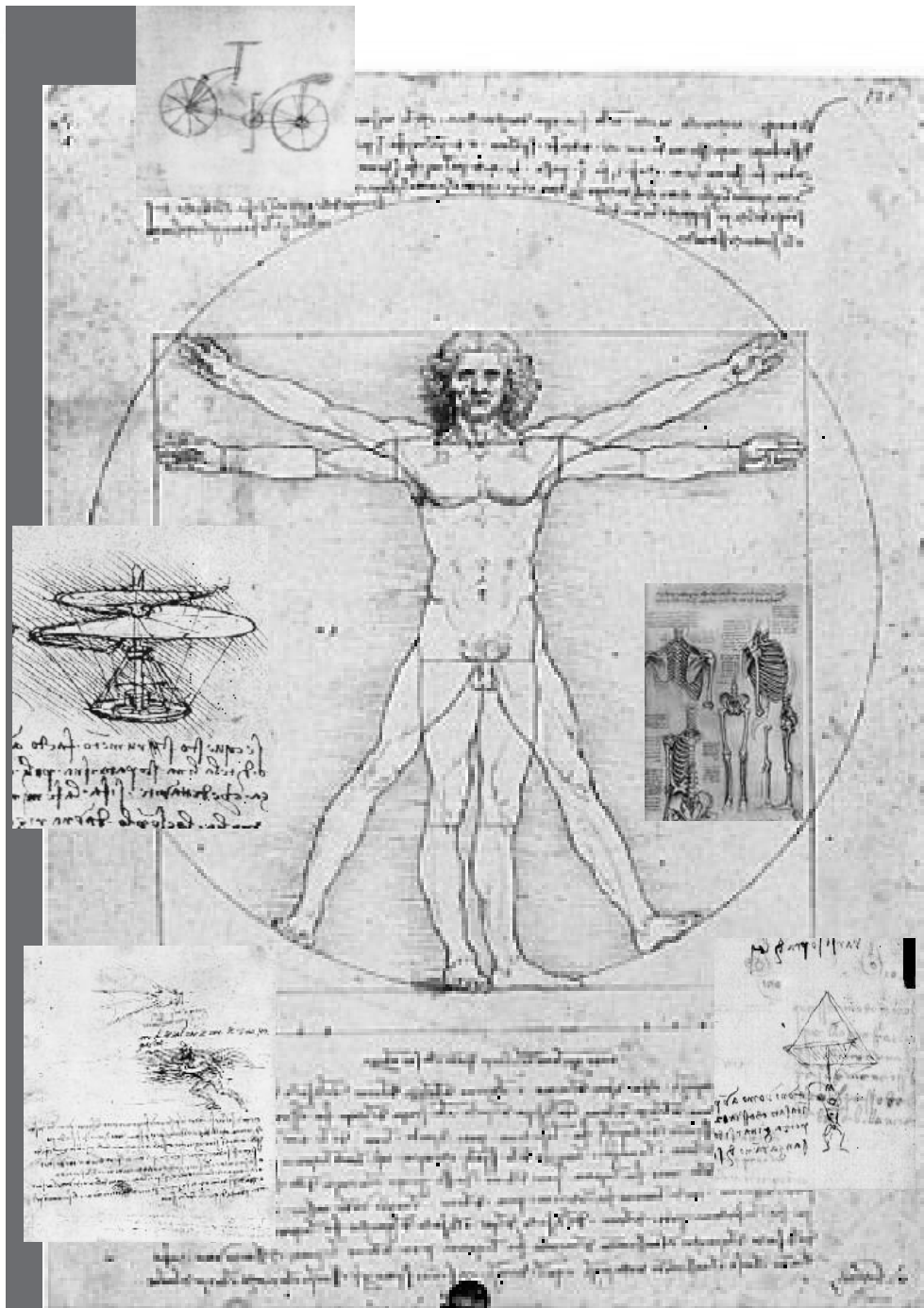




Sztuka skutecznej prezentacji publicznej

ABC RETORYKI

Marek Stączek

EdisonTeam.pl

SPIIS TREŚCI

I. WSTĘP	3	Komunikacja „mięka”	26
7 etapów przygotowania prezentacji	4	Sofizmaty	27
Cechy dobrego mówcy	5	VI TECHNIKI RETORYCZNE	29
II. ZASADY BUDOWANIA WSTĘPU DO PREZENTACJI	7	Efekty zastosowania technik retorycznych	29
Cel wstępu do przemówienia	8	VII ELEMENTY KOMUNIKACJI NIEWERBALNEJ	38
Sposób realizacji celu	9	Gesty, które pomagają w komunikacji z publicznością	38
Błędy popełniane we wstępie	10	Gesty, które przeszkadzają w komunikacji z publicznością	39
Tytuł, pierwsze słowa prezentacji	11	VIII EMOCJE PRZED, PODCZAS I PO WYSTĄPIENIU	40
III. MATERIAŁ DO PREZENTACJI	13	Stres, trema	40
Uwagi ogólne o przygotowaniu	13	Ćwiczenia relaksacyjne	41
Słuchacz i jego subiektywny świat	14	IX TECHNICZNA STRONA PREZENTACJI	43
Ważne etapy w przygotowaniu prezentacji	15	Reguły używania pomocy wizualnych	45
IV. KONSTRUKCJA PREZENTACJI	16	Ćwiczenia w przemawianiu	48
Konstrukcja wystąpienia	16		
Schemat prezentacji	18		
Analiza języka prezentacji	20		
V. ZAKOŃCZENIE PREZENTACJI	21		
Reguły i sposoby zakończenia prezentacji	22		
Czas na pytania	23		
Techniki erystyczne	24		
Techniki odpowiedzi na pytania	25		



"Jakość wyrobu lub usługi nie jest to, co producent w nie wkłada. Jest nią to, co klient z nich ma i za co jest skłonny płacić. Wyrób nie nabiera jakości przez to, że jest trudny do zrobienia i kosztuje dużo pieniędzy, jak to często sądzą producenci. Jest to nieudolność. Klienci płacą tylko za to, co jest dla nich przydatne i co stanowi dla nich wartość".

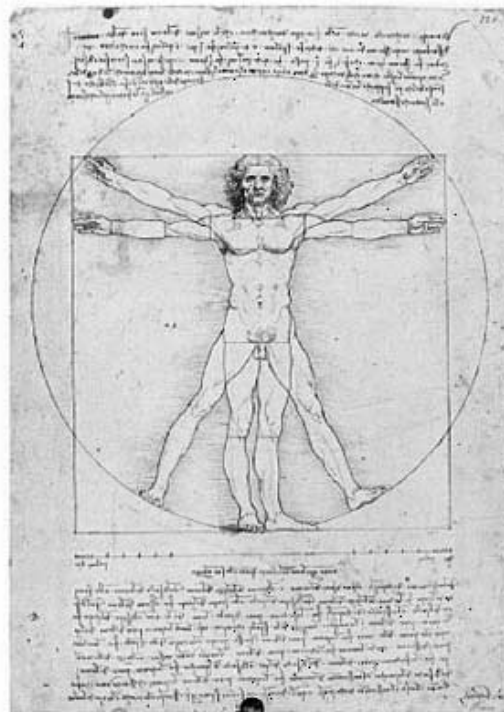
P. Drucker

„Dobra przemowa musi zawierać trzy elementy. Pierwszy to dobry wstęp, drugi to dobre zakończenie. I trzeci, aby te dwa nie były w zbytnej odległości od siebie.”
W. Churchill



„Środki przekonywania dzielą się na trzy rodzaje. Jeden z nich zależy od charakteru mówcy, inne od nastawienia, w jakie wprawi się słuchaczy, inne jeszcze od samej mowy”
Arystoteles

„Na początku było słowo, a potem frazes.” S. Lec



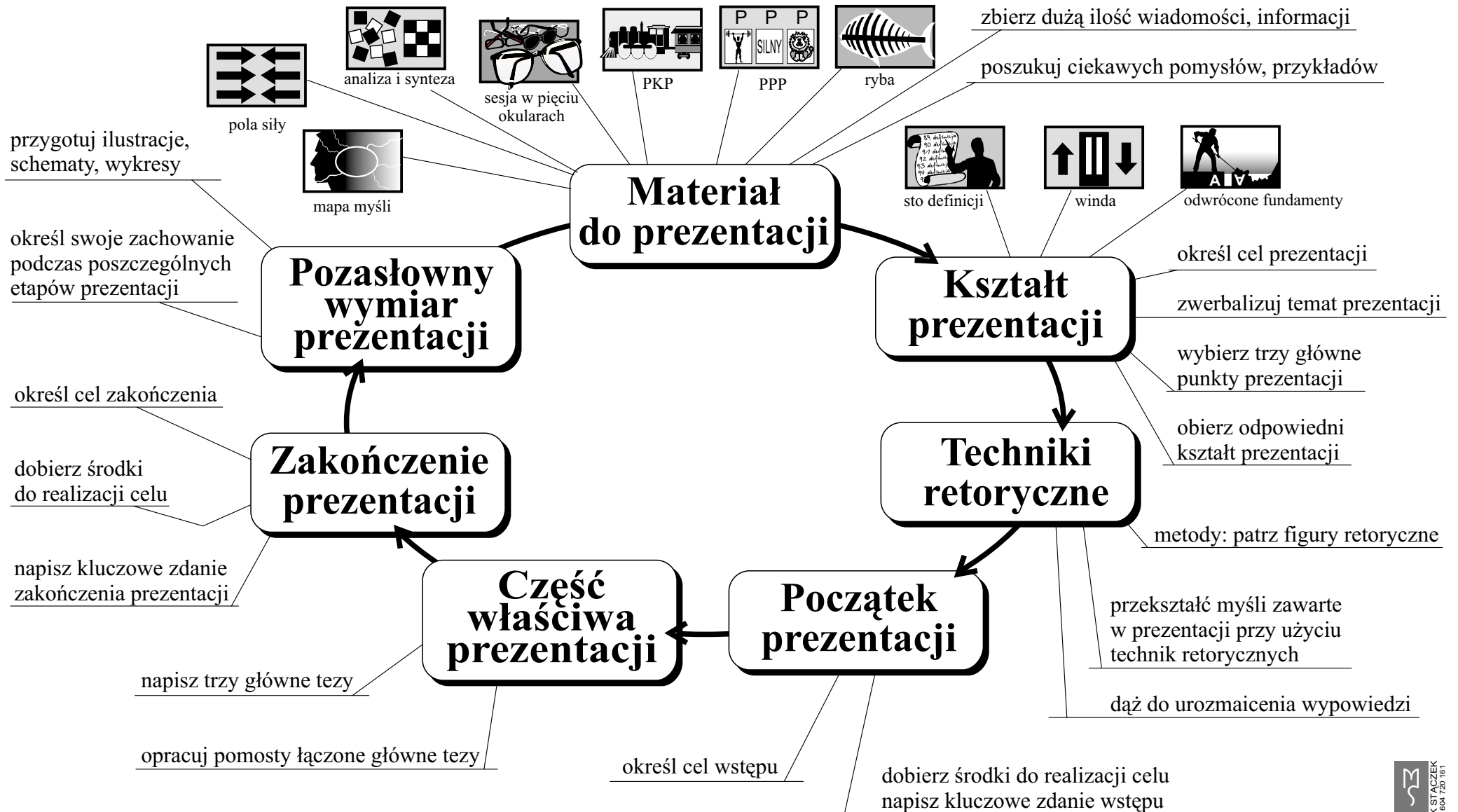
„Balcerowicz musi odejść”
A. Lepper

„Słowa rodzą słowa, a myśli są spychane na boczny tor. Lakoniczność jako forma sztuki wymaga, by niekiedy trzy czwarte odrzucić a to jest bardzo pracochłonne i czasochłonne.”
fragment listu A. Tolkienu do syna



„Nie ma rzeczy tak niewiarygodnej, by dobry mówca nie był w stanie uczynić z niej oczywistością”.
Cycero

7 ETAPÓW PRZYGOTOWANIA PREZENTACJI



CECHY DOBREGO MÓWCY

1. KOMPETENTNY

Człowiek, który prezentuje swoją wiedzę i dobre przygotowanie merytoryczne jest skutecznym mówcą. U słuchaczy pojawia się element zaufania i chęć podążania za tym, co dany prezydent przedstawia.

