

„Nie wystarczy mówić do rzeczy, trzeba mówić do ludzi”



Marek Stączek

Prezentacja publiczna

Mów komunikatywnie,
oryginalnie, przekonująco!

Prezentacja publiczna

Mów komunikatywnie, oryginalnie, przekonująco!

Marek Stączek

Prezentacja publiczna

Mów komunikatywnie, oryginalnie, przekonująco!

„Nie wystarczy mówić do rzeczy, trzeba mówić do ludzi”

EdisonTeam.pl

Warszawa, 2011 r.

[Kup książkę](#)

EdisonTeam.pl to renomowana firma zrzeszająca trenerów-praktyków, osoby z wieloletnim doświadczeniem zawodowym. Oferowane szkolenia i projekty doradcze koncentrują się na realizacji dwóch zasad:

„Blisko rzeczywistości - daleko od fikcji”. Ideą szkoleń jest jak najbliższe odtworzenie sytuacji z życia zawodowego. Materiały poddawane analizie podczas zajęć to przypadki, z którymi możemy spotkać się na co dzień.

„Praktyczne umiejętności”. W proponowanych warsztatach rozwijane są takie umiejętności, jak: sztuka prezentacji i przekonującego argumentowania, negocjacji, motywacji, zarządzania, skutecznej sprzedaży, kreatywnego myślenia, kontaktów z mediami.

Więcej informacji - www.EdisonTeam.pl

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
1. Początek prezentacji	9
Zasadniczy cel wstępu – jak rozpocząć prezentację?	9
Cele wstępu – co mam zrobić by dobrze rozpocząć?	13
Praktyczne sposoby na realizację celu – jak to zrobić?	15
Błędy popełniane podczas rozpoczęcia prezentacji – czego mam unikać?	28
Na koniec rozważań o wstępie	30
2. Część właściwa prezentacji	31
Materiały do prezentacji – jak zbierać pomysły?	32
Techniki kreatywnego myślenia	36
Główne tezy do prezentacji – jak opracować roboczy scenariusz?	44
Schemat prezentacji – jak układać główne punkty prezentacji?	49
3. Techniki retoryczne, o sztuce tworzenia argumentów	59
Narracja – o uwodzicielskiej sile fabuły	63
Metafora – o obrazie z innej bajki	71
Cytat – o sile słów innych ludzi	76
Łańcuch – o rzeczach, które się łączą	80
Podsumowanie częściowe i zapowiedź – dwie metody o technicznej naturze	81
Powtórzenie – o sile natrętnie powracającej myśli	83
Kontrast – o mocy czarno-białego mówienia	86
Gra słów – o korzyściach z mądrego bawienia się słowami	90
Hiperbola – dyskretny urok grubej przesady	93
Pytanie retoryczne – o sensowności pytania samego siebie w obecności innych ludzi	94
Diatryba – o tym, że warto mówić do kogoś, kto nie istnieje	95
Apel – a teraz bezpośrednio do serc i dusz słuchaczy!	98
Podsumowanie	100
Techniki retoryczne – efekt zastosowania	101
4. Zakończenie prezentacji i czas na pytania	103
Ostatnie słowa – jak kończyć wystąpienie?	103
Czas na pytania – vox populi pod kontrolą	107
Dyskusja na forum – jak partnersko prowadzić rozmowę?	111
Sofizmaty – błędy w argumentacji	116
Prowokator – co robić w sytuacji gdy ktoś próbuje rozbić spotkanie?	119

5. Trema – obawa przed wystąpieniem	121
Czego dokładnie boją się ludzie w sytuacji prezentacji publicznej?	122
Jak odczuwana jest trema?	123
Praktyczne wskazówki	124
6. Mówca – co trzeba mieć, by być dobrym prezerentem?	131
Etos – wiarygodność mówcy	131
Empatia – wejście w świat słuchaczy	139
Logos – siła argumentów	142
7. Komunikacja niewerbalna – o sile bezgłosnego mówienia	144
Czym jest mowa ciała?	145
Do czego mówcy wykorzystują <i>body language</i> podczas wystąpień na forum?	146
Postawa ciała – prosto ale nie sztywno	148
Twarz – centralny punkt twojego ciała	149
Wzrok – o technice „na latarnię”	151
Gestykulacja – sposób na wzmocnienie przekazu	152
Ubiór – nie skóra zdobi człowieka tylko... dobra skóra	154
8. Jak rozwijać swoje umiejętności retoryczne?	158
Poziom pierwszy – ogólne zasady dotyczące uczenia się	158
Poziom drugi – co robić, by być lepszym mówcą?	160
Zakończenie	164
Projekt „CYCERO” – jak być skutecznym mówcą?	166
Galeria gości	167
Bibliografia	181

