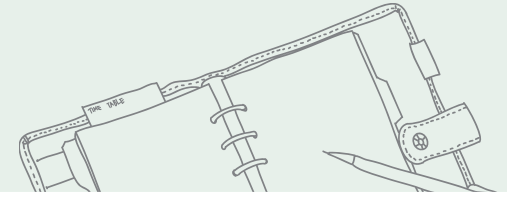


프레젠테이션
달인되기 Step 3

백 미 숙_학부대학 의사소통교육센터



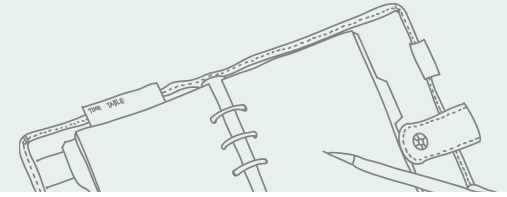


Contents

Step 01 프레젠테이션 사전 준비	6
1. 상황 분석	
2. 프리젠티어 자기 점검	
쉬어가기	12
Step 02 프레젠테이션 내용 구성	15
1. 3단 구성	
2. 세부 내용	
3. 스토리텔링	
쉬어가기	22
Step 03 프레젠테이션 실행	25
1. 비언어	
2. 큐카드	
3. 시각자료	
4. 질의응답	
쉬어가기	33

단지 지식을 습득하는 것, 즉 아는 것에 머문다면 그 지식은 무용지물에 불과할 것이다. 중요한 것은 그 지식을 어떻게 사용하며, 어떻게 다른 사람에게 전달하며 그리고 다른 사람과 공유하는 가이다. 지식정보화 사회에서 지식은 잠재적 힘을 지니고 있을 뿐 그 자체로는 힘이 될 수 없다. 따라서 '아는 것이 힘이다' 라는 말보다 '아는 것을 다른 사람과 커뮤니케이션할 때 비로소 힘이 있다' 라는 말이 더 적절해 보인다. 대표적인 공적 커뮤니케이션 형태에 속하는 프레젠테이션은 리더나 관리자들에겐만 요구되는 능력이 아니다. 학교에서는 발표할 기회가 점점 많아지고, 기업이나 관공서에서는 채용 과정에서 서류심사보다는 면접전형의 비중이 점점 늘어나고, 업무적으로는 보고서를 작성하는 대신 구두로 발표하는 등 프레젠테이션을 할 기회가 점점 증가하고 있다. 따라서 이제 프레젠테이션 능력은 누구나 반드시 갖추어야 할 덕목이며, 경쟁력인 시대가 됐다. 많은 분야에서 프레젠테이션이 개인의 능력을 평가받는 필수 요소로 자리 잡았기 때문이다.

프레젠테이션 능력은 물론 단기간에 개발할 수 있는 능력은 아니다. 그러나 분명한 것은 청중 중심적 사고를 바탕으로 하여 프레젠테이션의 가이드라인에 충실하면서 꾸준히 연습하고 경험을 쌓는다면 누구나 훌륭한 프리젠티어로 거듭날 수 있다는 것이다. 우리에게 잘 알려진 링컨, 케네디, 마틴루터 킹, 오바마 등과 같은 정치지도자들도 스티브 잡스나 잭 웰치와 같은 최고경영자들은 타고난 프리젠티어가 아니라 만들어진 대표적인 프리젠티어이다.



한편으로는 요즈음 발표할 때 주로 파워포인트라는 프로그램을 사용하기 때문인지 프리젠테이션의 발표 능력보다 파워포인트를 다루는 능력을 더 중요시하는 경향이 있는 것 같다. 파워포인트에만 중점을 둔 프레젠테이션은 '정보만으로 가득한 지루한 슬라이드 쇼'에 지나지 않다. 단순히 슬라이드를 보여주기 위한 목적이라면 파워포인트 파일을 통째로 주는 것으로도 충분할 것이다. 파워포인트는 청중의 주의를 환기하고 이해를 돕기 위해 사용하는 여러 가지 보조 자료 중 한 가지일 뿐이다. 물론 요즘 파워포인트를 활용하여 발표할 기회가 많기 때문에 파워포인트를 적절하고 효과적으로 활용하는 방법을 배우고 익힐 필요가 있다. 그러나 프리젠테이션이 파워포인트와 같은 시각자료에 지나치게 의존해서 발표를 한다면 청중의 마음을 움직이는 프레젠테이션을 기대하기는 어려울 것이다. 어떠한 경우에도 프레젠테이션의 주인공은 시각자료가 아니라 프리젠테이션가 되어야 한다.

프레젠테이션은 한정된 시간 내에 관련정보를 정확하게 이해시켜서 자신이 의도한 대로 판단과 의사결정이 되도록 하는 설득의 한 방법으로써 다차원적이고 복합적인 기술이 요구되는 공적 커뮤니케이션 형태이다. 프레젠테이션에 가장 중요한 것은 얼마나 청중과 교감하면서 자신의 생각과 의견을 개진하고, 청중의 눈높이에 맞추어서 정보를 가공하고 설득하는 가이다. 시각 보조자료는 이런 과정에서 필요에 따라 사용하는 것으로 훌륭한 프레젠테이션을 하고 싶다면 근본적으로 프리젠테이션가의 발표력을 키워야 한다. 사람들 앞에 서서 말하고 있는 프리젠테이션가 프

레젠테이션의 주체라는 사실을 꼭 기억해야 한다.

이 가이드북은 프레젠테이션을 하는 데 있어서 가장 기본이 되면서도 중요한 요소들을 사전 준비 단계 - 내용 구성 단계 - 실행 단계의 3 Step으로 나누어서 간결하면서도 명료하게 설명할 것이다. 깨알 같은 조언들에 귀 기울이면서 이를 실천하려는 노력을 끊임없이 한다면 여러분들은 분명 청중의 마음을 움직이는 프레젠테이션에 조금씩 다가갈 것이다.

Step 01

프레젠테이션 사전 준비

지표지기 백전백승!!



학습 목표

상황(청중, 목적)과 자기를 점검하고 분석하기

1. 상황 분석

프레젠테이션을 본격적으로 준비하기에 앞서 우선 프레젠테이션이 이루어지는 상황을 파악하는 것이 중요하다. 프레젠테이션의 상황이라 함은 프레젠테이션의 목적을 정하고 대상, 즉 청중을 분석하고 발표장을 점검하는 것을 의미하는 것으로 상황 분석이 중요한 이유는 모든 프레젠테이션이 특정 목적으로 특정 청중을 대상으로 특정 장소에서 행해지기 때문이다. 목적 그리고 청중과 장소에 대한 분석 결과에 따라 프레젠테이션의 방향, 즉 내용 구성과 전달 방법이 달라질 수 있다.

1) 목적

프레젠테이션이란 말은 원래 광고 대리업자가 예상 광고주를 대상으로 광고 계획서 따위를 제출하는 활동의 일환으로 행해진 발표를 가리켰지만 요즘에는 여러 가지 상황에서 청중을 대상으로 보고하거나 발표하는 일련의 행위를 뜻한다. 대중사회로 접어들면서 생활반경은 넓어지고 설득할 대상은 증가하면서 프레젠테이션 능력은 중요한 경쟁력이 되었다. 특히 면대면으로 이루어지는 프레젠테이션의 특성상 언어적 수단과 함께 비언어적 수단을 사용해서 전달의 효과를 극대화함으로써 쌍방향 커뮤니케이션을 가능하게 할뿐 아니라 나아가 의사결정 시간을 최대한 단축시켜주기 때문에 프레젠테이션을 통해서 의사결정을 하는 기회가 점점 늘어나고 있다.

이처럼 의사결정과 판단을 위한 과정으로의 프레젠테이션이기에 프리젠테터는 본격적인 준비에 앞서 분명한 목적을 설정하는 것이 중요하다. 즉 프레젠테이션에서 내가 원하고자 하는 것이 '정보제공' 인가 또는 '설득' 인가를 생각해야 한다. 궁극적인 목적이 무엇이나에 따라 보통 정보제공 프레젠테이션 또는 설득 프레젠테이션으로 분류하는데, 단순히 청중을 이해시키기 위한 목적으로 하는 발표를 정보제공 프레젠테이션이라고 하고, 청중의 신념이나 행동의 변화를 요구하기 위해서 하는 발표를 설득 프레젠테이션이라고 한다. 처음부터 분명한 목적을 정하는 것이 중요한 구체적인 이유는 청중의 이해를 얻기 위해서 하는 것인지 또는 청중의 동의나 동참을 얻기 위해서 하는 건지에 따라 사용하는 사례나, 시각 자료뿐만 아니라 말하는 내용과 방식 등 세부 사항이 달라지기 때문이다.

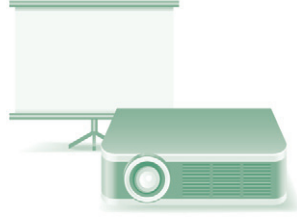
2) 청중

프레젠테이션 준비 단계에서 청중을 파악하고 분석하는 것은 좋은 프레젠테이션을 하기 위한 전제 조건이다. 프레젠테이션의 실패 원인 중 한 가지는 청중이 누구인지 모르고 얘기를 시작하는 데 있다. 다시 말해서 프레젠테이션에 실패하는 발표자는 대개 자신이 하고 싶은 얘기를 자신이 하고 싶은 방식으로 말한다. 반면 프레젠테이션에 성공하는 발표자는 청중이 듣고 싶어 하는 얘기를 청중이 이해하고 기억할 수 있는 방식으로 전달한다.