2. OBIEKTYWNY

Obiektywność, bezstronność w prezentowaniu treści to kolejny element, który zwiększa skuteczność mówcy. Osoba, która przekonuje, że jest przywiązana do pewnych wartości, sprawia wrażenie, że jest gotowa słuchać oponentów oraz wyraża szacunek dla innych racji i bierze je pod uwagę - zyskuje bardzo dużo w oczach słuchaczy. Stąd m.in. posługiwanie się argumentacją dwustronną jest bardzo skuteczne podczas wystąpienia..

„*„Czasem ważniejsze jest KTO mówi niż CO mówi.”*

„*„Sympatia do nadawcy zwiększa podatność na produkowane przez niego przekazy.”*
Z. Necki

3. INTELIGENTNY

Mówca, który potrafi: przedstawić oryginalny punkt widzenia, posłużyć się nowymi argumentami, szybko wypowiedzieć celną ripostę powoduje, że słuchacze uczestniczą w jego monologu z dużym zainteresowaniem. Inteligencja mówcy będzie się przejawiała w atrakcyjnym sposobie prezentacji treści. Atrakcyjna wypowiedź to tyle, co wypowiedź przyciągająca uwagę.

4. SYMPATYCZNY

Osoba sympatyczna wywołuje pozytywne uczucia słuchaczy. Dla większości odbiorców żart, dowcip, humor to czynniki zwiększające atrakcyjność przekazu. Warto też umieć śmiać się z samego siebie, to wyraz zdrowego dystansu do swojej osoby. Ponurak jest wielkim pochłaniaczem dobrej atmosfery. Należy też stosować uniwersalny język - uśmiech.

5. ZAANGAŻOWANY

Mówca, który mówi z przekonaniem i wierzy w to, co prezentuje słuchaczom, skutecznie wpływa na zaangażowanie swojej publiczności. Zaraża wiarą, budzi entuzjazm i przekonanie.

ĆWICZENIE

Przygotuj dwuminutową prezentację, podczas której przedstawisz się słuchaczom. Musisz odnieść się do czterech obszarów:

- kim jesteś?
- jakie masz doświadczenie w temacie, o którym chcesz mówić?
- co łączy cię ze słuchaczami?
- jaka jest ich rola podczas twojego wystąpienia?



"Sukces to 1% inspiracji i 99% pracy"
T. Edison

ZASADY BUDOWANIA WSTĘPU DO PREZENTACJI

CEL WSTĘPU

Podobnie jak każdy rodzaj komunikacji (pisanie artykułów, negocjacje etc.) komunikacja z dużym audytorium rządzi się pewnymi prawami.

W wystąpieniach publicznych mówca musi poznać zasady komunikowania się z odbiorcami i skutecznie je wykorzystać. Każdy z kolejnych etapów przemówienia (wstęp, część właściwa, zakończenie) ma swój własny cel, który należy osiągnąć podczas prezentacji.

Niekiedy przechodzimy *in medias res* (do sedna sprawy) rezygnując ze wstępu, gdy mamy mało czasu lub gdy prezentujemy jakieś wyniki etc. Jednak reguła, jaką powinniśmy praktykować podczas naszych prezentacji, to dobrze opracowany wstęp.

Na kolejnej stronie przedstawiono kilka celów, jakie powinien postawić sobie mówca we wstępie do swojego przemówienia.

„*„Najbardziej podstawowym i właściwym zadaniem wstępu jest wytyczenie celu, do którego zmierza mowa. Jeżeli zaś cel ten jest oczywisty lub przedstawienie sprawy krótkie, nie ma potrzeby stosowania wstępu. Pozostałe formy używania wstępu (...) wiążą się z wyjaśnieniem postawy mówcy, prośbą do słuchania, z samą sprawą.”*
Arystoteles, Retoryka.

„*„Dobrze więc było zacząć od rzeczy, która przykułaby uwagę, wzbudziła ciekawość, miała posmak sensacji. W całym jego [Herodota] dziele co raz to pojawiają się wątki mające poruszyć, zaskoczyć, zdumieć publiczność, która bez tych podniet znudzona rozeszłaby się przed czasem, zostawiając mówcę z pustą sakiewką”.*
R. Kapuściński

CELE WSTĘPU DO PRZEMÓWIENIA

⇒ POZYSKANIE UWAGI SŁUCHACZA

Zagajenie ma na celu stworzenie bezpośredniego kontaktu, tu zdobywamy przychylność i zainteresowanie słuchaczy.

⇒ BUDOWA POROZUMIENIA

Dostrajanie się do siebie, tak jak w momencie spotkania dwóch ludzi (faza przywitania), po której przechodzimy do sedna rozmowy.

⇒ BUDOWA AUTORYTETU

Przedstawienie siebie, jako osoby kompetentnej, która ma doświadczenie w dziedzinie, o której chce mówić.

⇒ ZAPOWIEDŹ TEMATU WYSTĄPIENIA

Przedstawienie zagadnienia, o którym chcemy mówić. W ten sposób informujemy słuchacza o treści naszego wystąpienia.

⇒ ODNIESIENIE DO POTRZEBY SŁUCHACZY

Ujęcie tematu tak, by wydobyć związek między prezentowanym tematem a potrzebami i problemami naszych słuchaczy.

⇒ USTALENIE REGUŁ

Ustalenie na przykład, kiedy można zadawać pytania, w trakcie wystąpienia czy po pierwszej części, czy po zakończeniu. Określenie roli słuchacza.

⇒ MARSZRUTA

Poinformowanie, jak długo zamierzamy mówić, z ilu części złożona jest nasza prezentacja, co jest przewidziane w jej trakcie.

”

„Na początku chciałbym wyrazić uznanie za otwartość umysłu, która sprawiła, że poprosiliście człowieka, który nie podziela waszych poglądów, aby odpowiedział na zasadnicze pytania”.

A. Camus

SPOSÓB REALIZACJI CELU

⇒ PODAJ PRZYKŁAD Z ŻYCIA, OPOWIEDZ HISTORIĘ

Opowiedz np. jak tu dojechałeś, albo o czymś specyficznym dla tego miasta, w którym się znalazłeś. Kiedyś D. Genscher miał kiedyś przemówienie poza granicami Niemiec. Zdawał sobie sprawę ze słabości swojej angielszczyzny, stąd postanowił to wykorzystać jako atut i tak rozpoczął przemówienie: *"Ladies and Gentlemen z moim angielskim ma się rzecz, jak z moją żoną, kocham ją, ale nad nią nie panuję"*.

⇒ PRZEDSTAW DANE STATYSTYCZNE

Posłuż się danymi statystycznymi - jednak pamiętaj, liczby np. powierzchnia ziemi w hektarach może nic nie znaczyć dla słuchacza. Stąd warto użyć dane statystyczne na przykład w takiej formie: *"proszę zauważyć, że z badań wynika, iż co trzeci Polak, czyli co trzecia osoba na tej sali jest..."*.

⇒ OPOWIEDZ ANEGDOTĘ

Opowiedz śmieszną historię. Wartość humoru w relacjach międzyludzkich jest nieoceniona. Poczucie humoru rozładowuje napięcie, jakie powstaje na styku kontaktów interpersonalnych. Jeżeli potrafimy śmiać się sami z siebie, żartować na swój temat, to wykazujemy zdrowy dystans do swojej osoby i zjednujemy sobie w ten sposób słuchaczy.

⇒ POSTAW RETORYCZNE PYTANIE

Postaw pytanie. Taki sposób rozpoczęcia prezentacji ma na celu pobudzenie zainteresowania słuchaczy. Jeżeli uda się nam postawić niebanalne, dobre pytanie, to możemy liczyć na to, że słuchacz rozpocznie myślenie o temacie, którym chcemy się zająć.

⇒ PRZEDSTAW TEMAT W FORMIE PARADOKSU

Użycie paradoksu, który powoduje, że słuchacze z zainteresowaniem przysłuchują się temu, co jest mówione.

⇒ POSŁUŻ SIĘ OSOBISTYM ODNIESIENIEM

Rozpocznij od osobistego przykładu. Dobrym punktem wyjścia jest podziękowanie za zaproszenie i wyrażenie radości ze spotkania. Niektórzy stosując ten sposób odwołują się do ostatniego spotkania ze słuchaczami, jakie miało miejsce w przeszłości. Np. *"Z prawdziwą przyjemnością i poczuciem wyróżnienia otrzymałem od Państwa zaproszenie do udziału w ..."*.

BŁĘDY POPEŁNIANE WE WSTĘPIE

⇒ BRAK NAWIĄZANIA KONTAKTU ZE SŁUCHACZAMI

Pamiętaj, że komunikacja międzyludzka pełni wiele funkcji: informacyjną, estetyczną, rytualną, ekspresyjną, kontaktową. Właśnie ta ostatnia jest we wstępie przemówienia najważniejsza.

⇒ ROZPOCZYNANIE OD PRZEPROSIN

Rozpoczęcie od przeprosin to bardzo częsty błąd pojawiający się na początku prezentacji, np. *"Bardzo przepraszam, nie jestem osobą kompetentną w tej dziedzinie, ale pozwolę sobie zabrać głos..."*.

⇒ PRZEDŁUŻANIE WSTĘPU

Niepoprawni gawędziarze nie mogą wystartować, ich wstęp to niekończąca się historia. Autor *Retoryki*, Arystoteles pisał: *"najbardziej podstawowym i właściwym zadaniem wstępu jest wytyczenie celu, do którego zmierza mowa"*. Wstęp ma ustawić tory do poruszania się ku celowi przemowy.

⇒ OBIETNICA BEZ ZAMIARU SPEINIENIA

Złożenie obietnic bez zamiaru ich wypełnienia to świadectwo braku rzetelności mówcy, roztargnienia lub nieuczciwości. W każdym z tych wypadków jest to zachowanie naganne. Mówiąc we wstępie o czym chcemy powiedzieć, musimy wywiązać się z tego zobowiązania.

”

*"Dobry film musi się zacząć od trzęsienia ziemi.
Potem tylko trzeba podnosić napięcie"*

S. Spielberg

TYTUŁ PRZEMÓWIENIA

Przy określaniu tytułu przemówienia należy pamiętać, że zarysowany zbyt szeroko spowoduje płytkie i powierzchowne podejście (kto wiele obejmuje ten mało ściska). Stąd powinienes zawęzić i ostro zakreślić pole, po którym chcesz się poruszać.

Każdy wyraz w tytule powinien mieć znaczenie. Przygotowując się, krytycznie oceń czy temat prezentacji odpowiada jej treści.

Przy tworzeniu tytułu można posłużyć się metodami kreatywnego myślenia *"sto definicji"*, *"fundamenty"*.

PIERWSZE SŁOWA

W pierwszych słowach należy zwrócić się do osób znaczących, które znajdują się wśród naszych słuchaczy. Oto najczęściej stosowane formuły:

Prezydent: *"Panie Prezydencie..."*

Ambasador: *"Wasza ekscelencjo Panie Ambasadorko..."*

Kardynał: *"Wasza eminencjo księżę Kardynale..."*

Ksiądz: *"Przewielebny księżę (proboszczu, dziekanie)..."*

Rektor: *"Wasza Magnificencjo Panie Rektorze..."*

oraz nieco żartobliwie: *"Łaskawe Panie, czcigodni Panowie..."*

lub w sposób, który ma podkreślić więź: *"Koleżanki, Koledzy..."*

Ważne, by w tym miejscu nie zapomnieć o podziękowaniu za zaproszenie, jeżeli nasza przemowa jest związana z faktem zaproszenia nas.

”

"Przyjaciele! Rzymianie Rodacy!

Użycie mi swojego ucha."

Cezar

ĆWICZENIE

Przygotuj dwuminutową prezentację, która będzie wstępem do Twojego przemówienia. W jej trakcie musisz odnieść się do tego, co powinien zawierać dobrze przygotowany wstęp.

Blank area for writing the presentation script, featuring horizontal dotted lines.

”

"Przemówienia sprawiające wrażenie największej spontaniczności to te, które były szczególnie starannie pracochłonnie przygotowane."