WSTĘP

Był przekonujący i oryginalny, błyskotliwy i komunikatywny. Do mistrzostwa opanował sztukę przemawiania na forum. Jak mało kto potrafił oddziaływać za pomocą słów. Demostenes – jeden z największych mówców kolebki demokracji – starożytnej Grecji. Jednak... kto pamięta początek, kto wspomina, jak to się zaczęło?! Niewielu wie, że do takiej formy doszedł przez długie i żmudne ćwiczenia. Z podań dowiadujemy się, że ów Grek miał dotkliwą wadę wymowy i aby ją przezwyciężyć, wkładał kamienie do ust i ćwiczył, ćwiczył, ćwiczył. Stawał nad brzegiem Morza Egejskiego i mówił. Mozolnie pracował, aby potem skutecznie oddziaływać na swoich słuchaczy. Współcześni byli pod wrażeniem jego wystąpień. Ale przecież nie tylko oni! Czytając dziś jego wystąpienia nadal pozostajemy pod urokiem retoryki Demostenesa.

Jednym z największych polityków XX wieku, wielokrotnie cytowanym mówcą, autorem celnych ripost, był brytyjski polityk – Winston Churchill. Jego mowy były bardzo często komentowane a publiczność nie pozostawała obojętna. Jednak mało kto wspomina, że podczas swojego pierwszego wystąpienia w parlamencie zemdlął ze strachu. Potem, z upływem czasu, w miarę ćwiczenia i wolnych postępów stał się jednym z najlepszych mówców. Do dziś wspominamy fragmenty jego wystąpień.



ĆWICZENIA DEMOSTENESA

Te dwa przykłady oddają pierwsze przesłanie książki – „prezentacji można się nauczyć”. Tak jak każdej umiejętności społecznej, rozmowy, interpretacji zachowań rozmówcy, czy słuchania.

Najpierw musimy wiedzieć, w jaki sposób się przygotować, jak budować argumenty, jak przewidywać reakcje publiczności, a potem ćwiczyć. I to właśnie opisuję w tej książce. Nie podzielam zdania, że prezentacja to, np. tylko umiejętne gestykulowanie, czy adekwatna postawa ciała. Autorzy piszący tylko o tym prowadzą czytelnika na manowce, stwarzają miraż i budzą złudne nadzieje. Dobry mówca to przede wszystkim głowa, nie gardło! Stąd właśnie w tej książce tyle miejsca poświęcam tematyce przygotowania materiału i opisowi technik retorycznych.

Drugie przesłanie tej książki jest uzupełnieniem pierwszego. Owszem, prezentacji można się nauczyć, ale niewielu opanowuje tę sztukę w stopniu mistrzowskim, bo brak im wiedzy o potężnej sile dobrej prezentacji. Tylko garstka dostaje się na szczyt i potrafi mówić intrygująco, wywoływać wrażenie, zmieniać poglądy słuchaczy. Dookoła raczej króluje średnia. Średni mówca. Szary prezenter. Czytelnik slajdów. Menedżer mówiący w języku nakazowo-rozdzielczym. Kiepski retor o bardzo dobrym samopoczuciu. Przekombinowana prezentacja – nic różniującego. Mizeria. Bo tylko nieliczni wchodzi na szczyt by zobaczyć, że w tej formie interakcji społecznej kryje się ogromny potencjał.

W książce zawarłem wiadomości, które wyniosłem z praktyki a także takie, które przeczytałem lub podejrziałem u innych. Skorzystałem z książek o prezentacji, badań z zakresu psychologii perswazji oraz obserwacji wielkiej areny historii, gdzie możemy spotkać przekonujących mówców. W ostatniej części książki „galeria gości” zamieściłem wypowiedzi osób, które wzbogacają swoim doświadczeniem pewne wątki tej książki.

Książkę napisałem po to, by pomóc tym którzy są na początku ciekawej drogi jaką jest sztuka skutecznej prezentacji publicznej.

Pamiętaj, że jedna z podstawowych reguł retoryki mówi: słowa należy ważyć, a nie mnożyć, kończę.

Przewróć następną kartkę, zaczynamy – życzę miłej lektury.