청중은 프레젠테이션이 존재하는 근본적인 이유이다. 프레젠테이션의 궁극적인 목적은 청중의 마음을 움직이는 데 있기 때문이다. 따라서 청중의 연령, 성별, 종교, 교육 수준, 직업, 지위, 청중의 태도나 신념, 지식, 관심사 등을 미리 파악하는 것은 프레젠테이션을 기획하고 실행하는 데 결정적으로 방향을 제시하는 역할을 한다. 프레젠테이션의 내용이나 전달방법 만 달랑 놓고 보았을 때 그것이 설사 훌륭하다 하더라도 청중의 필요를 충족시키는 못하거나 청중의 마음을 움직이지 못했다면 아무 소용이 없다. 따라서 청중의 마음을 움직이고 싶은 프리젠테터라면 청중의 속성을 면밀하게 분석함으로써 프리젠테터 중심의 관점이 아니라 청중 중심의 관점에서 프레젠테이션의 내용을 구성하고 실행해야 할 것이다.

3) 장소

발표장의 크기, 청중의 규모, 좌석 배치 상황과 더불어 연단, 마이크, 빔프로젝터, 컴퓨터, 칠판, 필기구 유무, 위치 및 작동 여부 등 상황적 또는 맥락적 요인들을 분석하는 것 역시 프레젠테이션을 통해서 이루고자 하는 목적에 다가가기 위해 반드시 필요한 과정에 속한다. 프



리젠터가 의도했던 물리적 환경이 조성되어 있지 않으면 무척 당황하게 된다. 따라서 가능하면 발표장을 미리 답사하거나 조금 일찍 도착해서 발표장의 상황을 미리 점검하는 것이 좋다. 특히 발표 현장을 미리 점검하는 것은 기술적인 문제에 대비하는 목적도 있다.

마이크로소프트사의 빌게이츠 회장이 컴덱스 전시회에서 Window Vista에 대해서 기조연설을 할 때 중간에 컴퓨터가 불안정해져서 셔트다운 된 일화는 발표 전에 기자재를 철저하게 점검하는 것이 얼마나 중요한지를 일깨워 준다. 또한 프레젠테이션의 귀재라는 별칭이 붙은 애플사의 최고경영자 스티브 잡스의 경우 프레젠테이션할 때 서는 위치, 조명과의 각도, 단상에서 움직일 때의 방향과 보폭은 물론이고 정전이 되었을 때의 대처법까지 염두에 두고 실제 발표장에서 리허설 과정을 통해서 충분히 연습하고 대비하는 것으로 잘 알려져 있다.

2. 프리젠티어 자기 점검

손자병법에 '지피지기백전불태'라는 말이 있듯이 성공적인 프레젠테이션이 되기 위해서는 청중, 목적, 발표장과 같은 상황에 대한 분석과 함께 프리젠티어 자신에 대해 점검할 필요가 있다. 내용을 전달하는 것이 능사가 아니라 이에 앞서 내용을 전달하는 프리젠티어가 청중에게 얼마나 자신감 있는 모습으로, 그리고 더 나아가서 믿을만한 사람으로 비쳐지는지를 스스로 돌아보는 것은 청중과 소통하기 위한 첫 걸음이다. 똑같은 내용이지만 누가 프레젠테이션을 하느냐에 따라 설득력에 있어 크게 차이가 나는 것을 보면 자기 점검의 중요성을 잘 알 수 있다. 특히 발표불안증을 극복하고 공신력을 확보하는 것이 프리젠티어에게 매우 중요하다.

1) 발표불안증

많은 사람들 앞에서 말하는 일은 누구에게나 부담되는 일이다. 자신의 언행이 그대로 많은 사람들에게 노출된다는 점에서 긴장감과 두려움을 불러일으킬 수밖에 없다. 소위 이러한 발표불안증은 일반인뿐만 아니라 무대경험이 많은 전문가에게도 나타나는 것으로 알려져 있다. 몇십 년 동안 무대에 오른 경험이 있지만 아직도 무대에 오르기 전 가슴이 두근거리고, 손이 떨리고, 입이 마르는 등의 증상이 나타난다는 중견가수들이나 배우들의 고백을 들은 바 있다. 사실 최근 인기리에 방영되고 있는 중견가수들의 서바이벌 프로그램인 '나는 가수다'를 보면 이런 고백에 충분히 공감이 간다. 특히 이 프로그램은 가수들의 경연을 보고 청중평가단이 내린 결과에 따라 순위가 매겨지고 탈락자가 결정되기 때문에 가수들의 긴장감은 극도에 다다른다.

일반인이 프레젠테이션을 앞두고 또는 도중에 이러한 발표불안증을 경험하는 것은 지극히 자연스러운 현상이다. 프레젠테이션 경험의 횟수에 따라 발표불안증의 정도에서 차이가 있을 뿐 어느 누구도 발표불안증에서 완전히 자유로울 수는 없다. 남 앞에서 말할 기회가 많았던 학생은 분명히 남 앞에 나설 기회가 없었거나 적었던 학생에 비해서 훨씬 여유로운 모습을 보인다. 그러나 간과해서는 안 되는 또 한 가지 중요한

사실은 겉으로 매우 침착해 보여서 전혀 떨지 않은 것 같은 학생들도 다른 사람들의 눈에만 그렇게 보일뿐 본인은 속으로 매우 떨었다고 고백하는 경우가 많다는 것이다. 따라서 발표불안증을 자신만이 겪고 있는 문제가 아니라 모든 사람들이 자연스럽게 경험하는 현상으로 받아들이는 것이 중요하다.

특히 프레젠테이션이 그 결과에 따라 점수, 당락, 평가 등과 같이 프리젠티어 자신에게 많은 영향을 미칠 때 프리젠티어는 더욱 긴장할 수밖에 없다. 이것은 프레젠테이션의 중요성으로 인해 '잘 해야겠다'는 중압감과 강박감이 생겨서 나타나는 자연스러운 현상이다. 예를 들어 면접관 앞에 서면 평소에 아무리 배짱이 두둑하고 담력이 있는 학생이라도 떨 것이다. 대부분의 지원자들이 떠는 면접 상황에서 중요한 것은 떠느냐 안 떠느냐의 문제가 아니라 지원자가 준비한 바를 얼마나 최선을 다해서 진정성과 열정을 갖고 면접관에게 보여주느냐이다.

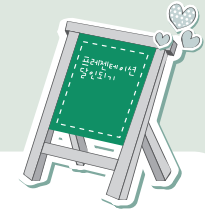
물론 발표불안증은 자신감이라는 문제와 밀접한 관련이 있기 때문에 꾸준한 연습과 경험을 통해서 발표불안증을 완화하려는 노력은 이어져야 한다. 발표불안증의 정도는 프레젠테이션의 준비 정도 및 연습량에 많은 영향을 받는다. 사전에 철저하게 준비를 하고 반복적으로 훈련을 한 프리젠티어는 자신감을 갖고 발표에 임하는 반면 준비가 부족하거나 연습을 많이 하지 못한 프리젠티어는 스스로 위축이 될 수밖에 없다. 연습할 때 가능하면 실제 발표 상황과 똑같이 큰 소리를 내서 말하고 가상의 청중과 아이컨택도 해보고 필요한 경우 제스처도 해보는 것이 좋다. 이러한 과정을 시간적 여유를 갖고 반복하다 보면 발표가 자연스럽게 몸에 배게 되어 실전에서 불안감은 훨씬 누그러진다.

2) 공신력

앞서 프레젠테이션의 목적이 정보제공에 있느냐 또는 설득에 있느냐에 따라 프레젠테이션을 정보제공 프레젠테이션과 설득 프레젠테이션으로 나누어 설명하였는데 정보제공의 목적이 결국 설명을 통해서 청중의 이해를 구하는 것에 있다면 이 또한 역시 넓은 의미의 설득으로 볼 수 있다. 다시 말해서 정보제공 프레젠테이션과 설득 프레젠테이션 모두 설득이 궁극적인 목적이다.

설득에 있어 발표 내용을 논리적으로 설명하는 것 못지않게 중요한 것이 바로 프리젠티어의 공신력이다. 즉 프리젠티어가 청중에게 믿어도 좋을 사람으로 비쳐야만 설득의 효과를 거둘 수 있다. 실제로 청중에게 믿음을 심어주는 프리젠티어가 있는가 하면 그렇지 못한 프리젠티어가 있다. 청중에게 믿음을 심어주지 못하는 프리젠티어는 아무리 뛰어난 말솜씨를 갖고 있다 할지라도 청중의 동의와 설득을 얻기 어려울 것이다.

청중은 편안해 보이면서도 자신감과 열정이 있어 보이는 연사를 신뢰한다. 진정성과 인간적인 매력이 느껴지는 프리젠티어를 신뢰하는 경향이 있다. 프레젠테이션의 논리와 체계에서 전문성이 드러나는 프리젠티어에 집중한다. 자신감, 열정, 매력, 진정성, 전문성 등과 같은 요소들이 바로 공신력과 매우 밀접한 관련이 있다.