A. Wiszniewski

MATERIAŁ DO PREZENTACJI

UWAGI OGÓLNE O PRZYGOTOWANIU

ZASADA NR 1: “ZAPEWNIJ SOBIE DUŻO CZASU”

Mowa przygotowana *ad hoc* przynosi czasem efekt, ale jest to raczej wyjątek od reguły niż zasada skutecznej retoryki. Słynna wypowiedź A. Lincolna z 1863 roku na cmentarzu ofiar wojny domowej: *"Niech ten naród, boskim zrządzeniem zrodzi się ku nowej wolności. Cel: Panowanie ludu przez lud i dla ludu"* była wypowiedzią bez przygotowania. Jednak wiemy, że reguła, jaką posługiwał się Lincoln była inna. Zawsze notował na skrawkach papieru, które wkładał pod cylinder. Na końcu gromadził wszystko przy biurku i pracował nad zebrany materiał.

Odpowiednia ilość czasu na przygotowanie prezentacji pomaga w opracowaniu ciekawej koncepcji, oryginalnego punktu widzenia i oswojenia się z treścią.

ZASADA NR 2: “PRACUJ SYSTEMATYCZNIE”

Wielu znakomitych mówców pracowało długo nad swoimi wystąpieniami. Roosevelt włożył dużo czasu w przemówienie dotyczące przełamania kryzysu gospodarczego. Gdy już miał ostateczną wersję poprosił malarza z Białego Domu, aby posłuchał i powiedział, w których częściach jego mowa jest niezrozumiała.

J. Bush ze sztabem ludzi pracował bardzo długo nad swoim przemówieniem wyborczym, zaś samo przemówienie było zmieniane 27 razy.

Praca nad prezentacją to wyczerpujący wysiłek, dlatego warto pamiętać, co powiedział Edison: w pracy 1% to inspiracja, 99% to robota w pocie czoła.

Jeżeli wiemy, że jest to żmudny wysiłek, to należy się zastanowić nad tym, co nas inspiruje. Filozof Max Schiller najintensywniej pracował, gdy czuł zapach zgniłych jabłek, a starożytni Grecy chodzili prowadząc rozważania i przemyslenia.

ZASADA NR 3: “BĄDŹ RZECZOWY”

To co przekazujesz ma być obiektywne, prawdziwe, sprawdzone. Słuchacze pamiętają negatywne wrażenie, jakie im towarzyszyło, gdy słuchali czyjegoś banalnego wystąpienia i instynktownie uciekają od nudziarzy i bazarzy.

ZASADA NR 4: “MIEJ ŚWIADOMOŚĆ CELU”

Powinieneś ciągle zadawać sobie pytanie: co chcę osiągnąć? Np. jeżeli ma to być przemówienie agitacyjne, to teza główna musi przewinąć się parokrotnie.

Robinson w swojej książce Kazania biblijne pisał: *"nie jesteś gotowy wygłosić swojego kazania, gdy nie potrafisz jego treści zamknąć w jedno klarowne zdanie"*. Jeżeli mamy jasny cel, to możemy go używać jako kryterium do oceny tego, co powinno, a co nie powinno znaleźć się w materiale wystąpienia.

” ” *"Twój materiał musi być HI - TEXT"*

” ” *"Błogosławiony, kto nie mając nic do powiedzenia nie obleka tego w słowa."*
J. Tuwim

SŁUCHACZ I JEGO SUBIEKTYWNY ŚWIAT

W grze perswazji (do jakiej zalicza się prezentacja) odbiorca, słuchacz jest najważniejszy. Odczytanie jego preferencji jest podstawowym zadaniem nadawcy. Prezentując swój materiał musisz wiedzieć, że słuchacze:

- mają już jakiś pogląd na dany temat
- mają już jakieś nastawienie

Podczas wystąpienia podawane informacje będą odczytywane z perspektywy subiektywnego świata słuchaczy. Stąd w fazie przygotowania należy zadać sobie kilka pytań:

- Co myślą moi słuchacze na ten temat?
- Jakie mają doświadczenie z tego zakresu?
- Co z tej wiedzy i doświadczeń mogę wykorzystać?
- Co z tej wiedzy i doświadczeń będzie mi przeszkadzać?

Ignorowanie subiektywnego świata słuchaczy może spowodować, że podczas naszego wystąpienia wyjdziemy poza jego struktury akceptowalności (Karson), lub wywołamy efekt bumerangowy (Merton).

Wiedza o subiektywnym świecie słuchacza pozwoli nam lepiej się przygotować, a w czasie wystąpienia wypowiedzieć niektóre wątpliwości słuchaczy (np. *"Wiem, że część z Państwa ma takie zdanie na ten temat. Rozumiem to stanowisko i szanuję. Moją intencją będzie podanie argumentów, które według mnie przemawiają na rzecz innej hipotezy."*).

W przygotowaniu do prezentacji pod kątem przyszłych odbiorców dużą pomocą może okazać się technika *"Analiza pola siły"* i *"Obraz psychograficzny"*.

” Człowiek nie reaguje na wypowiedź, lecz na własną interpretację wypowiedzi drugiej osoby.

” *"Poznanie demograficznej i psychologicznej charakterystyki publiczności jest niezwykle ważnym krokiem w kierunku polepszenia wzajemnej komunikacji."*
B. Gronbeck

WAŻNE ETAPY W PRZYGOTOWANIU WYSTĄPIENIA

⇒ SCENARIUSZ CAŁOŚCI WYSTĄPIENIA

Pierwszy scenariusz prezentacji służy nam do tego, by bezładnej materii nadać kształt, oraz by nasza pamięć oswoiła się z treścią wystąpienia. Przy każdym ponownym przeglądaniu materiału rodzą się nowe pomysły, stąd warto systematycznie notować.

⇒ GŁÓWNE TEZY

Z całego materiału należy wybrać główne punkty, które będą jak kamienie milowe rozłożone na drodze twojej prezentacji. Warto jest zastanowić się, czy owe tezy można zmniejszyć objętościowo lub ułożyć w slogan zwięzły i stylistycznie wyrazisty.

⇒ CIĄGŁA ŚWIADOMOŚĆ CELU - PERSWAZJA

Rolą mówcy jest przekonać publiczność do swojego stanowiska, do zrewidowania określonych opinii, podjęcia lub zaniechania pewnych działań. Prezenter przypomina w swojej aktywności bardziej adwokata, niż nauczyciela.

Powinniśmy pamiętać o trzech pytaniach:

- co chcę osiągnąć?
- co myślą na ten temat moi słuchacze?
- jak mogę wpłynąć na zmianę lub utrwalenie ich stanowiska?

”

*Na jedną stronę mojego tekstu przypada
100 stron przeczytanej lektury”*

R. Kapuściński

KONSTRUKCJA PREZENTACJI

KONSTRUKCJA WYSTĄPIENIA

WYBÓR CELU

Wystąpienie powinno mieć jasno określony cel, do którego mówca zmierza w czasie swojej prezentacji. Cel służy jako kryterium w doborze materiału oraz miernik wykonanej w czasie prezentacji pracy.

WYBÓR TRZECH GŁÓWNYCH PUNKTÓW WYSTĄPIENIA

Prezentacja nie może zawierać wszystkiego, co wiemy na dany temat. Należy wybrać trzy tezy tak, aby nie zarzucić słuchacza natłokiem informacji. Pamiętaj o zasadzie prezentacji: „*Gdy rzucisz psu pięć kości to zgłupieje*”. O wyborze trzech punktów powinny zdecydować: ich waga oraz znaczenie dla odbiorcy i poruszanego zagadnienia.

” *"Nic tak nie wysusza serca jak abstrakcja."*
Napoleon

” *"Przy układaniu i opracowywaniu językowym fabuły trzeba mieć możliwie najbardziej wyraźny obraz zdarzeń (...) tylko wtedy, gdy poeta widzi zdarzenia tak wyraźnie, jak gdyby był przy nich obecny jest on w stanie znaleźć to, co stosowne i nie przeoczyć żadnej sprzeczności"*
Arystoteles, *Poetyka*

” *"Zero tolerancji dla przestępczości"*
R. Giuliani

” *"Komputer na każdym biurku"*
B. Gates

PRZYGOTOWANIE POMOSTÓW ŁĄCZĄCYCH

Pomiędzy głównymi punktami prezentacji powinny znaleźć się łagodne przejścia. Ich zadaniem jest przeniesienie uwagi słuchacza z jednego punktu na drugi. Aby to osiągnąć, możemy posłużyć się następującymi sposobami połączeń:

ILUSTRACJE

Poglądowość w erze obrazu (gdzie króluje telewizja) staje się jednym z dominujących kanałów przekazu informacji, stąd każdy mówca powinien używać ilustracji i obrazów w wystąpieniu.

PYTANIA "ŁĄCZĄCE"

Za pomocą pytań możemy przenosić uwagę naszych słuchaczy wykazując jednocześnie, że nasza prezentacja ma logiczną całość. Pytanie musi być elementem, który stanowi logiczną konsekwencję punktu 1 i ma w naturalny sposób zaprowadzić do punktu 2, np. *"Zobaczyliśmy, jaka jest główna przyczyna bezrobocia: wysokie podatki. Zapytajmy więc: co należy z tym zrobić? Aby na to odpowiedzieć, musimy..."*.

CYTATY

Cytat może być dobrą pointą pierwszej części i przejściem do części następnej.

SŁUPY MIŁOWE

Pomosty łączące, o których mówiliśmy wcześniej, służą łagodnemu przejściu pomiędzy punktami prezentacji. Słupy miłowe mają inne zadanie. Ich rola to zakreślenie struktury wystąpienia i pomoc słuchaczowi w orientacji gdzie się aktualnie znajdujemy? Słup miłowy może być oznaczony przy pomocy prostego zdania podsumowującego, np.: *"zobaczyliśmy przyczynę zjawiska dyfuzji odpowiedzialności, teraz zastanówmy się nad jej konsekwencjami...."*.

SCHEMAT PREZENTACJI – UKŁAD MATERIAŁU

ORGANIZACJA MATERIAŁU

Organizacja materiału do wystąpienia to sposób ułożenia myśli oraz kolejności tez, które mają być zaprezentowane. Przyjęcie danego schematu będzie warunkowało podkreślenie pewnych aspektów omawianego zagadnienia.

SCHEMATY ORGANIZACJI MATERIAŁU

SCHEMAT CHRONOLOGICZNY

Przedstawianie treści, zdarzeń w porządku czasowym - od momentu powstania danego zjawiska, poprzez poszczególne fazy do jego zakończenia.

SCHEMAT PRZYCZYNOWO-SKUTKOWY

Przedstawianie materiału uwzględniające porządek:

- przyczyna - skutek
- skutek- przyczyna

Np. przyczyna - skutek:

"Aby właściwie opisać tę historię, musimy sięgnąć do przyczyny,

która spowodowała, że Czerwony Kapturek wyszedł z ciepłego i bezpiecznego domu w niebezpieczną i długą podróż. Oczywiście będziemy też musieli zastanowić się nad przyczyną, jaka stała u podstawy tego, że pięćdziesięcioletni Gajowy również chadzał w okolicach domu owej babci. Ale wróćmy na razie do Czerwonego Kapturka, tak więc przyczyną, która wywołała określone skutki było ...".

SCHEMAT ZORIENTOWANY NA ODBIORCĘ

Prezentacja tematu uwzględniająca perspektywę słuchacza:

- jego pytania - w takim ujęciu prezentacja przybiera kształt: postawienie pytania - poszukiwanie/podanie odpowiedzi,
- jego problemy - w takiej formie materiał jest zorganizowany na zasadzie: problem - rozwiązanie.

Np. pytanie - poszukiwanie/podanie odpowiedzi:

"Co mam powiedzieć dziecku, które słyszy tak okropną opowieść? Może warto mu powiedzieć, że żyje w świecie, w którym może spotkać zarówno wilka jak i gajowego, stąd powinniśmy ...".

Np. problem - rozwiązanie:

"Czy czytanie (małym dzieciom) takich bajek nie jest działaniem lękotwórczym? Z obserwacji wynika, że dzieci w wieku trzech lat"

SCHEMAT TEMATYCZNY

Schemat ten uwzględnia klasyfikację omawianego problemu. Przy zastosowaniu tego schematu materiał prezentacji jest zorganizowany w układzie omówienia poszczególnych tematów związanych w treścią prezentacji.

Na przykład: „*Mówiąc o tej bajce należy wziąć pod uwagę cztery postawy, z jakimi spotykamy się w życiu zawodowym: naiwna niewinność - postać Kapturka, drapieżna chciwość - postać wilka, postępująca słabość - postać Babci, heroiczne bohaterstwo - postać Gajowego.*”

SCHEMAT PRZESTRZENNY

Prezentacja tematu opiera się na odwzorowaniu, opisaniu układu, jaki już istnieje w miejscu, z którym związany jest przedmiot prezentacji.