Marek Stączek, Warszawa, luty 2011 r.

POCZĄTEK PREZENTACJI

Zasadniczy cel wstępu - jak rozpocząć prezentację?

„Człowiek jest jak osioł – jeżeli nie pociągniesz go za uszy, nie ruszy.” (przysłowie chińskie)

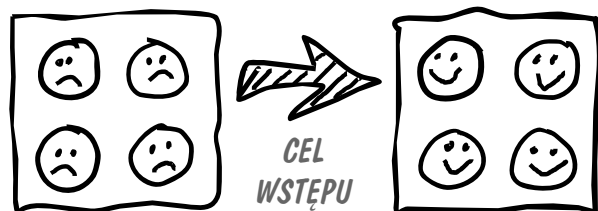
Jeżeli zadamy sobie proste pytania: z jakim nastawieniem słuchacze przychodzą na prezentację, lub: czy ludzie lubią słuchać, gdy ktoś opowiada im o czymś przez 20-30 minut, to od razu dotkniemy sedna, tego, co jest najważniejsze we wstępie do prezentacji. Często podczas wystąpień mamy do czynienia z mało zainteresowaną, a czasami znudzoną publicznością. Wśród słuchaczy są osoby, które zostały oderwane od swojej pracy i musiały przyjść na wystąpienie prezesa lub miały do wykonania ważny telefon i dostały informację, że trzeba właśnie wziąć udział w prezentacji ważnego klienta. Słowem – nikt lub mało kto z naszych słuchaczy pomyślał sobie: „To cudownie, że dziś będę słuchaczem jego prezentacji!”.

Postuluję, aby wyjść z założenia, że na wstępie naszej prezentacji będziemy mieli przed sobą mało zainteresowaną publiczność i w związku z tym musimy zacząć pracę od pozyskania słuchaczy! Publiczność niechętną zmienić w zainteresowaną, rozproszoną w skoncentrowaną, nieprzyjazną w przychylnie usposobioną.

„Dobry film musi się zaczynać od trzęsienia ziemi, a potem trzeba tylko stopniować napięcie.” Alfred Hitchcock

Pamiętam, jak na początku lat dziewięćdziesiątych uczestniczyłem w seminarium prowadzonym przez Amerykanina o indyjskim pochodzeniu, S. Kriszny. Mówiąc o wstępie powiedział: *Wyobraź sobie, że między tobą a publicznością jest przepaść. To ty musisz przerzucić most! Ty powinieneś zbudować kładkę*

i przejść na drugą stronę. Musisz zarzucić haczyk z przynętą! Jeżeli tego nie zrobisz, jeżeli nie uzyskasz ich zainteresowania i to w przeciągu pierwszych dwóch minut prezentacji – przegrasz!



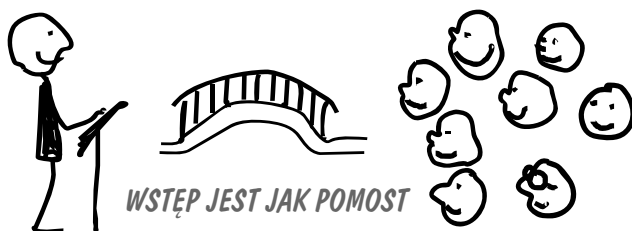
Do tej pory pamiętam te słowa i często podkreślam, że na wstępie musimy zastosować zasadę „3xZ” – „Zainteresuj, Zjednaj, Zapowiedz”.



Zainteresuj słuchaczy swoim wystąpieniem, czyli obudź ich ciekawość i skoncentruj uwagę. Zjednaj ich do siebie, pokaż, że jesteś pozytywnie nastawiony i potrafisz oryginalnie przedstawić temat. I wreszcie zapowiedz, o czym chcesz mówić. Dwa pierwsze „Z” odnoszą się do warstwy psychologicznej – chodzi o pozytywne emocje, o poruszenie, o zainteresowanie odbiorcy. W trzecim „Z” odnosimy się do warstwy merytorycznej – zapowiadamy temat.

Pomimo tego, że w całej książce będę dowodził, że na polu mów publicznych wygrywają inteligentne głowy – ludzie z pomysłem, oryginalni mówcy (podobnie jak w tenisie ważniejsza od nóg jest głowa). Jednak tu zaznaczę, że emocje odgrywają równie ważną rolę. Emocje i pasja mówcy oraz uczucia jakie trzeba wyzwolić u słuchaczy.