"왜 나만 떠는 걸까?"

다른 사람들은 안 떨고 하는 거 같은데 유독 나만 떠는 거 같아요. 그런 생각이 들면 머릿속이 하해지고 청중이 이 사실을 알면 어쩌나 하는 생각에 온몸이 얼어붙는 느낌입니다. 어떻게 해야 하나요?

다년간 스피치와 프레젠테이션을 교육하면서 느꼈던 점 중에서 가장 안타까운 점은 많은 사람들이 자신만 유독 떠는 생각을 한다는 것이다. 이러한 잘못된 인식을 바꾸기 위해서 고안해 낸 방법이 프레젠테이션이 끝난 후에 서로의 느낌과 소감을 공유하는 시간을 갖는 것이다. 특히 청중이 보기에 전혀 긴장하지 않았던 프리젠테이터부터 프레젠테이션을 하는 동안 매우 긴장했다는 사실을 들으면 적지 않게 놀라워한다. 정도의 차이가 있을 뿐이고 청중에게 표가 나지 않았을 뿐이지 거의 대부분의 프리젠테이터들은 긴장한다. 중요한 것은 긴장감 속에서도 가능하면 청중이 눈치 채지 않게 자신이 준비한 것을 최선을 다해서 보여주는 것이다.

"청중은 왜 내 말귀를 못알아 듣죠?"

나름대로 열심히 준비해서 발표하는데도 불구하고 끝나고 나서 청중으로부터 '준비가 부족한 것 같다' 또는 '스스로 내용을 잘 알지 못하고 있는 거 같다' 등의 피드백을 들으면 너무 억울합니다. 어떻게 해야 하나요?

청중은 프레젠테이션의 요지를 이해하지 못할 때 자신을 탓하기 보다는 프리젠테이터를 탓한다. 따라서 프리젠테이터는 청중이 이해하고 기억할 수 있도록 논리와 체계, 표현 방식 모든 면에서 명쾌하게 제시하고 전달할 수 있어야 한다. 그러기 위해서는 필요한 것이 청중 분석이다. 내용 구성과 전달 방식을 철저하게 청중의 입장에서 기획하고 실천에 옮기고 또한 자신이 말하는 바를 청중이 명쾌하게 이해하기를 원한다면 먼저 프리젠테이터 스스로 그 내용을 명쾌하게 이해하고 있어야 한다.

"너무 떨려 죽을 거 같아요!"

제일 큰 고민이 발표불안증인데, 이를 극복하는 방법에 대해서 책마다 또는 사람마다 다르게 조언을 하는데 도대체 어떤 것을 믿어야 할지 모르겠습니다. 정말 도움이 되는 방법 좀 알려주세요?

발표불안증은 정도의 차이가 있을 뿐 누구에게 나타나는 자연스러운 현상이지만 경험이 부족하거나 경험이 있다 해도 준비가 잘 안 되어 있을 때 더욱 심해진다. 특히 과거에 발표에 대한 안 좋은 기억이나 실패한 경험이 있는 경우 자신감의 결여로 인해서 다시 대중 앞에 나서기를 꺼려한다. 아이가 걸음마를 배울 때 한 번 넘어졌다고 절대 포기하지 않는 것처럼 두려움을 극복하기 위한 유일한 방법은 두려운 것을 지속적으로 행하는 것이다. 넘어지면 일어나고, 또 넘어지면 일어나는 과정을 반복하다 보면 두려움은 점점 누그러진다.

"왜 내 말을 곧이듣지 않는 걸까?"

내용 구성이 아주 일목요연하면서도 논리적인데도 불구하고 청중이 제 말에 시큰둥한 반응을 보일 때가 있는데 무엇이 문제일까요? 청중에게 신뢰감을 주기 위해서는 어떤 점에 신경 써야 하나요?

신뢰감은 '프리젠테이터가 청중에게 얼마나 믿음만한 사람으로 비쳐지는가' 라는 공신력이라는 개념과 밀접한 관련이 있는데 공신력을 구성하는 요소로는 전문성, 진정성, 열정이 있다. 주제와 내용에 대해서 전문적인 지식을 가지고 있는 것만으로 공신력을 확보하는데 충분하지 않다. 전하고자 하는 내용에 대한 전문성이 담보된 상태에서 스스로 내용에 대한 확신을 갖고 열정과 자신감 있는 모습으로 청중을 배려하고 청중과 소통하고자 하는 진정성이 느껴지도록 하는 것이 중요하다. 그러기 위해서 체계와 논리, 언어적 및 비언어적 표현 역시 청중에게 명쾌하게 전달될 수 있도록 신경 써야 한다.



프레젠테이션 사전 준비 체크리스트

프레젠테이션 준비 단계에서 스스로에게 다음과 같은 질문을 해 보십시오.

- 주제:
- 목적:
- 날짜 및 소요 시간:
- 장소 및 공간 구조:
- 청중에 대한 정보(규모, 연령, 성별, 지식수준 등):

상황 분석 자기 점검	1. 프레젠테이션의 주제는 분명한가?
	2. 프레젠테이션의 목적을 정했는가?
	3. 청중의 인구학적 특성(규모, 연령, 성별, 학력, 직업 등)을 파악했는가?
	4. 청중의 심리적 특성(욕구, 신념, 관심도, 호감도 등)을 파악했는가?
	5. 발표 장소, 시간, 순서를 알고 있는가?
	6. 발표장의 형태(크기, 의자 배치, 연단 위치)를 점검했는가?
	7. 청중이 흥미를 가지거나 중요하게 생각하는 주제인가?
	8. 프리젠티어 스스로 주제에 대해서 잘 알고 있거나 확신이 있는가?
	9. 발표불안증에 대비해서 철저한 준비를 했는가?
	10. 프리젠티어 스스로 청중에게 신뢰감을 준다고 생각하는가?

Step 02

프레젠테이션 내용 구성

청중의 귀는 ~ 쫓긋!!



학습 목표

내용을 이해하고 기억하기 쉽게 구성하기

프레젠테이션을 위한 사전 준비 단계 후에 이어지는 내용 구성 단계는 전반적인 자료 조사와 함께 핵심 메시지를 구축한 후 요점과 세부 내용들을 개발하고 배열하는 단계이다.

1. 3단 구성

1) 흥미로운 오프닝멘트를 준비하라

서론은 핵심 메시지를 담고 있는 본문에 청중이 잘 집중하고 이해할 수 있도록 준비시키는 과정이다. 청중에게 마음의 준비를 시키기 위한 방법으로는 청중의 관심을 끌고, 청중의 호감을 사고, 청중에게 프레젠테이션의 방향을 제시하는 방법이 있다.

청중의 관심을 끄는 방법으로 흔히 프레젠테이션의 내용과 관련해서 청중에게 질문을 건네서 궁금증을 자극하면서 이어지는 프레젠테이션을 통해서 이에 대한 명쾌한 해답을 듣게 될 거라는 기대감을 갖게 하거나, 재미있거나 충격적인 이야기를 들려주어서 흥미를 불러일으키는 방법이 있다. 청중의 필요를 파악하기 위해 반드시 청중에게 질문을 해야 하는 것은 아니고 상황에 따라서 사전에 청중을 분석한 결과를 토대로 해서 청중의 욕구를 자극할 수 있다.



중요한 것은 프레젠테이션이 청중을 위해 준비된 것이며 청중의 필요에 맞추었다는 것을, 그리고 프리젠테이션은 청중의 필요에 관심이 있다는 것을 서론에서 보여주는 것이다. 그러면 청중은 자연스럽게 프레젠테이션에 빠져들게 될 것이다. 서론에서 청중과의 연관성이 없이 프리젠테이션 자신 또는 프리젠테이션 소속된 조직, 또는 프레젠테이션 내용에 대해 장황하게 얘기를 늘어놓는 것은 좋은 방법이 아니다. 청중은 자신과 관련이 있을 때에만 내용에 흥미를 느낀다.

청중의 호감을 사는 일은 칭찬하거나 감사의 말을 전함으로써 청중의 자존감을 높혀 주고 프리젠테이션과 청중과의 인연이나 공통점을 언급함으로써 공감대를 이끌어내는 것으로 가능하다. 서론에서 호감을 사기 위해 노력해야 하는 이유는 일반적으로 첫 인상이 대인 관계에 많은 영향을 미치는 것과 같은 맥락에서 이해할 수 있다. 특히 프리젠테이션의 첫 만남인 경우 청중은 프리젠테이션에게 다소 경계심을 갖기 마련인데 이때 청중의 호감을 산다면 청중은 프리젠테이션을 다른 편이 아닌 같은 편으로 느끼게 된다. 경계심을 허물고 동질감을 불러일으키는 데 유머 역시 큰 도움이 된다. 유머와 함께 전달된 메시지는 청중에게 훨씬 잘 기억된다는 또 다른 장점도 있으니 서론에서 유머를 활용하는 것은 여러 가지 면에서 매우 효과적인 방법이다.

언어적 표현 이외에 호감을 사는 데 중요한 역할을 하는 것이 비언어적 표현이다. 미소를 띤 표정을 짓고, 단정한 옷차림을 하고, 예의 있게 행동하고, 청중을 바라보면서 말한다면 호감도는 당연히 높아질 것이다.