Na przykład.: *"Analizując tą opowieść skupmy się na dwóch miejscach, w których rozgrywa się ta historia: drodze biegnącej przez las oraz chatce babci".*

” *"Ostateczny efekt nie jest wynikiem obfitości materiału, lecz sposobem jego opracowania"*
Nauman

” *„Rzeczy, które się widzi zdają się potężniejsze niż te, o których się słyszy.”*
Lord Tennyson.

ŚRODKI WIZUALNE

Komunikowanie przy pomocy słów ma swoje ograniczenia, stąd warto wykorzystać obrazy. Obraz jest:

- szybszy w przekazie treści,
- bardziej skuteczny,
- łatwiejszy do zapamiętania,
- bardziej pojemny.

Im dłuższa prezentacja, tym większe zapotrzebowanie na wizualne elementy. Jeżeli mamy przemawiać do większej grupy ludzi, to zastosowanie obrazów jest tym bardziej uzasadnione. Przy prezentacji dla małej grupy używanie rzutnika wydaje się zabiegiem sztucznym.

Środki wizualne, a szerzej wszelkie rekwizyty pomagają nam oprzeć się przemożnej sile krzywej spadającej uwagi, która opada po ok. 20 minutach prezentacji.

Środki wizualne można podzielić na: a) wyjaśniające i ilustrujące, b) pobudzające. Celem pierwszej grupy jest wsparcie merytorycznej strony wystąpienia (akcent dydaktyczny). Celem drugiej jest utrzymanie uwagi słuchaczy (aspekt psychologiczny).

Przy doborze ilustracji należy zadać sobie pytanie, w jakim momencie będziemy ich używać - przed czy po wygłoszeniu danej tezy.

Przedmioty związane z prezentacją pomagają nam w:

- transformacji abstrakcyjnej idei w konkret
- dynamizacji przekazu
- zmianie ulotnego słowa w łatwy do zapamiętania obraz
- dobitnym podkreśleniu idei (porównaj wystąpienie J. Buscha przy WTC).

ANALIZA JĘZYKA PREZENTACJI

Aby przemówienie odniosło skutek, musi być zrozumiałe. Jednak należy pamiętać, że niektórzy mówcy osiągają sukces dzięki temu, że mówią w sposób niezrozumiały! Na przykład posługują się zwrotami, których nikt nie rozumie w celu wywarzenia wrażenia na słuchaczach.

ZWROTY OBCOJĘZYCZNE

Stosując zwroty obcojęzyczne pamiętaj o:

- a) wymowie - upewnij się, czy znasz prawidłową wymowę,
- b) znaczeniu - upewnij się czy rozumiesz znaczenie danego terminu,
- c) znaczeniu - czy słuchacze znają to słowo.

DŁUGOŚĆ ZDAŃ

Lepiej by zdania były krótkie, przy długich słuchacz się gubi: np. *"Maria Antonowa, siostra Aleksa, wstała rano i szybkim ruchem ręki odsłoniła okno w celu sprawdzenia pogody, przed zaśnięciem marzyła o pójściu na grzyby, jednak okazało się, że pomysł spełnienie na niczym, stąd postanowiła zabrać się za sprząatanie komnaty, która przylegała do kuchni"*.

GÓRNOLOTNOŚĆ - PATOS

Tego typu styl jest zarezerwowany na wyjątkowe sytuacje i wyjątkowe kategorie problemów. Ogólnie można zaobserwować pewne dążenie do lekkości w retoryce (co nie pociąga za sobą "lekkości" merytorycznej, czy problemowej).

DOBÓR SŁÓW

Dla mówcy przygotowującego przemówienie myśl jest pierwsza a potem pojawiają się słowa, za pomocą których chce on przekazać treść. U słuchacza jest odwrotnie. On spotyka się najpierw z formą językową, za pomocą której odczytuje myśl. Jeżeli tego nie weźmiemy pod uwagę, to możemy doświadczać rozczarowania widząc, że nasze wystąpienia są mało (lub zupełnie) niekomunikatywne.

„ *"kiedys wylosowałem ciasteczko w chińską wróżbę: "nie wystarczy mówić do rzeczy, trzeba mówić do ludzi".*
J. Żakowski

„ *"Mówcie tak, by zrozumieli was ludzie najskromniejszego stanu, a reszta słuchaczy nie będzie miała trudności."*
A. Lincoln

ZAKOŃCZENIE PREZENTACJI

Zakończenie jest punktem kulminacyjnym, do którego dążyliśmy przez cały czas naszego wystąpienia. W zakończeniu należy unikać dwu błędów: zakończenia zbyt raptownego (*"na tym zakończyłem, do widzenia"*) i przedłużania zakończenia (np. *"Na zakończenie chciałem dodać (...) Kończąc moją prezentację chciałem powiedzieć, że..."*)

Do budowy zakończenia zastosuj dwie dyrektywy:

- *"wszystko ma swój koniec"* - nie morduj słuchaczy, nie powtarzaj *"kończąc chciałbym dodać (...) na zakończenie dodam jeszcze (...) zamykając to wystąpienie ..."*
- *"koniec wieńczy dzieło"* - postaraj się w efektowny sposób zakończyć swoją prezentację.

Niektórzy mówcy mają przygotowane dwa alternatywne zakończenia. To, które wybiorą jest podyktowane reakcją publiczności na podawane treści.

Istotnym elementem, który należy wziąć pod uwagę podczas przygotowania kończącej części jest zbudowanie dobrego zdania, którym zakończymy, a następnie nauczenie się go na pamięć, bądź zapisanie dużymi literami na kartce. Końcowa wypowiedź (podobnie jako początek) jest najlepiej zapamiętywanym elementem przez słuchaczy.

ZDANIE KOŃCOWE

„*Puenta rzecz święta*”.

„*Ten list jest dłuższy niż poprzednie, gdyż brak mi było czasu na zwięzłe ujęcie.*”
Fragment listu B. Pascala do przyjaciela.

SPOSOBY ZAKOŃCZENIA PREZENTACJI

⇒ PYTANIE RETORYCZNE

np. "Jaka będzie Twoja reakcja? Co z tym zrobisz?" Etc.

⇒ ANEGDOTA

np. "Na zakończenie chciałbym opowiedzieć Państwu pewną historię, która jak mi się wydaje oddaje główną myśl mojego wystąpienia, otóż ...".

⇒ POSTAWIENIE WYZWANIA PRZED SŁUCHACZAM

np. "Teraz już każdy z nas wie, co i jak należy zrobić, stąd chciałbym postawić przed każdym jasno określone zadanie ...".

⇒ UJAWNIENIE OSOBISTYCH INTENCJI

np. "Przez 20 minut mojego wystąpienia starałem się pokazać, jak ważny jest ten temat. Ja osobiście zaangażowałem się w ten projekt 3 lata temu i chciałbym aby każdy z Państwa ...".

⇒ TECHNIKA "NA ZAPOMNIENIE"

W tej sytuacji mówca po oficjalnym zakończeniu prezentacji, gdy już odszedł od pulpitu wraca, by powiedzieć coś, co mu właśnie przyszło do głowy, a o czym zapomniał.

„Nie chciałem, żeby to zabrzmiało tak pesymistycznie, ale jakoś mi tak wyszło”
A. Wajda

CZAS NA PYTANIA

⇒ PAMIĘTAJ O POTRZEBACH SŁUCHACZY

Coś z tego, co mówiłeś mogło być źle zrozumiane, ktoś może mieć inne spojrzenie na dany problem. Do osób zadających pytania bądź pozytywnie nastawiony, nie nastawiaj się bojowo.

⇒ ZAZNACZ DŁUGOŚĆ CZASU/ IŁOŚĆ PYTAŃ

Jest to szczególnie ważne, gdy nie czujesz się pewnie w temacie, o którym mówisz, lub nie masz zdolności polemicznych.

⇒ UPEWNIJ SIĘ, CZY DOBRZE ZROZUMIAŁEŚ PYTANIE

To bardzo ważne, ponieważ w emocjach podczas słuchania pytania (przy świadomości, że zaraz musisz odpowiedzieć) możesz źle zrozumieć postawione pytanie.

⇒ NIE OSKARŻAJ, NIE PRZYPISUJ ZŁYCH INTENCJI

Staraj się precyzyjnie wyrazić swój punkt widzenia używając zwrotów: *"sądzę"*, *"uważam, że..."* (komunikacja nieinwazyjna). Unikaj kategoriycznych stwierdzeń, w dyskusji szukaj tego, co wspólne.

⇒ NOTUJ ZADAWANE PYTANIA

Notuj pytanie, co ułatwi Ci zebranie argumentów przy odpowiedzi a jednocześnie uchroni Cię przed zdeformowaniem sensu pytania.

⇒ NIE DOWIERZAJ NIESPRAWDZONYM INFORMACJOM, SPRAWDŹ U ŹRÓDŁA

„*„Ludzie budują dużo murów, a za mało mostów.”*
Izaak Newton

„*„Doprowadzić przeciwnika do złości, albowiem w złości nie jest on w stanie prawidłowo rozumować i dopilnować swoich korzyści.”*
A. Schopenhauer,
Erystyka czyli sztuka prowadzenia sporów

TECHNIKI ERYSTYCZNE

⇒ WYPROWADZENIE Z RÓWNOWAGI

Przeciwnik stara się wyprowadzić nas z równowagi w nadziei, że wtedy nie będziemy w stanie racjonalnie myśleć. Wykorzystuje do tego niesprawiedliwe traktowanie, lekceważenie, obrazę, kłamstwa etc.

⇒ ZMIANA PRZEDMIOTU SPORU

Nasz przeciwnik widząc, że traci grunt pod nogami i nie jest w stanie odeprzeć naszej argumentacji, szybko zmienia temat naszej dyskusji.

⇒ SPOSOBY UJĘCIA TEMATU

Jeżeli dyskusja dotyczy ogólnego problemu lub czegoś nieprecyzyjnego, przeciwnik próbuje określić daną rzecz zgodnie z jego punktem widzenia. I tak nowości nazywa nowinkami, rozsądek - zachowawczością, bojowników o wolność terrorystami.

TECHNIKI ODPOWIEDZI NA PYTANIA

⇒ TECHNIKA PRZEJŚCIA

Cel techniki:

Przejsście od postawionego przez słuchacza pytania do kwestii, którą chcemy poruszyć, unikanie niewygodnych tematów poprzez skierowanie rozmowy na inne tory.

Pytanie - odpowiedź:

"Dlaczego nie wycofaliście wadliwego produktu z rynku?"

"Sądzę, że przedstawię problem wyraźniej, jeśli wyjaśnię najpierw, że..."

⇒ TECHNIKA POMINIĘCIA SUGESTII

Cel techniki:

Uniknięcie odpowiedzi, która została zasugerowana przez pytającego, wyjście poza możliwości przedstawione przez adwersarza.

Pytanie - odpowiedź:

"Czy firma zamierza podpisać umowę ze Szwedami, utworzyć spółkę z partnerem niemieckim, czy zająć się importem?"

"Celem firmy jest wybranie najkorzystniejszego partnera, który zapewni nam nowoczesną technologię."

⇒ TECHNIKA NEUTRALIZACJI MENTORA

Cel techniki:

Uniknięcie sytuacji, w której adwersarz poprawia nas w celu zdyskredytowania i wykazania swoich kompetencji.

Pytanie - odpowiedź:

Adwersarz poprawia rozmówcę w jakiejś kwestii.

"Dziękuję za uwagę, nasza firma /kontynuuje/ ...", lub zignorowanie poprawki.

⇒ TECHNIKA PRZEŁAMANIA NIEUSTAJĄCYCH HIPOTEZ

Cel techniki:

Unikanie spekulacji, co do przyszłych zdarzeń, uchylenie się przed odpowiedzią na stawiane sytuacje hipotetyczne.

Pytanie - odpowiedź:

"Gdyby doszło do wypadku śmiertelnego, czy pana firma zapłaciłaby odszkodowanie?"

"To chyba zbyt poważny temat, aby w takiej konwencji prowadzić takie spekulacje."