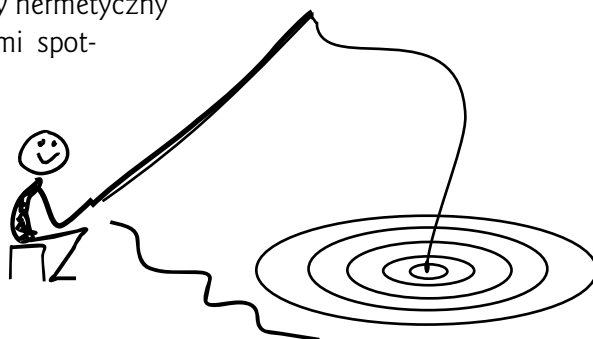
Jeden ze znanych polskich psychologów społecznych, profesor K. Skarżyńska mówi o łagodnym afekcie pozytywnym (nie euforii czy zachwycie), który, gdy zostanie wzbudzony u rozmówcy czy słuchacza, prowadzi do większej hojności. Uruchamia chęć przebywania z innymi, pomagania i wspierania ich. Ułatwia prowadzenie negocjacji twarzą w twarz, osłabia konflikty. Dzieje się tak, ponieważ umiarkowany afekt pozytywny sprzyja plastyczności myślenia. Rozszerza zakres i oryginalność skojarzeń, branych pod uwagę przesłanek, otwiera na argumenty i pomysły innych. Dlatego słusznym wydaje się, by na wstępie swojej wypowiedzi wzbudzić łagodny afekt pozytywny! Pamiętajmy, w prezentacji warstwa merytoryczna i warstwa psychologiczna mają równorzędne znaczenie. Często możemy słyszeć prezenterów sprawnych merytorycznie, ale nieskute-



cznych w mówieniu na forum. Po takich wystąpieniach ludzie wychodzą zmęczeni i znudzeni, często nadając mówcy epitet „oderwany od życia teoretyk”. Możliwa jest też sytuacja odwrotna, mówca potrafi bawić i elektryzować publiczność, ale w warstwie merytorycznej okazuje się praktykującym dyletantem. Tu mamy do czynienia z efektem – jak wyraził to uczestnik jednego szkolenia – „biegunki słów przy jednoczesnej obstrukcji myśli”.

„Pierwszym zadaniem obrońcy w sądzie jest doprowadzenie ławy przysięgłych do tego, by polubili jego klienta.”
C. Darrow, adwokat

Do pierwszej kategorii mówców powiedzmy: prezentacja to nie tylko treść, czy hermetyczny referat, ale dialog z uczestnikami spotkania. Do drugiej – prezentacja to nie show, to nie miejsce na popisy złotoustych, bo w prezentacji chodzi o myśl i pomysł. Sprawny mówca potrafił umiejętnie grać na dwóch fortepianach, równoważyć pomiędzy merytorycznym *talk* oraz intrygującym *show*, bo wie, że musi mówić „do rzeczy” i „do ludzi”.



WSTĘP TO ZARZUCENIE PRZYNETY

Kiedyś znajomy opowiedział mi swoją „retoryczną przygodę”. W ramach projektu „Akademia Przedsiębiorczości” przygotował wystąpienie dotyczące autoprezentacji, a zaraz po nim głos miał zabrać właściciel dużej firmy. Mój znajomy zaczął od dobrego wstępu i uzyskał zainteresowanie słuchaczy. W interesujący sposób mówił przez 20 minut a po tym, jak zakończył, uczestnicy byli pozytywnie nastawieni do tego, co będzie się działo dalej. Jednak drugi mówca rozpoczął bez wstępu. Mówił bez składu i bez pomysłu na prezentację. Po kilku minutach słuchacze stracili zainteresowanie i sala pogrążyła się w chaosie. Czy różnica dotyczyła tematu prezentacji? Merytorycznej strony prezentacji? Raczej nie, problem tkwił w ignorowaniu reguł komunikacji z audytorium. Dobry wstęp ma decydujące znaczenie dla odbioru dalszej części prezentacji.