청중에게 프레젠테이션의 방향을 제시한다는 것은 서론에서 본론의 주제를 예고하고 요점을 간단히 언급하는 것을 의미한다. 이로써 청중은 본론의 주요 내용에 대한 오리엔테이션이 되어 있는 상태에서 프레젠테이션의 내용에 집중할 수 있게 된다.

주제를 언급할 때 주제 선정 배경이나 이유를 연사의 전문성 또는 준비성과 관련지어 설명한다면 연사의 공신력을 확보할 수 있다. 공신력은 연사를 믿을만한 사람으로 보이게 할뿐만 아니라 더 나아가서 정보에 대해 신뢰감으로 이어질 수 있기 때문에 서론에서 공신력을 확보하는 것은 매우 중요하다.

2) 본론의 요점들은 5개 이내로 다뤄라

뛰어난 유머 감각을 가진 소설가 마크 트웨인이 누군가에게 보내는 편지에 쓴 “짧게 쓸 시간이 없어서 길게 씁니다”라는 말은 언뜻 들으면 이해가 가지 않을 수도 있다. 그러나 준비한 1시간짜리 내용을 3분으로 요약해서 보고하라는 지시가 떨어졌다고 가정한다면 누구나 마크 트웨인의 말에 전적으로 공감하게 될 것이다.

프레젠테이션에 실패하는 이유 중 하나는 준비한 것을 프레젠테이션에서 다 보여주려는 욕심에 있다. 이런 경우 대개 방대한 자료를 나열하는 프레젠테이션으로 끝날 가능성이 높다. 방대한 자료를 보여주는 것이 목적이려면 보고서나 레포트로 대신해도 무방할 것이다.

청중이 프레젠테이션에 참석해서 면대면으로 발표를 듣는 것은 프리젠테이션으로부터 우선 순위의 메시지가 무엇인지 알고 싶을 뿐만 아니라 그리고 그 메시지를 분명하면서도 생동감 있게 전달받기 원하기 때문이다. 의사소통은 프리젠테이션이 청중을 향해 말을 한다고 해서 저절로 이루어지는 것이 아니라 청중이 듣고, 이해하고, 기억할 때 비로소 이루어진다는 점을 기억해야 한다.

본론에서 전달하고자 하는 핵심 메시지를 몇 개의 요점으로 나누는 작업은 본론의 뼈대를 세우는 것과 같다. 요점을 나눈 후에는 각각의 요점을 이를 뒷받침하거나 부연설명해 주는 근거와 함께 제시하면 된다. 몇 개의 요점으로 나눌 것인지는 청중의 기억력과 밀접한 관련이 있다. 물론 개인에 따라 차이가 있겠지만 연구 결과에 따르면 일반적으로 요점이 5개를 넘어서면 청중은 그것을 잘 기억하지 못하는 것으로 나타났다. 가장 좋은 것은 2-3개이지만 불가피한 경우 최대 5개를 넘지 않는 것이 좋다.

정보의 중요성에 따른 우선순위를 고려해서 2-5개의 요점을 결정한 후에는 요점을 하나씩 들어 사례나 통계, 인용 등과 같은 자료 및 근거와 함께 전달한다. 내용 상 필요하지만 시간적 제약 때문에 프레젠테이션에서 다 다루지 못할 경우에는 차라리 전달하지 못하는 나머지 내용은 핸드아웃에 담아서 별도로 청중에게 전달하는 것이 훨씬 효과적이다.

특히 3이라는 숫자는 프레젠테이션에서 아주 이상적인 숫자로 평가된다. 스티브 잡스는 스탠포드대학교 졸업식 축사에서 “오늘 저는 여러분께 제가 살아오면서 겪었던 세 가지 이야기를 해볼까 합니다.”라고 말문을 열면서 세 가지의 요점으로 나누어 내용

을 구성하였다. 첫 번째는 인생의 전환점에 관한 이야기이고 두 번째는 사랑과 상실에 대해 그리고 마지막은 죽음에 관한 이야기를 통해서 청중에게 일목요연하게 자신의 생각을 차분하게 전달하였다.

3) 인상적인 클로징멘트를 남겨라

프레젠테이션의 클로징멘트는 본문에서 주장했던 주요 메시지를 청중에게 다시 한번 각인시켜서 청중의 사고나 행동의 변화로 이어질 수 있도록 촉구하는 역할을 해야 한다. 보통 마무리 기법으로 이미 거론된 내용들 중에서 주요 내용들을 단순히 요약하고 정리하는 방법을 사용하는데 이것은 가장 무난한 방법이지만 깊은 여운을 남기고 청중의 변화를 유도하기에는 미약하다.

결언에서 청중에게 강한 인상을 심어주는 방법으로는 주요 메시지의 핵심을 집약적으로 잘 드러낼 수 있는 이야기를 들려주거나, 속담, 격언, 경구, 광고카피 또는 책이나 시의 일부 글귀를 인용하거나 유명하거나 권위 있는 사람의 말을 인용하는 방법이 효과적이다. 이야기를 하든 인용을 하든 주의할 점은 간결하고 명쾌해야 한다는 것이다. 이야기나 인용 기법을 사용하면서 설명이 장황해지면 청중에게 강한 인상을 남기기 어렵다. 스티브 잡스는 스탠포드대학교 졸업식 축사를 스튜어트 브랜드가 쓴 책 <지구 안내서>에 나오는 “근성을 가지고 우직하게 나아가라” (Stay hungry, Stay foolish)라는 글귀를 인용하면서 마무리함으로써 깊은 여운을 남겼다.

인용을 하거나 이야기를 들려주면서 청중에게 특정 행동을 실천하게끔 촉구하기 위해 프리젠테이션의 결심이나 소망을 말하거나(“~ 하기를 바랍니다”) 청중에게 직접적으로 호소를 할 수도 있다(“~ 해 주십시오”).

무엇보다도 클로징멘트를 포함해서 결론은 절대로 길게 하지 않는 것이 중요하다. 특히 새로운 주장을 제시해서 새로운 논의를 진행하는 것 같은 인상을 주는 것은 청중에게 큰 부담이 된다. 오래 기억하고 음미할 수 있도록 짧고 강렬하게 마무리하기 위해서는 결론에 대한 준비가 사전에 충분히 이루어져야 한다. 이와 함께 예정 시간을 넘겨서 프레젠테이션을 진행하는 일이 없도록 해야 한다. 예정 시간은 청중과 사전에 정한 약속이기 때문이다.

2. 세부 내용

1) 설명의 기법

아이디어가 어떤 대상이나 개념 또는 사건의 속성이나 특징을 서술하는 정보제공적 성격을 띠 경우 이를 보다 청중에게 명확하게 설명하기 위해서는 세부 내용을 제시하면서 청중의 이해를 도와 줘야 한다. 이를 위해 정의, 묘사, 분석, 시연 등과 같이 다양한 설명의 기법을 이용할 수 있다.

정의는 특히 어렵고 낯선 개념일 경우 그것이 무엇을 의미하는지를 설명할 때 사용된다. 이 때 추상적인 개념으로 설명하기 보다는 명확하고 구체적인 언어를 사용해서 설명하는 것이 더 효과적이다. 둘 이상의 대상을 견주어서 공통점이나 비슷한 점을 중심으로 비교하거나 또는 차이점을 중심으로 대조할 수도 있고 또는 구체적인 예를 들어 설명하는 예시를 활용할 수도 있다.

묘사는 구체적인 대상에 대한 프리젠테이션의 주관적인 느낌이나 인상을 그림을 그리듯이 설명하는 방식이다. 대상에서 받은 느낌이나 인상을 충실하게 표현해야 하기 때문에 묘사는 구체성과 감각성을 특징으로 한다. 프리젠테이션 대상으로부터 받은 인상을 청중도 동일하게 받게 하거나, 상상적으로 똑같이 체험하게 할 목적으로 사용된다. 첫 키스를 설명하면서 “마치 신선하고 달콤새콤한 오렌지 향내를 맡을 때와 같이 눈에는 눈물이 고이고 혀 밑에는 침이 고였다” 라고 묘사한다면 그 느낌이 감각적으로 청중에게 전해질 수 있을 것이다.

분석은 복잡한 현상이나 대상 또는 개념을, 그것을 구성하는 요소나 부분들로 나누어 설명하는 방법으로 특히 구성요소들이 유기적으로 결합하여 전체를 이루고 있는 대상을 설명할 때 효과적이다. 예를 들면 안락사에는 소극적 안락사와 적극적 안락사가 있다고 설명하는 것이 분석의 한 방법이다.

시연은 어떤 생각이나 아이디어를 시연해 보이면서 그 내용을 설명하는 기법이다. 동작을 시연해 보이는 것뿐만 아니라 소품, 그림, 파워포인트 등과 같은 시각자료를 활용하는 것 모두 시연에 속한다. 백문이불여일견이라는 말과 같이 백번 듣는 것보다 한번 보는 것은 청중의 이해력에 도움을 주고 흥미를 강하게 유발한다는 점에서 매우 효과적이다. 스티브잡스는 아이팟이 작다는 것을 설명하기 위해서 실제로 자신이 입고

있는 청바지 호주머니에서, 맥북이 얇다는 것을 설명하기 위해서 준비해 온 서류 봉투에서 꺼내 보임으로써 청중에게 강한 인상을 심어주었다.