⇒ TECHNIKA ROZŁOŻENIA ZASTRZEŻENIA NA CZĘŚCI PIERWSZE

Cel techniki:

Zneutralizowanie zastrzeżenia przez rozłożenie go na części składowe w celu uniknięcia odpowiedzi na trudne pytanie.

Pytanie - odpowiedź:

"Wasza firma nie dba o środowisko naturalne."

"Jeżeli zechce Pan popatrzeć na nasze działania poczynając od marca 1997 krok po kroku..., przy uwzględnieniu działań podjętych we wrześniu tego roku..."

KOMUNIKACJA „MIĘKKA”

Komunikacja *miękka* - zastosowanie zasady negocjacji: „miękki do ludzi, twardy do problemu”

Komunikacja *miękka* to zaniechanie:

- Uogólnień w rozmowie
- Kategorycznej oceny wypowiedzi/zachowań rozmówcy
- Konfrontowania partnera rozmowy

Komunikacja *miękka* to:

- Budowanie przyjaznej atmosfery w rozmowie
- Kreowanie partnerskiej relacji z rozmówcą
- Pozyskiwanie rozmówcy do współpracy
- Umiejętność spojrzenia na problem z innego punktu widzenia

- Sztuka przekonywania bez naruszania autonomii rozmówcy

Struktura komunikacji miękkiej:

- **Empatia**, czyli zdolność do spojrzenia na problem z perspektywy rozmówcy - *rozumiem Pana stanowisko, staram się zrozumieć Pana racje i argumenty...*
- **Zwroty miękkie** - *proponuję, sugeruję*
- **Spójnik** - *jednak, i, z drugiej strony*
- **Wypowiedzi w liczbie mnogiej** zachęcające do wspólnego rozwiązania problemu - *my, spróbujmy, popatrzmy.*
- **Użycie argumentu połączonego z ideą trzeciej strony** bądź zaproponowaniem czytelnych kryteriów porozumienia: *doświadczenia zgromadzone w naszej branży pozwalają sądzić, że...*

SOFIZMATY

Sofizmat to fałszywy wniosek. To błąd popełniony świadomie w celu nadania pozorów prawdziwości twierdzeniu fałszywemu. Tak rozumiany sofizmat różni się od paralogizmu, który jest rozumowaniem niepoprawnym, lecz w którym rozumujący nie jest świadom błędu. Sofistyczny - zwodniczy, pozorny.

NAZWA	CHARAKTERYSTYKA	PRZYKŁAD	ODPOWIEDŹ
pośpieszne uogólnienie	Formułowanie stwierdzenia ogólnego, które jest oparte na zbyt małej ilości informacji. Budowanie ogólnych zasad na podstawie przypadkowych albo wyjątkowych sytuacji.	<i>"W jednym z oddziałów waszego Banku stwierdzono luki w zabezpieczeniach. Ja nie mogę powierzyć moich pieniędzy w ręce niewiarygodnej instytucji."</i>	<i>"To o czym Pan mówi, miało miejsce dwa lata temu, i był to wyjątek, a dyrektor banku został pociągnięty do odpowiedzialności. W naszym oddziale mamy szereg zabezpieczeń, stąd nie ma podstaw do tego typu obaw."</i>
sofizmat psycho-genetyczny	Zakłada on, że jakiś pogląd zostanie obalony, gdy odkryjemy jego psychologiczne podstawy.	<i>"Tak, Pan to mówi dlatego, że dostanie za kolejnego zdobytego klienta premię albo jakiś dodatek. Pan ma osobisty interes by mnie przekonać."</i>	<i>"Jak większość Polaków, ja także pracuję i staram się to robić dobrze, stąd - jeżeli to był komplement - to dziękuję. Chciałbym jednak dodać, że nie rozmawiamy o mnie, ale o naszym produkcie."</i>
sofizmat chronologiczny	Próba obalenia jednego poglądu przez wykazanie daty jego pochodzenia.	<i>"Wasz Bank działa od niedawna, nie jesteście wiarygodni."</i>	<i>"To prawda, działamy od 1990 roku, jednak to nie przesądza o wiarygodności. Proszę wziąć pod uwagę fakt, że na wiarygodność Banku składają się trzy następujące elementy (...) i my je spełniamy."</i>
argument przeciw osobie ("uderzenie poniżej pasa")	Wykazanie osobistych braków rozmówcy a nie słabych strony jego argumentów.	<i>"Pan jest taki młody, więc co mi Pan mówi o wiarygodności Pana firmy."</i>	<i>"Dziękuję za komplement (uprzejmie i z uśmiechem), jednak proszę zauważyć, że mówimy tu o naszym produkcie, a nie o moim wieku."</i>
szczególny nacisk	Polega na tym, że kładzie się duży nacisk na to, co potwierdza moje stanowisko, pomijając jednocześnie to, co mu zaprzecza.	<i>"Ten samochód ma czerwony kolor, a moja żona nie lubi tego koloru. Pan nie ma nic innego do zaoferowania, dlatego sądzę, że powinien Pan zmniejszyć cenę o..."</i>	<i>"Proszę zauważyć, że obok koloru, który Pan uznaje za nieładny ten samochód ma kilka istotnych atutów: marka, mały przebieg, dobry stan techniczny, to wszystko składa się na jego cenę."</i>

NAZWA	CHARAKTERYSTYKA	PRZYKŁAD	ODPOWIEDŹ
apel do niewiedzy	Zakłada się, że jeżeli ktoś nie potrafi sformułować argumentu na rzecz głoszonego przez siebie poglądu, to przegrywa.	<i>"I co, nie potrafi Pani mi na to odpowiedzieć, widzę, że ta firma stoi na glinianych nogach."</i>	<i>"Z tym problemem spotykam się po raz pierwszy, proszę chwilę poczekać, poproszę kierownika działu lub: proszę mi zostawić Pana numer telefonu, dziś jeszcze oddzwonię, jednak tu się Pan ze mną zgodzi - na podstawie tej jednej rzeczy nie możemy mówić o działalności całej naszej firmy."</i>
sloganowe myślenie	Jako dowodów używa się w nim znane maksymy, powiedzenia, aforyzmy, które często same potrzebują udowodnienia.	<i>"Dlaczego uważasz, że powinniśmy rozpocząć akcję protestacyjną? Czy nie wiesz, że pokorne ciele dwie matki ssie?"</i>	<i>"Wiele jest mądrości zapisanych w przysłowiach, jednak sądzę, że to, które przytoczyłeś nie ma tu dużego zastosowania. Okoliczności, które stoją przed nami sugerują, że to jest jedyny sposób."</i>
apel do tłumu	Omija się tu niezależne i krytyczne myślenie, powołując się na opinię większości. Ten styl argumentowania charakteryzuje się konformizmem, zakłada, że o prawdzie decyduje większość.	<i>"Większość Polaków uważa, że wasz produkt jest nieskuteczny."</i>	<i>"Szanujemy opinię konsumentów, jednak proszę zauważyć, co mówią osoby, które poznały nasz produkt, i jakie są tendencje na rynku. To świadczy o tym, że ci, którzy zaczęli używać nasz produkt mają inne zdanie. Zresztą większość ludzi była przeciw temu, co mówił Kopernik; na wszystko potrzeba otwartości i czasu."</i>
błędne koło	Używanie wniosków jako złożień, przyjmowanie rzeczy, która ma być dowiedziona jako dowód sam w sobie.	<i>"Jesteście mało wiarygodną firmą, bo działacie dopiero od 2 lat. Każdy, kto działa tak krótko jest niewiarygodny."</i>	<i>"W jednym się zgadzamy z Panem. Funkcjonujemy na rynku od dwóch lat i ten czas potwierdził naszą wiarygodność."</i>
błędny dylemat	Zakłada, że istnieją tylko dwa rozwiązania, dwie alternatywy, gdy w rzeczywistości jest ich więcej.	<i>"Idąc na targ z zamiarem kupienia konia, zabierzesz z sobą człowieka, który się zna, czy człowieka uczciwego?"</i> <i>"Moje działania uzależniam od Pana reakcji. Daję Panu wybór: albo weźmie Pan ofertę nr 1 z takimi warunkami, albo ofertę nr 2 z takimi. Co Pan na to?"</i>	<i>"Zakładam, że te dwie cechy mogą być obecne w charakterze jednego człowieka."</i> <i>"Proponuję stworzenie oferty nr 3."</i>
nadużycie analogii	Próba udowodnienia czegoś przez niewłaściwe użycie analogii. Analogie nie dowodzą, ale wyjaśniają, obrazują.	<i>"Panie Marku, ten kontrakt będzie dla Pana jak wypłynięcie na szerokie wody, dlatego proszę się nie sugerować niską stawką. Musi Pan to przyjąć."</i>	<i>"Dziękuję za uznanie. Jednak jako kapitan muszę wziąć pod uwagę koszy tego rejsu, i z tego powodu sugeruję wyższą stawkę albo na razie pozostanę w porcie."</i>



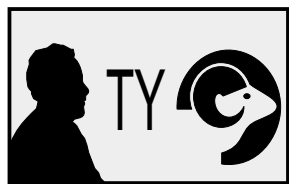
„Jaka to potęga, gdy tysiąc gęsi gęga”

TECHNIKI RETORYCZNE

TECHNIKI RETORYCZNE – EFEKT ZASTOSOWANIA



„Z kolei pozostaje nam omówić retoryczne środki przekonywania właściwe dla wszystkich rodzajów wymowy”.
Arystoteles, Retoryka ks. II



METAFORA

Metafora (gr. „*meta*” + „*morfe*”) - sposób mówienia o danej rzeczy za pomocą terminów pochodzących z innej dziedziny, np. mówiąc o rozwoju firmy można posłużyć się metaforą militarną i stwierdzić: „*zdobyli rynek*”, „*walczą z konkurencją*” lub w wypowiedzi „*Ukraina stoi w szpagacie między Wschodem a Zachodem*” widać wyraźnie dylemat współczesnej Ukrainy. Pamiętajmy, ludzie zapamiętują obrazy. Uwaga na metafory nietrafne, np. „*Nie można przypudrować tego raka*” Z. Wrzodak.

Pamiętajmy, że przy pomocy tej techniki można wiele uzmysłowić, ale nie udowodnić.

Przykłady:

"Pewna zameężna kobieta z pewnym życiowym doświadczeniem dostaje od młodego mężczyzny propozycję po tygodniowej znajomości: "wyjdź za mnie". Jedyna odpowiedzialna odpowiedź po siedmiodniowej znajomości brzmi następująco: "pozostanę przyjaciółmi". Jan Maria Rokita.

"Ten kucharz będzie przygotowywał tylko pikantne dania". Lenin o Stalinie.

"Prawo to nie gumka do majtek, aby pasowało na każdą sylwetkę." T. Nałęcz.

"Polska jest za duża, by klęczeć, ale za mała, by stać samodzielnie." M. Strąk.



PORÓWNANIE

Porównanie (paralela) - zestawienie ze sobą dwóch elementów, najczęściej nieznanego, abstrakcyjnego (o szerokim polu znaczeniowym) oraz znanego, konkretnego, przy czym oba te elementy muszą posiadać jakąś wspólną cechę.

Przykłady:

"Kiedy obejmowałem przewodnictwo w Unii, miałem poczucie, że jestem w sytuacji Adama Małysza - stoimy przed wielkim skokiem i mamy szansę daleko poszybować." B. Geremek

"Poseł Dorn jest jak indyka. Atakuje wszystko co czerwone". J. Jaskiernia

"Lubię seks jak koń owies." R. Beger



NARRACJA

Krótkie opowiadanie, historia, w której na plan pierwszy wysunięta jest akcja lub dana postać. Technika ta wpleciona w wywód mówcy pozwala na wywołanie zainteresowania słuchaczy. W budowaniu opowiadania należy pamiętać o szczegółach, np. zamiast zdania *"Jaś chciał dostać pieniądze na lody"* można powiedzieć: *"Przed matką stanął mały chłopiec, twarz miał brudną od owoców. Przytulił się lekko i wyszeptał: 'Mamo daj na loda'."*

Przykład:

W. Havel: *"Kierownik sklepu warzywnego umieścił na wystawie, między cebulą a marchwią, hasło: 'Proletariusze wszystkich krajów łączcie się!'. Cemu to zrobił? Co chciał poprzez to oznajmić światu? Czy naprawdę jest osobiście entuzjastą idei połączenia się proletariuszy wszystkich krajów? (...) Hasło to przywieziono naszemu kierownikowi z hurtowni, razem z cebulą i marchwią, on zaś umieścił je na wystawie po prostu dla tego, że robi tak już od lat, że robią tak wszyscy, że to tak musi być. Gdyby tego nie zrobił, naraziłby się na kłopoty (...) jest to jeden z tysięcy 'drobiazgów' zapewniających spokojne bytowanie 'w zgodzie ze społecznością'."*

A teraz wyobraźmy sobie, że nasz kierownik sklepu warzywnego pewnego dnia nagle zbuntuje się i przestanie wywieszać hasło (...), przestanie chodzić na wybory, o których wie, że żadnymi wyborami nie są; na zebraniach zacznie mówić, co naprawdę myśli (...) Tym swoim buntem wydobydzie się z życia w kłamstwie; odrzuci rytuał i naruszy reguły gry; odnajdzie swoją zdeptaną tożsamość i godność, zrealizuje swoją wolność. Jego bunt jest próbą życia w prawdzie."