Kiedyś zostaliśmy zaproszeni (trzech trenerów z naszej firmy szkoleniowej) na konferencję dużej instytucji finansowej. Naszym zadaniem było przeprowadzenie dwugodzinnego wykładu o roli kreatywności w organizacji. Wszystko

byłoby dobrze, gdyby nie fakt, że nasi słuchacze (ludzie, którzy większość czasu spędzają za biurkiem) zostali zaproszeni na pięciogodzinną wycieczkę rowerową, po której był obiad, a po nim deser, a po nim... no właśnie – nasza prezentacja. Potencjalnie groziła nam katastrofa – sala konferencyjna mogła szybko zmienić się w wagon sypialny. Wstęp musiał być intrygujący. Trener, który miał mówić do 120 osób wyszedł z paczką jajek niespodzianek. Wyciągnął jedno i powiedział: „Nim zacznę mówić o kreatywności, mam dla Państwa zadanie. Każdy otrzyma jedno jajko niespodziankę. I to wy zadecydujecie o dalszym ciągu spotkania i losie jajka niespodzianki. Możecie je zjeść, albo rzucić nim w mówiącego, kiedy zacznie nudzić! Gdy dostanę trzema jajkami w jednej chwili to będzie dla mnie znak, że mam zakończyć prezentację!”

„Najłatwiejszym sposobem włączenia wyższych procesów umysłowych jest aktywizacja podstawowych systemów emocjonalnych.” J. Panksepp

Łacińska maksyma dotycząca mów publicznych głosiła: *Docere – movere – delectare*, czyli: uczyć – poruszać – bawić. Współczesne badania dotyczące zależności między emocjami a umysłem, uczuciem a informacją, dodają:

- Emocjonalny bodziec jest szybciej przetwarzany niż bodziec neutralny.
- Ludzie w pozytywnym nastroju o trudnościach myślą w kategoriach wyzwań.
- Uwaga i koncentracja słuchacza jest uzależniona od stopnia zaangażowania emocjonalnego.
- Materiał wyuczony w jakimś stanie emocjonalnym jest szybciej przypominany.
- Silna reakcja emocjonalna powoduje, że sytuacja (która ją wywołuje) zostaje lepiej zapamiętana.
- Człowiek w złym lub dobrym nastroju preferuje bodźce, które korespondują z przeżywanym przez niego stanem.

Notatki

„Człowiek tworzy więcej szans niż znajduje.” F. Bacon

- zobacz książkę o kreatywności pt. „Krasnale. Rzecz o kreatywności i zmianie.”

Prezentacja publiczna

Mów komunikatywnie, oryginalnie, przekonująco!

Jestem dziennikarzem i nieraz muszę występować publicznie. Wiem więc doskonale, ile kosztuje mnie to nerwów. I jak bardzo bywam rozczarowany własnymi wystąpieniami. Dlatego książka Marka Stączka jest dla mnie nieocenioną pomocą – bo pokazuje sposoby, dzięki którym mogę lepiej przygotować się do konfrontacji z publicznością oraz osiągnąć zamierzone cele. Na dodatek jej autor pisze w sposób bardzo przystępny i ciekawy. Na pewno sięgnę po nią jeszcze wiele razy.

Marcin Rotkiewicz, tygodnik „Polityka”

Jest to książka zarówno dla doświadczonych mówców, jak i dla tych, którzy stawiają pierwsze kroki w trudnej sztuce wystąpień publicznych. Ci pierwsi skonfrontują swój bagaż doświadczeń z teorią i niejedną opisaną tu historią. Dla drugich to doskonały podręcznik, jak krok po kroku, budować i doskonalić warsztat profesjonalnego mówcy. Całość błyskotliwie napisana, a dzięki „uwodzącej sile fabuły” anegdot od Demostenesa po czasy współczesne, każdy znajdzie w niej coś dla siebie.

Barbara Fichtel, Dyrektor Personalny Grupy ITI

Z mojego punktu widzenia sztuka prezentacji to sztuka „sprzedawania” siebie. W ramach tej sztuki wyróżniłbym trzy aspekty - pierwsze wrażenie, treść i postawa. Książka Marka Stączka pomaga w każdym z nas odkryć sposoby na realizację tego drugiego aspektu sztuki prezentacji - treści. Mówienie z sensem, w sposób zrozumiały i interesujący, niepozwalający audytorium na zajęcie się innymi sprawami, jest olbrzymim wyzwaniem w dzisiejszych czasach. W książce, którą macie przed sobą, znajdziecie odpowiedzi jak uniknąć pułapek, w które wielu z nas wpada, codziennie wypowiadając się na różne tematy. Książka do stosowania na co dzień!

Dr Paweł Łupinski, Dyrektor Bayer Schering Pharma

EdisonTeam.pl

ISBN 978-83-61485-05-6



Kup książkę