2) 입증 자료

프리젠테가 제기한 주장에 청중이 동의하거나 확신하게 하고 나아가 행동하게끔 하기 위해서는 그 주장을 여러 논거를 통해 증명해 보여야 한다. 또한 의견이 엇갈리고 다투는 문제에 대한 자신의 견해를 남에게 설득하려면, 자신의 견해가 왜 옳은지 그 이유를 자세히 밝혀야 한다. 이처럼 주장의 당위성을 증명하는 과정을 입증이라고 한다. 즉 주장을 뒷받침하는 근거를 제시한 것을 의미한다.

주장을 뒷받침할 수 있는 근거를 제시하지 않으면 프리젠테의 의견에 불과할 뿐 청중으로부터 정당성이나 타당성을 인정받기 어려울 것이다. 자기의 주장을 효과적으로 입증하게 위해서 보통 사실, 사례, 통계, 증언, 가치관 등 다양한 형태의 자료를 사용한다.

사실이란 실제로 일어났던 일이나 현재 있는 일을 가리키고, 사례는 어떤 일이 실제로 일어났던 것을 보여주는 예를 지칭한다. 사실과 사례는 논리적인 일반화를 통해서 결론을 유도할 때 근거로 많이 사용된다. 또한 통계는 각종 조사를 통해서 얻은 수치화된 자료로 어떤 현상을 종합적으로 한 눈에 알아보기 쉽게 나타낸다는 점에서 극적인 효과를 주기도 하고 숫자의 특성상 객관적이고 신뢰할 만하다는 인상을 준다는 장점이 있다. 증언에는 전문가의 의견뿐만 아니라 일반인의 의견도 포함되지만 청중도 알고 있거나 신뢰할 만한 사람이나 출처의 증언일 때 청중이 그것을 증거로 채택할 확률이 높아진다. 가치관은 어떤 대상에 대해서 옳은 것, 바람직한 것, 해야 할 것 또는 하지 말아야 할 것 등에 관한 일반적인 생각을 말하는데 청중이 공유하고 동의할 수 있는 보편적 가치관을 근거로 사용할 때 설득력이 생긴다.



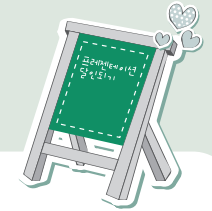
3. 스토리텔링

예나 지금이나 사람들은 누구나 이야기 듣기를 좋아하고 하기를 좋아한다. 이야기에 사람들은 울리고, 웃기고, 감동을 주는 등 사람의 마음을 움직이게 하는 강력한 힘이 있다. 이런 이유 때문인지 TV광고와 마케팅, 신문기사 등에서는 사실에 입각한 논리적 설득보다는 이야기를 통해서 상대방에 호소하는 감성적 설득을 쉽게 찾아 볼 수 있다.

연설이나 프레젠테이션에서도 역시 이야기는 청중의 마음을 움직이는 설득의 도구로 자주 사용된다. 이야기의 내용은 누구라도 공감할 수 있을 정도로 인간의 욕망과 밀접하게 관련이 있기 때문에 청중은 이야기에 몰입하게 되고 그것을 잘 기억하게 된다. 프레젠테이션의 목적은 청중이 주요 메시지를 쉽게 이해하고 기억해서 그 메시지에 따라 행동하는 데 있는 만큼 이런 점에서 볼 때 이야기는 청중에게 가장 효과적인 기억 장치임에 틀림없다. 따라서 청중이 프레젠테이션의 주요 메시지를 기억해 주기를 바란다면 이야기를 이용하는 것은 매우 효과적인 방법이다.

프레젠테이션 할 때 사실과 자료를 단순히 열거하는 것으로 청중이 이해하고 기억해 줄 것이라고 기대한다면 이것은 큰 착각이다. 청중은 나름의 전후 사정을 알고 자연스럽게 형성되는 맥락 속에서 드러나는 이야기에 빠져드는 경향이 있기 때문에 사실과 자료 그 자체보다는 사실과 자료를 뒷받침하는 이야기를 들려줄 때 그 이야기 속에 숨은 메시지를 더 잘 기억한다.

최근에 한 기업의 직원채용공고문에 게재된 '당신의 스펙이 아니라 당신의 스토리가 궁금합니다' 라는 제목이 무척 인상적이었다. 이 제목에서 면접관들이 원하는 것 역시 사실 중심의 정보가 아니라 그들의 이야기이라는 것을 알 수 있다. 이처럼 이야기는 나를 표현하고 나의 가치를 드러낼 수 있는 가장 효과적인 의사소통 방식으로 자리매김하고 있다.



"무슨 말로 시작해야 하지?"

프레젠테이션을 할 때 마다 느끼는 문제인데 프레젠테이션의 첫 마디를 어떻게 꺼내야 할지 늘 고민입니다. 그 방법 좀 가르쳐 주세요.

프레젠테이션의 첫 마디에서 청중에게 '내가 왜 이 프레젠테이션에 관심을 가져야 하는가' 라는 가장 중요한 질문에 답할 수 있으면 성공적이다. 누구나 자신에게 이익이 되는 일에 주목하기 마련이다. 예를 들어 노트북을 사기 위해 매장을 찾은 고객에게 코어2듀오가 장착된 노트북을 설명하면서 '이것은 동시에 데이터를 처리하는 고성능 엔진을 2개나 갖고 있습니다' 라고 사실에 입각해서 말하는 것보다는 '코어2듀오가 장착되어 있다는 것은 컴퓨터에 두 개의 뇌가 있는 것 같아서 동시에 여러 개의 프로그램을 작동시켜도, 예를 들면 바이러스 검사를 하면서 음악을 다운받아도 속도가 전혀 느려지지 않습니다' 라고 설명하는 것이 청중의 관심을 끄는 것은 당연하다. 이처럼 청중이 프레젠테이션에 관심을 가져야 하는 이유를 청중에게 돌아갈 이익과 혜택을 분명히 제시하면서 설명하는 것은 매우 효과적인 방법이다.

"할 얘긴 많은데 늘 시간에 쫓겨요!"

프레젠테이션을 할 때 준비한 것에 비해서 항상 시간이 부족하다는 생각이 들어서 많은 아쉬움이 납니다. 가능하면 준비한 관련 자료와 내용을 다 보여 주는 것이 청중에게 좋은 인상을 주지 않나요?

프레젠테이션에 실패하는 이유 중 한 가지는 성의점수라도 딸 요량으로 준비한 모든 것을 다 보여주려는 데 있다. 공적인 상황에서 행해지는 프레젠테이션은 한정된 시간 안에 마쳐야 하기 때문에 그만큼 철저한 준비와 전략이 요구된다. 강조점이 없이 너무 많은 것을 단순히 나열하는 프레젠테이션은 청중에게 아무 의미가 없다. 프레젠테이션의 완성은 더 이상 보탬이 없는 상태가 아니라 더 이상 뺄 수 없는 상태임을 명심하자. 핵심

적인 메시지를 제외한 모든 것은 과감하게 없애고 핵심적인 메시지를 잘 가공해서 전달하는 것이 핵심이다. 시간적 제약 때문에 프레젠테이션에 담지는 못했지만 청중에게 좀 더 부연설명이 필요한 내용은 별도로 유인물에 작성해서 청중에게 주는 것이 낫다.

"통계는 늘 강력한 설득 도구인가요?"

객관적인 증거인 통계는 어느 정도 그리고 어떻게 사용해야 효과적일까요?

통계자료는 오점을 정확하게 수량화해서 보여준다는 장점이 있지만 너무 자주 사용하면 청중에게 큰 부담을 준다. 통계 역시 다른 증거들과 마찬가지로 청중의 이해를 도울 때 비로소 가치가 있다. 따라서 꼭 필요한 경우에만 사용하되 숫자가 갖는 의미를 청중이 이해하기 쉽게 설명해야 한다. 청중에게 중요한 것은 숫자 자체가 아니라 숫자가 의미하거나 증명하는 것이 무엇인가이다. 숫자에 의미를 부여하는 방법으로 숫자를 청중에게 친숙한 대상과 연결시켜서 설명하는 방법은 매우 효과적이다. 스티브잡스는 아이팟의 저장용량을 설명하면서 일반인에게 의미 없는 5GB라는 숫자 대신 1000곡을 담을 수 있다고 설명하였다. 이처럼 청중에게 생생한 내용으로 숫자에 옷을 입히면 설득력이 높아진다.



프레젠테이션 내용 구성 체크리스트

프레젠테이션 내용 구성 단계에서 스스로에게 다음과 같은 질문을 해 보십시오.

- 요점 1
(세부 내용:)
- 요점 2
(세부 내용:)
- 요점 3
(세부 내용:)
- 요점 4
(세부 내용:)
- 요점 5
(세부 내용:)

3단 구성
세부 내용
스토리텔링

1. 오프닝멘트는 주의를 환기하게끔 잘 구성되어 있는가?
2. 주제와 요점은 명확한가?
3. 내용들이 서로 유기적으로 구성되어 있는가?
4. 다양한 세부 내용(자료)을 준비했는가?
5. 논리적 근거는 명확하고 타당한가?
6. 증거의 출처가 공신력이 있는가?
7. 키워드를 반복하는가?
8. 비유나 미사여구 등 수사적 표현에도 신경을 썼는가?
9. 스토리텔링을 준비했는가?
10. 기억에 남는 클로징멘트를 준비하였는가?