Rachunek przyjdzie wkrótce: wyrzucą go z kierowniczego stanowiska (...) jego pobory zmaleją, rozwieją się nadzieje na urlop w Bułgarii, dalsza nauka jego dzieci stanie pod znakiem zapytania". "Siła bezsilnych". W. Havel



PODSUMOWANIE CZĄSTKOWE

Technika ta polega na syntetycznym zaprezentowaniu pewnej części wypowiedzi z podkreśleniem najistotniejszych jej fragmentów. Podsumowania dokonujemy, by unaocznic coś lub przejść do następnego punktu naszego wywodu. Zasady, o jakich należy pamiętać stosując podsumowanie:

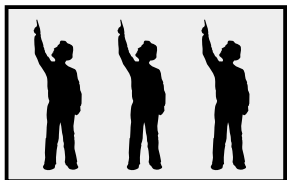
- a) podsumowanie musi być lapidarne,
- b) podsumowanie musi ująć sedno problemu.

Podsumowanie może przybrać kształt streszczenia, które nadaje spójności przemówieniu a dodatkowo pełni rolę drogowskazu.

Przykład:

"Punkt pierwszy zawierał dwa elementy (...) teraz popatrzmy na ten problem z innej perspektywy".

„Przykłady to naturalne argumenty, które nie uzyskuje się na drodze wnioskowania, lecz które po prostu są dane, a mówca wykorzystując swoje doświadczenie i spostrzegawczość musi je wydobyć.”
Stenbrink



POWTÓRZENIE

Technika, w ramach której dany fragment wypowiedzi, myśli zostaje kilkakrotnie zaprezentowany. Za jej pomocą podkreślamy i uwypuklamy jakąś tezę.

Zasady, jakie obowiązują przy stosowaniu powtórzenia to:

- nie stosować go zbyt często,
- stosując należy robić to w różnorodny sposób.

a. powtórzenie dosłowne to stosowanie mechanicznego powtórzenia danego zwrotu, np. *"Należy zmienić ustawę, taka jest opinia wielu: należy zmienić ustawę"*.

Przykład:

Oriana Fallaci: *"Niektórzy nie są ani zadowoleni, ani niezadowoleni. Nie obchodzi ich to. Ameryka jest przecież tak daleko, między Europą a Ameryką jest Ocean... O nie, moi drodzy. Nie. Jest stróżka wody. Ponieważ kiedy gra toczy się o los Zachodu, o przetrwanie naszej cywilizacji, to Nowym Jorkiem jesteśmy my sami. Amerykanie to my. My Włosi, my Francuzi, my Anglicy, my Niemcy, my Austriacy, my Węgrzy, my Słowacy, my Polacy, my Skandynawowie, my Belgowie, my Hiszpanie, my Grecy, my Portugalczycy."*

b. powtórzenie przekształcone adresowane jest do bardziej wymagającego audytorium.

Przykład:

· Edward Kennedy w czasie uroczystości żałobnej na cześć swojego brata Roberta powiedział: *"Widział bezprawie i starał się je zwalczyć. Widział cierpienie i starał się je uśmierzyć. Widział wojnę i starał się ją zakończyć."*

· Martin Luter King: *"Mam wciąż ten sen, że na rdzawych górach Georgii synowie dawnych niewolników i synowie dawnych właścicieli niewolników będą mogli zasiąść razem przy stole braterstwa. Mam wciąż ten sen, że pewnego dnia każda dolina będzie wzniesiona, a każda góra będzie zniżona, każde nieprzetarte miejsce będzie przetarte, każda pokrętna droga będzie wyrównana, a chwała Pana zostanie odkryta i ludzie jak jedno ciało będą ją widzieli. Mam wciąż ten sen."*



APEL

Technika polegająca na bezpośrednim odwołaniu się do woli, emocji, myśli odbiorcy. Apel stosowany jest głównie przy wystąpieniach agitacyjnych: *"Zastanów się nad tym"*, *"Czy możemy przejść obok tego?"*, *"Co zamierzasz zrobić?"*.

Przykład:

B. Pawłowski: *"Polacy! Bracia! Przecież nie jesteśmy eunuchami! Obudźcie się ! Mamy jeszcze: siarkę, miedź, srebro, węgiel"*. (Bogdan Pawłowski kandydat na prezydenta 2000).



CYTAT

Technika, która polega na przywołaniu czyjejś wypowiedzi, myśli. Cytat urozmaica wystąpienie oraz sugeruje szeroką wiedzę mówiącego.

Zasada, o jakiej należy pamiętać stosując cytaty to:

- a) należy cytować oszczędnie,
- b) w sytuacji powoływania się na jakiś autorytet, powinno się wziąć pod uwagę, czy słuchacze podzielają naszą opinię w tym względzie,
- c) cytując można rozszerzyć wstęp i zamiast: *"Sokrates powiedział"*, możemy użyć formuły: *"W swojej obronie starożytny filozof Sokrates powiedział..."*.

Przykład:

B. Shaw uczestniczył kiedyś w wykładzie historyka, który ciągle podawał: cytaty - źródło, cytaty - źródło. Po spotkaniu poeta zapytany o opinię odpowiedział: *"Dziwne, bardzo dziwne, tyle źródeł, a mimo to sucho."*



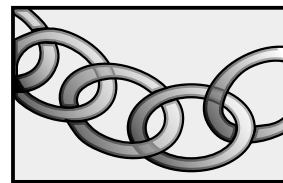
KONTRAST

Technika, która polega na zestawieniu przeciwieństwa. Kontrast jest używany po to, by wyrażona myśl, teza, stała się bardziej dobitna. Używając zestawienia kontrastowego możemy łatwiej wyjaśnić ważną dla nas myśl. Np. *„Aby wyjaśnić śmierć, popatrzmy czym jest życie”*, następnie na tym zdaniu budujemy konstrukcję części naszego wystąpienia. Kontrast może być budowany w oparciu o schemat: wada - zaleta, większość - mniejszość, słowo - czyn, małe - duże.

Przykłady:

„Lepsze są nieprzyjemne prawdy niż przyjemne iluzje”. J.F.C

„Oto więc, odwrócone do siebie plecami, dwa sposoby opowiadania Historii, które z dzisiejszej perspektywy jawią się jako dwie mitologie polityczne - obie wyrosłe z pewnego idealizmu i w szczególny sposób się uzupełniające. Mitologia kompromisu przeciw mitologii radykalizmu; mitologia braterstwa przeciw mitologii apokalipsy; mitologia praw człowieka przeciw mitologii wywrócenia porządku świata; mitologia, która sytuuje przemoc w każdym z nas, przeciw mitologii przemocy obecnej w "dyktaturze Państwa"; mitologia, która wywyższa takie wartości jak serce, inteligencja, odwaga, przeciw tej, która, denuncjując grzech opresji, żąda klarowności i konfrontacji”. Annie Cohen-Solal.



ŁAŃCUCH

Łańcuch to figura retoryczna, której konstrukcja opiera się na tym, że jedna myśl zachodzi na drugą, a sens wypowiedzi ujawnia się na końcu. Dzięki zastosowaniu tej techniki uzyskujemy efekt zaskoczenia słuchacza i dobitnego podkreślenia przedstawianego związku myśli.

Przykłady:

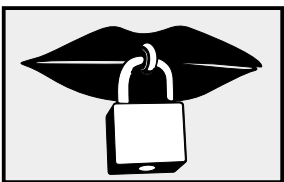
„Kto ma media, ma możliwość oddziaływania, kto ma możliwość oddziaływania ma władzę, a kto ma władzę rządzi Polską, a kto rządzi Polską, rządzi też i tobą”.

„Umiejętność rządzenia ludźmi to przede wszystkim umiejętność perswazji. Aby rządzić, trzeba argumentować; aby argumentować, trzeba posługiwać się rozumem, a posługując się rozumem, trzeba wiedzieć, z kim ma się do czynienia.”
Ks. J. Tischner, *Etyka solidarności*.



ZAPOWIEDŹ

Zapowiedź to figura retoryczna, która polega na uprzedzeniu odbiorcy o tym, co za pewien czas będzie prezentowane. Jej użycie powoduje zwiększenie uwagi i zainteresowania słuchacza, np.: *"Pewnie zdziwicie się Państwo, gdy wyłożę karty i powiem, jakie jest moje zdanie. Na razie jednak ..."*, lub: *"Problem zamieszczony w tytule przeanalizuję z trzech perspektyw: 1) genezy, 2) skutków, 3) metod przeciwdziałania"*.

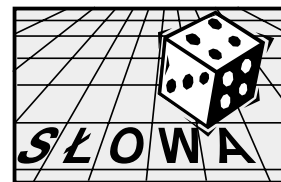


PRZEMILCZENIE

Przemilczenie to figura retoryczna polegająca na tym, że pewne sprawy pomija się celowo tak, by milczeniem podkreślić ich wagę.

Przykład:

"Znałem pewną spotykaliśmy się...".



GRA SŁÓW

Technika polegająca na wykorzystaniu podobieństwa brzmieniowego lub semantycznego stosowanych wyrazów. Należy pamiętać, że jeżeli używamy gry słów to powinna być ona dowcipna i trafna, np. *"Nie chcemy upaństwowić człowieka, ale uczłowieczyć państwo"*.

W grze słów wykorzystane jest brzmieniowe podobieństwo między słowami w celu wydobycia i podkreślenia pewnej myśli - *"wierzyć w Boga, czy wierzyć Bogu"* lub: *"omnipotencja prowadzi do impotencji"* (Cz. Bielecki), czy wreszcie podobieństwo semantyczne: *"poszerzająca się ciasnota umysłowa"*.

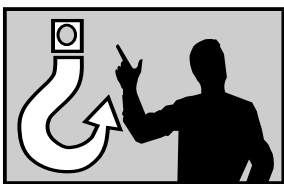
Przykłady:

L. Miller o sytuacji AWS pod koniec kadencji: *"Od oczarowania do rozczarowania"*.

W. Churchill: *"Jeszcze nigdy w historii ludzkich konfliktów tak wielu nie miało tak wiele do zawdzięczenia tak niewielu"*.

J. Nowak-Jeziorański: *"Polsce grozi nie rozbiór, ale rozbiórka"*.

M. Zileniewski: *"Marek Belka doskonale rozumie, iż aby zdynamizować gospodarkę należy ruszyć głową, a nie tylko stopami (procentowymi)"*.



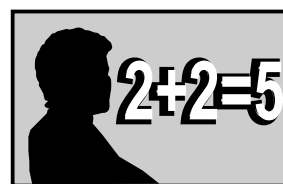
ALUZJA

Technika, która polega na nawiązaniu do czegoś/kogoś w sposób niebezpośredni. Aluzja to doskonały i dobry sposób na podkreślenie czegoś, np. „*Cóż, wołania biednych nie są tu, na Wiejskiej słyszane! Zdaje się, niektórzy są głusi na lewe ucho*”. Przy stosowaniu aluzji należy pamiętać, że aluzją dosadną można zranić.



HIPERBOLA

Hiperbola to figura retoryczna bazująca na zamierzonej przesadzie, np. „*Jeżeli twoja ręka cię gorszy to odetnij ją, jeżeli twoje oko cię gorszy to wylup je*”. Celem hiperboli jest dobitne podkreślenie czegoś.



PARADOKS

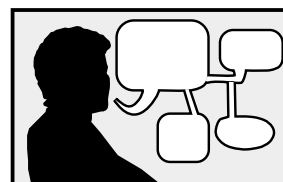
Paradoks to forma gry słownej polegająca na użyciu sprzeczności. Za jej pomocą uzyskujemy zainteresowane odbiorcy.

Przykłady:

„*Brak odpowiedzi jest odpowiedzią*”.

„*Ta cisza jest bardzo wymowna*”.

„*Samotny w tłumie*”.



DYGRESJA

Technika polegająca na stosowaniu wypowiedzi, która odchodzi od głównego tematu. Jej zastosowanie powoduje, że słuchacze sądzą, iż ten kto mówi, mówi swobodnie, wtrąca to, co sobie aktualnie przypomniał. Dygresja powoduje wrażenie, że mamy do czynienia z luźną rozmową.

Przykład:

„*Może tu przystanę i zrobię małą dygresję, bo przypomniało mi się, że...*”.

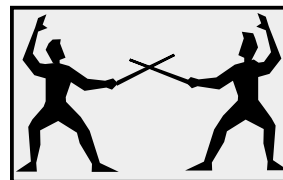


PYTANIE RETORYCZNE

Pytanie retoryczne to pytanie, na które nie oczekujesz odpowiedzi, pytanie to ma poruszyć, zainteresować słuchaczy.

Przykład:

„Mamy przed sobą walkę, wiele długich miesięcy walki i cierpienia. Pytacie, jak jest nasza polityka? Powiem wam: jest nią toczyć wojnę, na morzu, na lądzie i w powietrzu, całą naszą mocą i całą naszą siłą, jakiej udzieli nam Bóg (...) To jest naszą polityką. Pytacie, jaki jest nasz cel? Opowiem jednym słowem: zwycięstwo zwycięstwo za wszelką cenę, zwycięstwo mimo wszelkiego terroru, zwycięstwo, niezależnie od tego, jak długa i trudna może być do niego droga; bo bez zwycięstwa nie ma przetrwania”. W. Churchill (pierwsze wystąpienie po podjęciu teki premiera).



DIATRYBA

Diatryba to figura retoryczna polegająca na stworzeniu pozorów walki z wyimaginowanym przeciwnikiem. Gdy mamy np. problem do omówienia i znamy argumenty drugiej strony, możemy włożyć je w usta swojego wyimaginowanego przeciwnika. Diatryba może być stosowana w wersji konfrontującej (polemika z argumentami strony przeciwnej), lub w wersji neutralizowania obaw słuchaczy.

Przykłady:

„Powiesz - niższe podatki, wielu ci przykłaśnie, ale... Powiesz zwiększyć opiekuńczość państwa..., ale ty jako wzorowy socjalista...”.

„Zapewne może ktoś pomyśleć, że zamierzam wzmocnić swoją władzę. Proszę jednak abyś spojrział na mój styl prowadzenia firmy. Zapewne zapytasz o zakres kompetencji, a ja budując porozumienie między stronami wskażę na...”

ELEMENTY KOMUNIKACJI NIEWERBALNEJ

GESTY, KTÓRE POMAGAJĄ W POPRAWNEJ KOMUNIKACJI

OTWARTE RAMIONA

Nie należy: obejmować siebie samego podczas prezentacji, trzymać się za lewe lub prawe ramię.

Dobrze jest, gdy nasze ramiona: swobodnie układają się po obu stronach ciała.

WIDOCZNE, OTWARTE DŁONIE

Nie należy: trzymać rąk w kieszeni, ukrywać dłonie pod stołem, poprawiać włosy bądź krawat podczas wystąpienia.

Dobrze jest: stosować gestykulację, używać dłoni do podkreślenia pewnych fragmentów wypowiedzi, stosować semantyczne zabudowanie przestrzeni.

”

„W miarę upływu czasu widzę, że ani politycznie, ani moralnie nie ma nic złego w wykorzystaniu stroju i wyglądu na swoją korzyść. Gdybym pojawiła się w telewizji w bawełnianej bluzce i sandałach, wyrządziłabym ruchom pokojowym niedźwiedzią przysługę. Obecnie chętnie wkładam granatowy kostium i perły mojej babci, jeżeli tylko wierzę, że dzięki temu konserwatywni posłowie będą słuchali, co mam do powiedzenia. Sądzę, że można to nazwać dojrzałością.”

„Jeżeli ruchy części ciała wspomagają jak gdyby nasze słowa, to ruchy rąk - można by tak rzec - mówią same przez się.” Kwintylian
fragmenty wywiadu z M. Thompson przewodniczącą CND.

WZROK SKIEROWANY W STRONĘ SŁUCHACZY

Nie należy: uparczywie utrzymywać kontakt wzrokowy z jedną wybraną osobą (styl upartego muła), łąpać kontakt wzrokowy tylko w kilkoma osobami (styl wędkarza) patrzeć w sufit, okno, notatki.

Dobrze jest: wodzić wzrokiem od prawej do lewej strony sali (styl latarnia).

MIMIKA

Nie należy: używać min ponuraka, robić niekontrolowanych grymasów twarzy.

Dobrze jest: życzliwie uśmiechać się do słuchaczy, podkreślać swoje wypowiedzi przez adekwatną do treści mimikę.

STANIE PRZED PUBLICZNOŚCIĄ

Nie należy: kiwać się na boki, dreptać w miejscu, chodzić w tył i w przód.

Dobrze jest: stać w lekkim rozkroku przodem do słuchaczy, poruszać się zgodnie z dynamiką wypowiedzi.

GESTY, KTÓRE PRZESZKADZAJĄ

LEKCEWAŻENIE:

- wzruszanie ramionami w odpowiedzi na pytania słuchaczy,
- machnięcie ręką zamiast uzasadnienia swojej reakcji na wypowiedź rozmówcy,
- udawanie, że się nie zauważa obecności drugiego człowieka,
- zajmowanie się czymś innym podczas wypowiedzi osoby, której okazuje się lekceważenie /czytanie, rozmowa z innymi, itp./,

NIEUFNOŚĆ:

- rozglądanie się po bokach w nadziei znalezienia pomocy ze strony kogoś innego,
- kręcenie głową, zaprzeczanie,
- unikanie patrzenia na mówiącego w naszą stronę słuchacza,

ZNUŻENIE:

- wiercenie się,
- pocieranie karku,
- ziewanie, przymykanie oczu,
- spoglądanie na drzwi, okna,
- dyskretne patrzenie na zegarek.

IRYTACJA:

- częste wzdychanie,
- przerywanie innym osobom,
- przyspieszenie tempa wypowiedzi,
- mówienie podniesionym głosem,
- ponaglanie innych, żeby mówili szybciej,
- zaczerwienienie na twarzy,
- machanie nogą,
- bębnienie palcami.

BRAK SYMPATII:

- zwiększanie dystansu,
- stawianie barier, tj. teczki, torby, wolnego krzesła,
- unikanie kontaktu wzrokowego.

STRACH:

- skulona postać,
- ramiona obejmujące tułów,
- głowa wciśnięta w ramiona,
- kurczowe trzymanie siedzenia, oparcia,
- mówienie cichym, rwącym się głosem,
- spuszczenie głowy,
- częste odchrząkiwanie,
- przestępowanie z nogi na nogę.



"Gesty są pierwotnym sposobem obrazowania myśli, jak najbardziej ikonicznym (obrazowym) i motywacyjno -wyobraźniowym."
J. Antas

EMOCJE PRZED, PODCZAS, PO WYSTĄPIENIU

TREMA

Trema, czyli lęk przed występem publicznym i towarzyszące temu zmiany w zachowaniu człowieka należą do jednej z odmian reakcji stresowych.

STRES

1. Faza alarmowa, w której człowiek spostrzega dany bodziec jako szkodliwy. Charakterystyczne objawy w tym stadium to: nagłe poblednięcie, spadek ciśnienia, czasem silny lęk lub panika.

Następnie organizm przeciwdziała powstałym objawom poprzez: podwyższenie ciśnienia, przyspieszenie tętna. Mogą pojawić się na przemian dreszcze i uczucie gorąca, drżenie mięśni, gwałtowne parcie na pęcherz, nudności, bóle głowy, duszność, pocenie się rąk. Trudności z koncentracją uwagi, zapamiętywaniem, kłopoty z odtwarzaniem posiadanych wiadomości.

2. Faza adaptacji /przystosowanie/, jest to faza, w której organizm dostosowuje się do zwiększonych wymagań, jakie stawia sytuacja.

Przyspieszona przemiana materii i lepsze krążenie dają uczucie nagłego przypływu sił i wyostrenia sprawności zmysłów, jas-

ności myślenia, lekkości ruchów. Polepsza się koncentracja, znakomicie funkcjonuje pamięć. Nie odczuwa się ani głodu, ani zmęczenia. Na tym etapie pojawiają się oryginalne rozwiązania problemów, zwiększa się tempo pracy, polepsza jej jakość. W tej fazie nikną lęki, może się pojawić przekonanie o wszechmocy a nawet euforia.

3. Faza wyczerpania /załamania/, działanie stresu zbyt długo się przedłuża, organizm nie ma czasu aby się zregenerować. Pojawia się zmęczenie, apatia, depresja, brak motywacji. Znacznie pogarsza się jakość wykonywanej pracy.

Dobre przygotowanie się do występu, trening, który czyni mistrza sprawiają, że trema nie ma już takiego znaczenia.

”

*"ten kto mówi bezbłędnie,
ten mówi bez przekonania."
Kisiel*

OZNAKI ZDENERWOWANIA I ICH KONTROLA

1. Suchość w ustach

Zatroszcz się wcześniej o szklanke wody niegazowanej, jeśli jej nie masz spróbuj lekko zagryźć bok języka zębami.

2. Ślinotok

Oprzyj koniec języka na górnych zębach i wykonaj kilka wdechów i wydechów przez usta.

3. Zapominanie

Weź głęboki oddech, zrób pauzę i spokojnie zbierz myśli. Pamiętaj, że w sytuacji gdy czegoś zapomniałeś i zrobiłeś pauzę to jedynie Ty wiesz, że czegoś zapomniałeś, słuchacze mogą pomyśleć, że zrobiłeś celowo pauzę.

4. Drżenie

Gestykuluj swobodnie, poruszaj się, możesz chodzić podczas swoich wypowiedzi.

5. Skurcze żołądka

Napnij i rozluźnij na przemian mięśnie brzucha i pośladków.

6. Napięcie twarzy

Spróbuj się uśmiechnąć.

Jeśli masz chwilę czasu przed wystąpieniem, spróbuj zrobić krótki spacer i wykonać kilka najprostszych ćwiczeń ramion, nóg i karku. W czasie przygotowania wykonaj kilka ćwiczeń mięśnia języka i warg przygotowując je do pracy.

DYSKRETNE ĆWICZENIA RELAKSACYJNE

1. Złóż ręce, dotykając je koniuszkami palców, mocno przyciśnij a następnie rozluźnij.
2. Jeśli nie możesz złożyć rąk, wykonaj to ćwiczenie przyciskając opuszki palców do blatu stołu.
3. Dotknij kciukiem palca wskazującego tej samej ręki. Ręka powinna swobodnie leżeć z boku kolana. Możesz to ćwiczenie wykonać naprzemiennie, zmieniając ręce lub jednocześnie rozluźnić obie ręce.

ĆWICZENIE

Zastanów się i wypisz sytuacje ekspozycji publicznej, których obawiasz się najbardziej, co najgorszego mogłoby Ci się w nich wydarzyć i jak można się przed nimi ustrzec.

TECHNICZNA STRONA PREZENTACJI

POMOCE WIZUALNE

Pomoce wizualne to wszelkiego rodzaju materiały, które można pokazać podczas prezentacji w celu polepszenia zrozumienia treści wypowiedzi, potwierdzenia głoszonych tez.

PRZYDATNOŚĆ POMOCY WIZUALNYCH:

- Odpowiednio dobrane pomagają zorganizować wystąpienie i osiągnąć cel.
- Posiadają dużą wartość perswazyjną. Z obrazem, fotografią trudno polemizować. Obraz jest zakorzeniony w rzeczywistości i często uważany za jej wiarygodne odzwierciedlenie.
- Pomagają wzbudzić u publiczności zainteresowanie. Stosując obraz odwołujemy się do prawej półkuli mózgowej słuchaczy. Jesteśmy bardziej komunikatywni dla ludzi, u których ta półkula jest dominująca.
- Zmniejszają prawdopodobieństwo niezrozumienia, nieporozumienia, niedokładności. Przy pomocy ilustracji dobitnie

wyrażamy to, co wcześniej komunikowaliśmy za pomocą słów.