Step 03

프레젠테이션 내용 구성

청중의
눈은 ~ 번쩍!!



학습 목표

청중과 호흡을 하면서 말하기

사전 준비 단계에서 상황과 프리젠테이션 자신에 대한 점검을 하고 이를 바탕으로 해서 내용 구성 단계에서 메시지를 개발하고 배열하였다면 이제 마지막 전달 단계에서는 어떻게 비언어적 수단을 효과적으로 활용하면서 청중과 교감을 나누고 상호작용을 활발하게 할 것인지를 다룰 것이다. 프레젠테이션을 실행할 때 가장 중요한 것은 프리젠테이션이 청중에 초점을 맞추고 있다는 것을 보여 주고 알려 주는 것이다. 보다 정확하게 말하면 청중이 프리젠테이션 자신들에게 집중하고 있다는 것을 느끼게 해야 한다.

1. 비언어

1) 자세

프레젠테이션을 할 때 기본자세는 체중을 양발에 균등히 준 상태에서 두 발은 어깨 넓이로 벌리고 가슴은 펴고 고개는 정면을 향하게 한 채 서는 것이다. 프레젠테이션 상황 상 가능하다면 기본자세에서 변화를 주는 것이 좋다. 바닥위에 가로 세로 1미터짜리 상자 안에서 있다고 상상하고 이 공간 내에서 말하면서 걸어볼 것을 권장한다. 속으로는 긴장감 때문에 몸이 떨고 있다 하더라도 앞뒤좌우로 몇 발자국씩 걸음을 옮기는 프리젠테이션의 모습에서 청중은 편안함과 자신감을 느낄 것이다.

프리젠테이션 연설대에 기대어 서있거나 슬라이드나 벽에 바짝 붙어 서있는 등 몸

이 뻗뻗하게 굳은 상태로 시종일관 한 가지 자세를 고수하면 자신감도 없어 보이고 여유도 없어 보인다. 연설대나 슬라이드에서 조금 떨어져 서있는 것만으로도 훨씬 편안하게 보인다. 특히 파워포인트를 활용해서 발표할 때 슬라이드에 바짝 서있는 경우가 있는데 이것은 프리젠테이션이 긴장을 하고 있다는 것을 의미한다. 청중으로부터 자신의 몸을 숨기려고 하기보다는 청중에게 좀 더 다가가는 모습을 보일 필요가 있다.

자세에 변화를 주는 것은 연사를 자신감 있게 보이게 할뿐만 아니라 청중에게는 집중력을 불러일으키는 효과가 있다. 이따금 주의환기를 위해서 연설대에서 완전히 벗어나 프리젠테이션의 전신을 청중에게 드러낼 수도 있다. 또는 청중에게 가까이 다가가서 말을 건넬 수도 있는데 이것은 주의환기는 물론 청중과의 친밀감 조성에도 도움이 된다. 물론 지나치게 자주 자세에 변화를 주면 오히려 산만하게 보일 수 있지만 이 점만 주의한다면 가만히 서 있는 자세보다는 훨씬 낫다.

2) 제스처

많은 발표자들은 발표하는 동안 손을 어떻게 처리해야 몰라서 어려움을 호소한다. 종종 손을 앞으로 맞잡거나 주머니에 손을 집어넣거나 뒷짐을 지거나 팔짱을 낀 연사를 보게 된다. 또는 두 손을 문지르거나 반지를 만지작거리거나 머리카락, 코, 입 주위를 만지는 등 불필요한 동작을 하기도 한다. 이 모든 동작들은 연사가 상당히 긴장해 있다는 사실을 보여주는 징표로서 프레젠테이션할 때 적어도 하지 말아야 할 동작이다.

특히 앞으로 손을 맞잡는 자세는 소심해 보이고 주머니 안에 손을 집어넣거나 팔짱끼거나 뒷짐을 지는 자세를 하면 건방져 보일 수 있으니 이런 자세들은 피하는 것이 좋다. 또한 두 손을 문지르거나 반지를 만지작거리거나 머리, 코, 입 주위를 만지는 동작이 반복적으로 나타나면 산만함을 야기해서 청중이 프레젠테이션에 집중하지 못하게 하는 문제점이 있다.

프레젠테이션할 때 가장 좋은 것은 평소 좋아하는 친구에게 말할 때처럼 자연스럽게 손동작을 하는 것이다. 전문 연사나 정치지도자들을 벤치마킹하는 것도 한 가지 방법이겠지만 굳이 그렇게 하지 않더라도 평소 대화하듯이 얼굴과 눈썹, 목, 어깨 등을 움직이면서 함께 제스처를 사용하다 보면 자연스럽게 몸에 밸 것이다. 특히 내용이나 상

황에 맞는 감정을 얼굴표정에 실으면서 제스처를 사용하면 청중의 이해도뿐만 아니라 몰입도도 높아지는 효과가 있다.

발표경험이 부족한 프리젠테이션의 경우 두 손에 아무 것도 들려있지 않으면 불필요하거나 좋지 않은 손동작을 하게 될 가능성이 훨씬 높다. 이 때 많은 도움이 되는 것이 큐카드이다. 한쪽 손에 큐카드를 들고 있는 것만으로도 다른 한쪽의 손을 처리하기가 쉽다. 큐카드가 없는 손으로는 제스처를 하거나 레이저 포인터를 작동하는 식으로 손처리를 한다면 안정감과 신뢰감을 보여줄 수 있다.

3) 시선

눈은 소통의 가장 강력한 도구이다. 가능하면 발표장을 골고루 보면서 청중 한사람 한사람과 눈을 마주치는 것이 가장 효과적이다. 크기나 상황에 따라 다르겠지만 예를 들면 발표장을 크게 6등분으로 나눠서 구획들을 번갈아 바라보면서 한 사람에게 4-6초 정도 또는 한 문장을 말하는 동안 시선을 마주치는 것이다. 그러나 프레젠테이션 경험이 많지 않은 사람들이 처음부터 이렇게 시선 처리를 하는 것은 쉽지 않을 것이다.

적어도 해서는 안 되는 것부터 설명하자면 벽이나 바닥, 시계, 창밖 또는 청중들의 머리 뒷부분만은 쳐다보지 않도록 하는 것이다. 이런 모습에서는 청중과 소통하고자 하는 연사의 의지를 전혀 읽을 수 없기 때문에 반드시 피해야 한다.

특히 발표불안증이 있는 사람들은 청중의 눈을 마주치는 것을 무척 두려워한다. 청중을 쳐다보지 않으면 오히려 덜 떨린다는 것이 그들이 내세우는 이유이다. 그러나 분명한 것은 매번 이런 식으로 발표를 하면 아무런 발전도 기대할 수 없다는 것이다. 발표자와 청중의 교감은 상당 부분 눈맞춤을 통해서 이루어진다. 발표자는 청중의 눈빛에서 많은 메시지를 읽어낼 수 있으며, 청중 역시 연사의 눈빛에서 많은 메시지를 읽어낼 수 있다. 눈맞춤의 과정에서 메시지 전달과 함께 정서적 교감도 함께 이루어지면서 자연스럽게 연사와 청중간의 유대감이 생겨난다. 이러한 유대감은 안정적인 발표를 가능하게 한다.

청중을 바라본다는 것은 청중을 존중한다는 의미이다. 연사가 청중을 바라보면 청중 역시 연사에게 시선을 줄 것이다. 반대로 연사가 청중을 쳐다보지 않으면 청중 역시

연사를 바라보지 않을 것이다. 그러면 청중은 자연스럽게 연사의 말에 집중하지 않을 것이고 호응을 이끌어내기가 쉽지 않을 것이다. 따라서 시선의 사각지대가 생기지 않도록 발표장 곳곳을 바라보려고 노력하는 것이 중요하다. 처음에는 발표장의 좌측, 우측, 중앙쯤에서 각각 청중을 한명씩 정해서 두 서명에게 시선을 주는 것으로부터 시작해서 시간이 지나면 또는 여유가 생기면 눈맞춤하는 청중의 수를 점점 늘려 가는 것이 시선처리를 단계적으로 개선해 나가는 방법이다.

4) 말투

프레젠테이션이 비록 공적인 상황이라 하더라도 말투는 청중 한 사람 한 사람에게 말하듯이 대화체 말투를 구사하는 것이 좋다. 누군가 원고를 그대로 읽거나 톤의 변화 없이 딱딱한 말투로 말을 할 때 여러분은 비록 3-5분 정도 밖에 안 되는 프레젠테이션이라도 엄청 지루하다고 느껴 본 적이 있을 것이다.

특히 청중의 규모가 크면 더 격식 있게 보이려고 더욱더 단조로운 목소리로 말하는 경우가 종종 있는데 이것은 잘못된 생각이다. 청중의 규모에 상관없이 어떠한 상황에서든지 프레젠테이션을 할 때에는 청중 개개인이 프리젠티어가 자기에게 말을 건네고 있다고 느낄 수 있도록 부드럽고 친근한 대화체를 사용하려고 노력해야 한다. 대화체를 사용하면 청중과 교감을 나누면서 이야기한다는 인상을 주어 청중에게 호감을 준다. 그렇다고 해서 '해요체'를 사용한다든가 말끝을 흐린다든가 비문을 사용해도 된다는 뜻은 아니다. 채팅 용어나 은어, 속어 역시 당연히 공식 상황인 프레젠테이션에서 적절하지 않다. 청중과 상황에 적절한 언어적 표현을 구사하되 너무 격식을 차리기 보다는 생기 넘치고 자연스럽게 일상적인 말투를 유지하는 것이 좋다.

2. 큐카드

프레젠테이션을 할 때 준비한 내용을 빠뜨리지 않고 말해야 한다는 중압감 때문에 어떤 프리젠티어는 대본을 들고 나가서 읽기도 하고 어떤 프리젠티어는 암기해서 그대로 전달하기도 한다. 그러나 이러한 방법은 바람직한 해결책이 아니다. 대본을 읽으면 음량

과 속도가 일정해지면서 말투가 단조로워지며, 청중과 눈을 마주치지 않기 때문에 청중과의 상호작용이 이루어지지 않는다는 문제점이 있다. 또한 암기할 경우 앞으로 해야 할 말에만 신경 쓴 나머지 얼굴에 표정이 사라질 것이며, 머릿속에 있는 텔레프롬프터를 보고 읽는 것과 같아서 단조로운 말투와 초점을 잃은 시선처리 등의 문제점도 노출된다.

프레젠테이션의 중요한 키워드나 어구를 개요 형식으로 작성한 큐카드를 작성해서 이를 활용하면 대본을 읽거나 암기했을 때 나타나는 여러 가지 부작용들을 해결하면서 내용을 잊어버릴지 모른다는 불안감에서 벗어날 수 있다.

큐카드는 프리젠티어에게는 일종의 시각자료 역할을 한다. 따라서 한 눈에 쉽게 들어올 수 있게 작성하는 것이 핵심이다. 그러기 위해서는 내용을 간단하게 체계화해서 읽기 쉽게 글씨를 크고 또박또박하게 써야 한다. 서론, 본론, 결론으로 구획을 나누어서 각 구획을 구성하는 요점에 번호를 매기고 들여쓰기를 한다. 요점은 문장이 아니라 기억력을 자극할 정도의 단어들로 적되 정확성을 요하는 인용문이나 통계수치는 그대로 적어두는 것이 좋다.

큐카드를 활용하는 가장 큰 목적은 큐카드에 적힌 단어를 보는 순간 관련된 내용을 떠올리면서 청중을 향해 자연스럽게 말하는 데 있기 때문에 유연한 언어 구사 능력을 키우는 것이 중요하다. 문장 또는 표현을 달달 외워서 똑같이 해야 한다는 생각을 버리고 연습과정에서부터 큐카드에 적힌 주요 단어나 어구를 다양한 방식으로 표현하는 연습을 하면서 편안한 대화체로 말하는 훈련을 한다. 이렇게 유연하게 표현하는 훈련을 하다 보면 실전에서 암기에 대한 중압감에서 점점 벗어나면서 순발력도 함께 기를 수 있다.

큐카드를 활용할 때 유의할 점은 큐카드를 가능하면 적게 봐야 한다는 것이다. 큐카드를 보는 동안 청중과의 아이컨택이 이루어지지 않기 때문이다. 다음에 말할 내용이 생각나지 않을 때 큐카드를 본 뒤 곧바로 다시 청중을 향해 말하는 것을 잊지 말아야 한다. 이때 큐카드를 보기 위해서 머리가 파묻힐 정도로 고개를 깊이 숙여서는 안 된다. 큐카드는 만약에 발생할 수 있는 돌발상황에 대비해서 들고 있는 것이라는 생각으로 준비과정에서 충분히 내용에 대한 숙지를 하는 것이 중요하다. 프리젠티어에게 심리적 안정감을 주는 것 이외에도 손처리를 용이하게 한다는 점 역시 큐카드를 권장하는 이유이다.

3. 시각자료

프리젠테가 말하는 메시지를 청중이 보다 잘 이해하고 기억하도록 하기 위해서 필요한 것이 바로 시각적 보조 도구이다. 따라서 시각적 보조 도구는 청중이 프레젠테이션의 메시지를 이해하고 기억하도록 하는 데 도움이 될 때만 사용해야 한다. 그러나 안타깝게도 이런 목적과 무관하게 또



는 남들이 사용하니까 무턱대고 사용하는 경우를 종종 볼 수 있다. 예를 들어 그래프나 사진, 표, 이미지 등과 같이 청중의 흥미를 자아내기도 하고 이해를 도울 수 있다면 사용해야 하지만 그저 텍스트 형식으로 된 글을 보여주는 것뿐이라면 사용할 필요가 없다. 프로페셔널한 발표자는 아무런 시각적 보조 도구 없이도 자신의 행동, 표정, 말 그 자체로 청중을 사로잡는 법을 알고 있다는 것을 명심하자.

최근 가장 많이 사용하는 시각자료로 파워포인트를 꼽을 수 있는데 이런 경우 프리젠테가 지나치게 슬라이드에 의존해서 발표를 한다는 문제점을 지적하지 않을 수 없다. 대개 슬라이드에 쓰여진 텍스트를 열심히 읽어 내려가는 식으로 발표를 하는데 이때 나타나는 가장 큰 문제점은 책 읽는 말투를 구사한다는 점과 청중과의 아이콘택이 전혀 이루어지지 않는다는 것이다. 책을 읽는 말투로 슬라이드의 내용을 일방적으로 읽어 나가면 청중은 집중하지 않을 뿐만 아니라 청중에게 어떤 감동도 주지 못한다. 청중은 프리젠테가 자신들과 대화하지 않는다는 느낌을 받기 때문이다. 이런 느낌은 청중에게 눈길을 주지 않을 때 더욱 강화되는 것은 당연하다.

다시 한 번 말하지만 프리젠테는 슬라이드에 적혀있는 텍스트를 읽어주는 사람이 아니다. 시각자료는 시선을 어디에 둘지 모르는 프리젠테를 위해 준비한 방패막이가 아니라 청중의 이해를 돕기 위해 준비한 자료로서 프리젠테와 청중과의 소통을 더 원활하게 하기 위한 매개체라는 사실을 잊지 말아야 할 것이다. 슬라이드에 의존해서 프레젠테이션을 할 수밖에 없다면 그것은 아직도 프레젠테이션을 할 준비가 되어 있지 않다는 것을 의미한다.

청중의 이해를 돕기 위해서 시각자료를 사용하기로 결정했다면 청중의 시각적 기억력을 증진시키는 데 초점을 맞춰서 시각자료를 작성해야 한다는 점을 잊지 말아야 한다. 사람의 두뇌는 글보다는 이미지를 더 잘 처리한다. 그렇다고 모든 이미지가 효과적인 것은 아니다. 시각자료 작성 시 '단순하고 명료해야 한다'는 철칙을 생각하면서 다음과 같은 점에 유념해야 한다.

- 한 장의 슬라이드에 한 가지 아이디어 및 개념만 담아라.
- 완전한 문장 대신 키워드로 적어라.
- 텍스트는 한 슬라이드에 최대 6단어, 6줄을 넘지 않게 하라.
- 텍스트의 메시지를 부각시켜 주는 이미지, 차트, 그림, 비디오클립을 이용하라.
- 명조체보다는 고딕체를 사용하라.
- 2-3 가지 색상을 이용하라.

이외에 파워포인트 사용 시 컴퓨터, 빔프로젝터, 레이저 포인터, 스피커 등 관련 기계를 점검하는 것도 잊지 말아야 한다. 미리 발표장에 가서 사용하게 될 기계와 컴퓨터 프로그램을 일일이 확인하고, 실전처럼 최종 연습을 한 번 해보는 것이 좋다. 그리고 만의 하나 컴퓨터가 다운되거나 파워포인트가 작동되지 않는 최악의 상황에 대비해서 큐카드만 갖고도 청중에게 말 할 수 있도록 준비해야 한다.

4. 질의응답

프리젠테가 청중에게 또는 청중이 프리젠테에게 질문을 한다는 것은 양방향커뮤니케이션이 이루어진다는 뜻이다. 프리젠테와 청중이 질문과 답변 형식으로 서로 말을 건네고 대화를 나누면 청중은 스스로 프레젠테이션에 적극적으로 참여하고 있다는 생각에 매우 만족할 것이다.



언제 질문을 허용할 것인지는 프레젠테이션의 상황이나 내용과 관련이 있다. 예를 들면 일반적으로 청중의 규모가 큰 경우에는 프레젠테이션이



끝난 후에, 청중의 규모가 작을 때는 프레젠테이션 도중에 질의응답 시간을 둔다. 또는 프리젠티어의 심리상태도 고려 대상이 되기도 한다. 예를 들면 도중에 질문을 받으면 발표의 맥이 끊어질 것 같아서 다 끝난 후에 일괄적으로 질문을 받고 싶어하는 프리젠티어가 있을 수 있다. 이런 문제를 차치하더라도 질의응답은 청중을 프레젠테이션에 참여시키는 매우 효과적인 방법임에는 틀림없다.