- Nadają jasność pojęciom abstrakcyjnym i technicznym. Pomagają unaocznic abstrakcję.
- Stymulują wyobraźnię i zachęcają do słuchania.
- Wywołują bardziej trwałe wrażenie. Obrazy są dobrze zapamiętywane przez słuchaczy.

RODZAJE POMOCY WIZUALNYCH

- Slajdy
- Folie do rzutnika
- Komputer i rzutnik multimedialny
- Tablica kredowa
- Film i taśma wideo
- Tablice graficzne
- Papierowa tablica arkuszowa
- Mapy
- Wykresy
- Materiały do rozdania
- Rekwizyty

Należy pamiętać, że tylko część z nich można modyfikować w czasie prezentacji (dopisywać coś, notować etc.). Niektóre mają charakter statyczny, np. film video.

Podczas prezentacji watro korzystać z kilku pomocy wizualnych, nie ograniczać się tylko do jednej, ale też nie przytłoczyć słuchaczy nadmiarem pomocy.

POMOCE AUDIOWIZUALNE POWINNY BYĆ:

- **WIDOCZNE I SŁYSZALNE**
(należy wziąć pod uwagę perspektywę widzenia osoby z ostatniego rzędu)
- **DOKŁADNE**
- **ODPOWIEDNIE**
(powinny pomagać a nie przeszkadzać w zrozumieniu treści)
- **PRZEJRZYSTE**
(powinny być nieskomplikowane, o wyraźnych, nie zamazanych liniach i żywych kolorach)
- **PORZĄDNE UTRZYMANE**
(powinny być w dobrym stanie technicznym, czyste)
- **USTAWIONE I PRZYGOTOWANE WCZEŚNIEJ**
(przygotowane wcześniej, zasłonięte, ukryte przed publicznością do czasu ich ekspozycji)

Wszystkie materiały wizualne wymagają słownego kontekstu (wyjaśnienia), jeśli mają być dobrze zrozumiane.

Powiedz słuchaczom, co im pokażesz, zanim to zrobisz. Kiedy już pokażesz swe materiały, odczekaj chwilę zanim znów zaczniesz mówić, by dać szansę na przyjrzenie się (powoli policz po cichu do trzech).

REGUŁY UŻYWANIA POMOCY WIZUALNYCH



KORZYSTANIE Z TABLICY/FLIPCZART

- Przygotuj wcześniej tablicę i pomoce do pisania.
- Utrzymuj tablicę w czystości.
- Prezentuj materiał w sposób prosty, krótki, treściwy. Zapisuj wyłącznie kluczowe stwierdzenia.
- Pisz czytelnie i czysto. Litery powinny mieć około 7 cm wysokości.
- Pozostawiaj wystarczająco dużo miejsca pomiędzy wierszami.
- Jeśli chcesz coś podkreślić, używaj kolorowej kredy lub pisaków.
- Dla podkreślenia pewnych słów używaj pisma drukowanego lub ręcznego.
- Używaj wskazówki, by zwrócić uwagę na ważniejsze punkty.
- Gdy chwilowo nie piszesz, nie baw się kredą lub pisakiem. Odłóż je na bok.
- Pozostaw publiczności chwilę czasu na przeczytanie, zrozumienie lub zrobienie notatek.

UŻYWANIE RZUTNIKA

- Zrób próbę z rzutnikiem, którego użyjesz w czasie prezentacji.
- Ustaw krzesła tak, by rzutnik nikomu nie zasłaniał ekranu.
- Umocuj ekran pod odpowiednim kątem, by uniknąć deformacji obrazu.
- Stań lub siądź z boku rzutnika. Utrzymuj kontakt wzrokowy z publicznością podczas prezentacji.
- Używaj wskaźnika punktowego (na ekranie). Na ekranie pokazuj rzeczy, na które chcesz zwrócić uwagę, przy pomocy ostro zakończonej wskazówki.
- Zmieniając folie/obrazy nie przerywaj mówienia. Zanim zdejmiesz jedną, weź do ręki następną, tak, aby zmienić je szybko i nie oślepić publiczności.
- Stosuj podsumowania tego, co pokazałeś przed chwilą.
- Gdy skończysz prezentować folie, wyłącz rzutnik.

WYKRESY

Wykresy stosowane są do przedstawienia: zależności liczbowych, proporcji poszczególnych części większej całości, rozwoju jakiegoś zjawiska.

Możemy wyróżnić cztery rodzaje wykresów:

- 1) histogram wykres kolumnowy,
- 2) piktogram wykres z zastosowaniem obrazka symbolu,
- 3) wykres liniowy,
- 4) wykres kołowy.

WYBÓR CZCIONKI

- Bądź konsekwentny w wyborze kroju pisma.
- Używaj czcionki bezszeryfowej (jednoelementowej, w której linia rysunku czcionki jest jednakowej grubości).
- Unikaj czcionek "barokowych" i pisma odręcznego. Ich dekoracyjny charakter nie odpowiada informacyjnej roli, jaką ma prezentacja.
- Poszczególne litery nie powinny być zbyt blisko siebie, gdyż trudno je czytać.

- Tekst wyrównany do lewego marginesu czyta się najlepiej. Trzymaj się tego układu zamiast wyśrodkowanej linii tekstu na stronie. Lepiej też nie używać akapitów, lecz wydzielać tekst odstępem między wierszami lub tłustym drukiem.
- Tekst złożony wyłącznie wersalikami (dużymi lub drukowanymi literami) - czyta się trudniej niż małymi literami.
- Dla wyróżnienia lepiej używać kolorów niż wersalików czy pisma pochylego.
- W przypadku większości prezentacji zupełnie wystarczają dwie wielkości czcionek.
- Czcionka czytelna z odległości 6 m może być trudna do przeczytania z 12 m.
- Czcionka czerwona jest czytelna w bardzo dokładnie zaciemnionej sali, ale nie tam, gdzie dostaje się nieco światła.
- Przy pewnego rodzaju oświetleniu bardzo trudno jest odczytać tekst w kolorze czerwonym, niebieskim i zielonym.

ĆWICZENIA W PRZEMAWIANIU

Każdy z nas może stosować ćwiczenia, za pomocą których będzie rozwijał swoje zdolności retoryczne. Oto niektóre z nich:

CZYTANIE Z ZAANGAŻOWANIEM

Ćwiczenie polegające na głośnym odczytywaniu tekstu przed wyobrażoną publicznością. Ważne, aby w trakcie tego ćwiczenia utrzymywać kontakt wzrokowy ze "słuchaczami".

ODTWARZANIE TREŚCI TEKSTU

Ćwiczenie to polega na tym, że czytamy od dwóch do pięciu zdań jakiegoś tekstu a następnie zapamiętujemy je i mówimy z pamięci.

Można to wykonywać w wersji:

- a) dosłownej** (ćwiczenie pamięci),
- b) parafrazowanie** (ćwiczenie samodzielnego formułowania myśli).

Na przykład zdanie:

"Starożytny filozof Sokrates do końca walczył o prawdę, nie zachwiał się nawet w momencie śmierci".

- "Jeden z głównych filozofów starożytnych, wykazał konsekwencję w myśleniu i działaniu, do śmierci bronił swoich poglądów - tym człowiekiem był Sokrates".
- "Sokrates - człowiek wyzwanie. Dążenie. Bezkompromisowość. Determinacja aż do śmierci".

NARRACJA

To ćwiczenie się w umiejętności opowiadania anegdot, analizie tego co można by było powiedzieć inaczej.

Np. Spróbuj ten sam dowcip powiedzieć wydłużając go, dodając pauzy i włączając komunikaty niewerbalne.

MÓWIENIE Z GŁOWY

Ćwiczenie to polega na myśleniu o treści prezentacji w trakcie mówienia. W tym wypadku warto zaznaczyć, że ani uczenie się na pamięć tekstu, ani odczytywanie z kartki nie pozwoli na myślenie w trakcie mówienia.

Wcześniej (przed rozpoczęciem ćwiczenia) przygotuj sobie hasła klucze, które stanowią tylko impuls, bodziec, do formułowania myśli. Zgodnie z tym, co Schweinsenberg powiedział o przemówieniu : "swobodne poruszanie się wokół stałych punktów".

RELACJA

Ćwiczenie to polega na przeanalizowaniu wybranego artykułu, wyszczególnieniu głównych tez a następnie powtórzeniu ich w kilku wersjach: a) streszczeniu w jednym zdaniu, b) rozbudowaniu wypowiedź przez dodanie własnej opinii.

PODSIUCHUJ

Ćwiczenie to polega na świadomym słuchaniu i analizowaniu przemówień, odczytów w dwu aspektach:

a) od strony merytorycznej - "co zostało powiedziane?",

b) od strony retorycznej - "jak to zostało powiedziane?".

DYSKUSJA

Ćwiczenie polegające na świadomym uczeniu się wypowiadania w czasie rozmowy w gronie przyjaciół; poprzez to uczymy się wyrażania własnego zdania, formowania myśli podczas mówienia.

BIBLIOGRAFIA

Arystoteles, (1989) *Poetyka*. Wrocław. Zakład Narodowy im. Ossolińskich.

Arystoteles, *Retoryka*

Bellenger L., (1999) *Negocjacje*. Presses Univeritaires de France.

Berne E., (1999) *Dzień dobry... i co dalej?*. Poznań, Rebis.

Bierach A., (1998) *Komunikacja niewerbalna. Mowa ciała kluczem do biznesu*. Wrocław, Astrum.

Buzna T., (1999) *Mapa twoich myśli*. Łódź, "Ravi".

Casse P., (1996) *Jak negocjować?*. Poznań, Zysk i S-ka Wydawnictwo.

Chelpa S., Witkowski T. (1995) *Psychologia konfliktów*. Wrocław, Oficyna Wydawnicza "Unus".

Cialdini R., (2000) *Wywieranie wpływu na ludzi*. Gdańsk, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

De Bono E., (1998) *Myślenie równoległe*. Warszawa, Oficyna Wydawnicza "Prima".

Gronbeck B., (2001) *Zasady komunikacji werbalnej*. Poznań, Zysk i S-ka.

Goffman E., (1981) *Człowiek w teatrze życia codziennego*. Warszawa, Państwowy Instytut Wydawniczy

Grzesiuk L. (1997) *Psychologia dla menedżerów*. Kraków.

Hogan K., (2001) *Psychologia perswazji*. Warszawa, Jacek Santorski & Co.

Dawson R., (1999) *Sekrety udanych negocjacji*. Poznań, Zysk i S-ka Wydawnictwo, Wamex.

Edmuller A., Wilhelm T. (1990) *Metody manipulacji*. Wrocław, Biznes Nawigator.

Fisher R., Ury W., Patton B. (1998) *Dochodząc do TAK*. Warszawa, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

Jay A., (2001) *Skuteczna prezentacja*. Poznań, Zysk i S-ka.

Leary M., (1999) *Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce prezentacji*. Gdańsk, Gdańskie Towarzystwo Psychologiczne.

Lemmerman H., (1999) *Komunikacja werbalna. Szkoła retoryki*, Wrocław, Astrum.

Nierenberg G., (1998) *Sztuka negocjacji*. Warszawa Studio EMKA.

Nęcki Z. (1994) *Negocjacje w biznesie*. Kraków. Profesjonalna Szkoła Biznesu.

Perrotin R., Heusschen P. (1994) *Kupić z zyskiem. Negocjacje handlowe*. Warszawa. Poltext.

Rządca R., Wujec P. (1999) *Negocjacje*. Warszawa, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne

Stankiewicz J., (1999) *Komunikowanie się w organizacji*. Wrocław, Astrum.

Ury W., (1998) *Odchodząc od NIE*. Warszawa, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

Waszkiewicz J. (1997) *Jak Polak z Polakiem. Szkice o kulturze negocjacji*. Warszawa Wrocław.

Wiszniewski A., (1999) *Jak przekonywująco mówić przemawiać*. Wrocław Warszawa, "TEXT".

Witkowski T., (2000) *Psychomanipulacje*. Wrocław, Oficyna Wydawnicza "Unus".



„To koniec i bomba. Kto czytał ten trąba.”

W. Gombrowicz