우선 프리젠티어는 청중에게 질문을 던짐으로써 청중의 이해 정도를 점검할 수 있다. 청중의 이해도를 파악하는 것은 프레젠테이션의 흐름을 원활하게 하기 위한 전제조건이 된다. 청중이 프리젠티어의 말을 제대로 이해하지 못한 상태에서 프레젠테이션이 진행된다면 청중은 곧바로 프레젠테이션에 흥미를 잃을 것이 뻔하다. 따라서 프리젠티어는 청중이 보내는 언어적 또는 비언어적 단서를 잘 살펴서 질문 형태로 이에 반응을 하는 것이 좋다.

또한 질문을 던지면 청중의 관심과 집중력을 높이는 효과가 있다. 이 때 특정 청중의 이름을 부른 것이 훨씬 효과적이다. 같은 질문을 여러 명에게 던지면 다양하게 나오는 답변에 귀를 기울이면서 질문을 받지 못하는 청중도 제시된 다양한 의견을 자신의 것과 비교하면서 질의응답에 간접적으로 참여한다는 생각을 하게 된다. 이것은 프레젠테이션에 생기를 불어넣어준다.

이제 청중이 프리젠티어에게 질문하는 경우 프리젠티어를 난감하게 만드는 상황을 중심으로 설명해 보기로 한다. 모르는 내용이라서 대답하기 어려운 경우에는 나중에 알아본 후 이메일이나 전화로 알려주겠다고 약속하거나 또는 청중 중에 질문에 대해서 답변할 수 있는 사람이 있는지 물어보고 의견을 들어보는 방법이 있다. 아니면 질문에 대한 답은 정확하게 모르고 있지만 질문의 내용과 관련된 이야기를 들려주는 것도 한 가지 방법이다. 아마도 프리젠티어를 제일 난감하게 하는 청중은 질문의 꼬리에 꼬리를 물어 집요하게 파고드는 사람일 것이다. 이런 경우에는 예의를 갖추어서 프레젠테이션이 끝나고 따로 만나서 설명해 주겠다고 말하는 것이 좋다.

"리허설을 꼭 해야 하나요?"

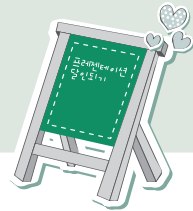
프레젠테이션에서 말할 내용을 종이에 작성한 후 그것을 몇 번 읽는 것으로 프레젠테이션 연습은 충분하지 않나요?

프레젠테이션 연습을 글자가 적힌 종이를 뚫어저러 쳐다보거나 웅얼웅얼 읽는 것으로 대신해도 될 것이라고 생각한다면 이것은 착각이다. 내용을 구성할 때 초안으로 끝내는 경우는 거의 없을 것이다. 마음에 들 때까지 내용을 검토하고 수정하는 과정을 거쳐서 최종안을 확정하듯이 실행 단계 역시 반복적인 연습을 거쳐서 전달 방식을 점검하고 수정하는 것은 당연하다. 우리는 집을 나서기 전에 보통 자신의 모습을 거울에 적어도 한 번은 비쳐 보면서 머리 또는 옷매무새를 단정하게 한다. 만약 그렇지 하지 않는다면 자신이 다른 사람에게 어떻게 보일지 하루 종일 신경이 무척 쓰일 것이다. 프리젠티어가 전에 자신의 음성, 표정, 제스처, 자세, 말속도, 음량 등과 관련된 자신의 모습을 보지 않은 채 프레젠테이션 실전에 임하는 것은 마치 거울을 한 번도 보지 않고 집을 나서는 것과 같다.

"내 모습을 보는 것이 너무 어색해요!"

프레젠테이션 참고서적을 보면 대개 자신이 프레젠테이션 하는 모습을 동영상 상으로 찍어서 모니터링하라고 권하던데 자신의 모습을 보는 것이 누구에게나 쑥스럽고 민망한 일인데 왜 꼭 이 방법을 추천하는지 그 이유와 효과에 대해서 알려 주세요?

프레젠테이션 능력을 향상시키고 싶다면 자신이 프레젠테이션하는 모습을 비디오로 보아야 한다. 프레젠테이션 전체를 비디오로 녹화한 다음 녹화된 비디오를 보면서 자신의 강점과 약점을 분석한다. 변화는 아는 것에서부터 시작되기 때문에 먼저 자신의 모습을 객관적으로 보는 것이 중요하다. 물론 자신의 모습을 보는 것은 분명 고통스럽고 가혹한



일일 것이다. 그러나 이런 이유 때문에 이 과정을 생략한다면 이 고통을 청중이 대신 떠안을 수도 있다는 사실을 간과해서는 안 된다. 불안하고 자신감이 없는 모습으로, 이해하기 어렵거나 흥미를 끌지 못하는 내용으로, 그리고 강조점 없이 시종일관 단조로운 톤으로 발표하는 프레젠테이션을 지켜보는 청중은 무척 고통스러울 것이다. 요즘은 비디오리코더가 아니라도 핸드폰에 녹화기능이 있어서 맘만 먹으면 손쉽게 녹화할 수 있으니 이를 적극적으로 활용해 보기를 권한다. 녹화한 후 모니터링을 통해서 깨달은 내용을 다음 연습 과정에 반영하는 과정을 여러 번 반복하다 보면 분명 본인이 자신의 모습을 보는 것이 전혀 어색하지 않게 될 것이다.

"실수하면 쥐구멍이라도 숨고 싶어요!"

프레젠테이션 도중에 실수하면 청중에게 들켜 버린 거 같아서 자신감이 급격하게 떨어지는 걸 느낍니다. 이러다 보니 안 해도 될 실수를 연거푸 하게 되고 점점 심리적으로 위축이 됩니다. 실수했을 때 어떻게 대처를 해야 하나요?

발표할 때 준비한 내용 중 일부를 빼먹기도 하고 순서를 뒤바꾸는 등 실수를 할 수 있다. 이때 일부 발표자들은 당황해서 빨개진 얼굴과 기어들이는 목소리로 '죄송합니다' 또는 '그 다음 내용이 생각이 안 나네요' 라고 말한 후에 눈을 깜빡이면서 허공을 쳐다보는 행동을 하는데 이것은 실수에 대처하는 좋은 방법이 아니다. 청중은 프레젠테이션 내용 중 일부가 빠졌는지 순서가 뒤바뀌었는지 사실상 눈치 채지 못하는 경우가 대부분이라서 구태여 실수했다는 것을 알려줄 필요가 없다. 프리젠테이션이 당황하는 모습을 보이는 것은 프리젠테이션이 드러내지 않으면 모르고 지나갈 수 있는 실수를 드러내는 꼴이다. 빠뜨린 내용이 프레젠테이션에서 아주 중요한 의미를 갖는다면 나중에 생각날 때 언급하면 된다. 이런 경우에도 사과할 필요 없이 차분하게 빠뜨린 내용에 대해 설명하면 된다. 실수했을 때 허둥대지 않고 표가 나지 않게 행동하는 것도 프리젠테이션의 능력이다.



프레젠테이션 실행 체크리스트

프레젠테이션 실행 단계에서 스스로에게 다음과 같은 질문을 해 보십시오.

- 비디오 녹화 및 모니터링 일정:
- 최종 리허설 일정:
- 필요한 장비 및 비품:
- 기자재 작동 여부:
- 의상:

- 비언어
- 큐카드
- 시각자료
- 질의응답

1. 명료하고 바르게 발음하는가?
2. 대화하듯이 리듬감 있는 말투를 구사하는가?
3. 청중에게 골고루 시선을 주는가?
4. 제스처를 적절히 사용하는가?
5. 내용에 따라 말의 속도와 크기에 변화를 주는가?
6. 다양한 얼굴표정을 지으며 몸을 적절하게 움직이면서 말하는가?
7. 슬라이드를 간결하게 편집했는가?
8. 슬라이드에 의존하지 않고 발표할 준비가 되어 있는가?
9. 예상되는 질문에 대비해서 답변을 준비했는가?
10. 정해진 시간 내에 프레젠테이션을 마칠 수 있나?



프레젠테이션 개요 큐카드

• 주제:

• 목적:

<p>서론</p> <ul style="list-style-type: none"> • 청중의 관심을 끌기 • 청중의 호감을 사기 • 청중에게 주요 내용을 예고하기 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 1) 2) 2.
<p>본론</p> <ul style="list-style-type: none"> • 우선순위에 따라 핵심 요점을 정하기 • 각 요점에 대해 부연 설명하거나 입증하기 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 요점 1 <ol style="list-style-type: none"> 1) 2) 2. 요점 2 <ol style="list-style-type: none"> 1) 2) 3. 요점 3 <ol style="list-style-type: none"> 1) 2) 4. 요점 4 <ol style="list-style-type: none"> 1) 2)
<p>결론</p> <ul style="list-style-type: none"> • 요점을 요약하기 • 인상적인 결언으로 마무리하기 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 1) 2) 2.
<p>질의응답</p> <ul style="list-style-type: none"> • 예상되는 질문과 답변을 작성하기 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Q: A: 2. Q: A: 3. Q: A: