

Wystąpienia publiczne i prezentowanie danych



Spis treści

Wstęp	5
Wystąpienia publiczne i ich elementy składowe	6
Scenariusz zajęć nr 1 – Sztuka autoprezentacji	13
Załącznik nr 1. Ćwiczenie: współpraca z lustrem	15
Scenariusz zajęć nr 2 – Mowa niewerbalna	16
Załącznik nr 1 – Jaka to emocja?	18
Załącznik nr 2 – Jaka to emocja?	19
Załącznik nr 3 – Jaka to emocja?	20
Załącznik nr 4 – Cytaty	21
Załącznik nr 5 – Wskazówki dotyczące mowy niewerbalnej	22
Załącznik nr 6 – Znaczenie gestów w różnych krajach	24
Załącznik nr 7 – Tematy do wystąpień	25
Scenariusz nr 3 – Budowa przekazu wystąpienia	26
Załącznik nr 1 – Budowa sklepu	28
Załącznik nr 2 – Ratujemy Ziemię	29
Scenariusz nr 4 – Prezentowanie danych	30
Załącznik nr 1 – Złote zasady tworzenia prezentacji	31
Załącznik nr 2 – Tematy prezentacji	32

Wstęp

W ramach zajęć uczelnianych częstym obowiązkiem studentów jest wykonanie projektu grupowego. Studenci opracowują zadania, tworzą nowe rozwiązania, analizują dane, a na koniec muszą wystąpić przed grupą i zaprezentować wyniki swojej pracy. To moment, w którym oprócz wiedzy i postępów w pracy liczy się coś więcej – umiejętność występowania przed innymi. Sposób komunikowania się, dobór słów, mowa niewerbalna, a także umiejętne stworzenie prezentacji i wyciągnięcie najważniejszych informacji w taki sposób, aby wzbudzić zainteresowanie publiczności. Jest to nie lada sztuka i wyzwanie, szczególnie dla osób, które nie ćwiczyły tej umiejętności ani nie mają naturalnych predyspozycji do występowania na forum. Obserwuję to w wielu grupach, z którymi prowadzę zajęcia. Świetny pomysł i solidnie wykonana praca nie zawsze mają szansę porwać publiczność, ponieważ sposób prezentacji wszystko zaburza. Czasami nie można wydobyć sedna prezentacji, ponieważ osoba prezentująca odciąga uwagę słuchaczy swoim zachowaniem czy nerwowością albo „usypia” publiczność jednostajnym tonem głosu. A prezentacje to nie tylko domena studiów czy matury ustnej z języka polskiego. To także element rozmowy kwalifikacyjnej, pracy zawodowej, a także życia codziennego, kiedy musimy stanąć przed więcej niż jedną osobą i zaprezentować swoje argumenty, np. podczas zebrania rodziców w szkole. Dlatego umiejętność występowania i prezentowania danych powinna być rozwijana na etapie szkolnym, gdyż później często nie ma ku temu okazji – zazwyczaj trzeba wystąpić i już. Wiele osób nie tylko nie ma wyćwiczonych umiejętności prezentacyjnych, ale również obawia się występowania przed innymi, a przez to krępuje się i unika takich sytuacji. Strach naprawdę ma wielkie oczy, a wystąpienia wcale nie muszą być męką, jeżeli dobrze się do nich przygotowujemy. W jaki sposób? W tym pomóc ma niniejsza broszura.

Zeszyt składa się z ogólnego materiału merytorycznego i czterech scenariuszy zajęć, dotyczących wystąpień publicznych i najważniejszych elementów z nimi związanych, m.in. autoprezentacji, budowy komunikatu słownego i tworzenia skutecznych prezentacji multimedialnych. Zajęcia można prowadzić w ramach kółek zainteresowań czy godzin wychowawczych, a także wplatając je w podstawę programową, np. podczas zajęć z języka polskiego. Im częściej uczniowie będą mieli okazję do ćwiczeń, tym bardziej oswoją się z wystąpieniami i zapamiętają kluczowe wytyczne. A to da im nie tylko większą pewność siebie, ale też szansę na wyróżnienie się na rynku pracy na tle kandydatów, którzy nie ćwiczyli występowania przed innymi.

Wystąpienia publiczne i ich elementy składowe

Aby móc efektywnie występować przed innymi, należy skupić się na kilku aspektach prezentacji. Przede wszystkim wystąpienie publiczne wcale nie musi odbywać się na scenie ani przed liczną publicznością. Wystarczy, że chcemy coś przekazać więcej niż jednej osobie, np. podczas rozmowy rekrutacyjnej. Może zdarzyć się tak, że rekrutować kandydata będą trzy osoby, wtedy zaprezentowanie samego siebie, swoich umiejętności, sukcesów czy planów na przyszłość jest formą wystąpienia, nawet jeżeli odbywa się w pozycji siedzącej. Dlatego nawet podczas form zbliżonych do występowania publicznego należy pamiętać, że wystąpienia to wachlarz elementów, w skład których wchodzi: mowa werbalna, czyli przekaz słowny, mowa niewerbalna – gesty, mimika, postawa ciała; autoprezentacja, czyli umiejętność pozytywnego zaprezentowania samego siebie oraz umiejętności techniczne w postaci tworzenia atrakcyjnych i klarownych prezentacji. Każdy z tych elementów powinno się przeciwyczyć oddzielnie, aby móc w pełni zrozumieć sedno wystąpień publicznych i jak najlepiej się do nich przygotować. Zaczniemy od omówienia sztuki autoprezentacji i tworzenia pierwszego wrażenia, ponieważ jest to pierwsza forma kontaktu z publicznością/słuchaczami.

1. Pierwsze wrażenie jest najważniejsze

Podczas pierwszego kontaktu z drugą osobą tworzy się tzw. **efekt pierwszego wrażenia**. To pierwsze kilka sekund, w których oceniamy drugą osobę, a ona ocenia nas. Ten proces odbywa się automatycznie i często opiera się na pewnych schematach poznawczych, ale ma na celu ułatwienie kontaktu z innymi – jeżeli w ciągu pierwszych sekund zobaczymy uśmiech, otwartą postawę ciała i gotowość do nawiązania rozmowy, chętniej podejmiemy dialog z tą osobą niż z kimś, kto ma grymas na twarzy albo zgarbioną sylwetkę. Pierwsze wrażenie zaczyna się w momencie pierwszego kontaktu z innymi, na przykładzie rozmowy kwalifikacyjnej będzie to moment przekroczenia progu pokoju, a nie dopiero

udzielenie pierwszej odpowiedzi na pytanie rekrutera. Pamiętając o tym, najlepiej zadbać o stworzenie pozytywnego efektu pierwszego wrażenia, czyli **efektu anielskiego**. Jeżeli uśmiechamy się, wyglądamy schludnie, zachowujemy otwartą pozycję ciała, to mózg naszego rozmówcy na podstawie pierwszego wrażenia przypina nam łatkę „sympatyczna”, „miły”, „mądra” itd. Natomiast jeżeli akurat mamy zły humor i nie jesteśmy w stanie go poskromić, mamy nieprzyjazny wyraz twarzy, zamkniętą postawę, zgarbioną sylwetkę – tworzy się tzw. **efekt diabelski** – na podstawie odpychających przesłanek inni oceniają nas negatywnie, są mniej chętni do podjęcia rozmowy, współpracy. Wydawałoby się, że pierwsze wrażenie jest mylne, bo zależy często od różnych czynników zewnętrznych, więc nie warto się nim przejmować. W rzeczywistości jest zupełnie inaczej – mamy tendencję do trzymania się pierwszych myśli, które pojawiły się w naszej głowie i potrzeba czasu, aby to zmienić. Jeżeli kontakt z danymi osobami nie będzie regularny albo przed daną publicznością występujemy tylko jeden raz, nie ma szans na stworzenie drugiego pozytywnego wrażenia. Jak więc zadbać o jak najlepsze zaprezentowanie siebie? Trzeba sięgnąć po tajniki sztuki autoprezentacji.

Autoprezentacja to sposób, w jaki każdy z nas prezentuje swoją osobę albo próbuje stworzyć wizerunek osoby, jaką chciałby być. Dokonujemy tego za pomocą słów, gestów, zachowań i różnych sygnałów, które wysyłamy. To od sposobu prezentacji własnej osoby zależy, jakie wywrzemy wrażenie, a także to, w jaki sposób przekazemy informacje czy zaprezentujemy swój projekt. Pozytywne pierwsze wrażenie wywierają osoby, które epatują pewnością siebie, ale też serdecznością i otwartością. Pomagają w tym otwarta postawa, wyprostowane plecy, uśmiech na twarzy i swoboda ruchów. Dodając do tego przemyślany, dobrze zbudowany przekaz słowny, otrzymujemy przepis na pozytywne pierwsze wrażenie. Poszczególne elementy autoprezentacji omówiono w dalszej części broszury.

2. Komunikacja werbalna

Mowa werbalna, czyli warstwa słowna, to prze-myślenie wypowiedzi pod kątem użytych słów, sformułowań oraz budowy komunikatu. Warstwa słowna polega na dopasowaniu słownictwa do grupy odbiorców oraz na dbałości o poprawność językową – gramatyczną i stylistyczną. Przed wystąpieniem ważne jest zastanowienie się, do kogo będzie ono kierowane. Ma to na celu dobór odpowiedniego języka. Najważniejsza zasada to być zrozumianym, przekazać swoje myśli w sposób możliwie treściwy, więc jeżeli będziemy przedstawiać słuchaczom informacje, o których wcześniej nie słyszeli, lepiej unikać żargonu i zawiłych zdań. Im prostsza budowa wypowiedzi, tym lepiej.

Od budowy komunikatu zależy, które informacje zostaną zapamiętane i czy publiczność spojrzy przychylnie na nasze argumenty, czy wręcz przeciwnie, zrazi się do nich. Podczas uzasadniania wypowiedzi warto stosować **zasadę trzech argumentów**. Zasada ta polega na omówieniu trzech argumentów w rozwinięciu swojej wypowiedzi. Trzy to liczba optymalna – nie za mało, nie za dużo. Gdy wymieniamy więcej argumentów, uwaga słuchacza zaczyna słabnąć, przekazujemy mu za dużo informacji, które trudno zapamiętać. Aby nie zmęczyć słuchacza i przekazać mu informacje, wystarczy skupić się na trzech uzasadnieniach. Aby zadbać o zapamiętywanie pewnych informacji, należy pamiętać o **efekcie pierwszeństwa i świeżości**. Te informacje, które podajemy na początku i na końcu, są najlepiej zapamiętywane. Dlatego przy tworzeniu komunikatu należy sformułować wstęp, w którym podkreśla się główny cel wypowiedzi, a potem całą wypowiedź trzeba podsumować, tworząc klamrę kompozycyjną, czyli powtarzając główny cel i wnioski płynące z wystąpienia. Przemyślane zbudowanie wypowiedzi pozwoli pewniej wyrazić swoje myśli oraz podkreśli profesjonalizm i przygotowanie do prezentowania. Aby słowa miały jeszcze większą moc, można sięgnąć po **techniki wywierania wpływu** oraz elementy perswazji. Wielu osobom fraza „wywieranie wpływu” kojarzy się negatywnie, np. z naciąganiem, nagabywaniem czy manipulacją. Jednak z definicji wywieranie wpływu nie zalicza się do żadnej z tych kategorii. Wywieranie wpływu to zdolność kształtowania po-

staw, przekonań i zachowań innych ludzi bez wykorzystania siły lub władzy formalnej. Oznacza to, że bez użycia agresji (fizycznej czy słownej) oraz bez wykorzystywania swojej pozycji możemy starać się zmieniać postawy i przekonania innych. I okazuje się, że robimy to na co dzień, często nieświadomie. Kiedy chcemy kogoś poprosić o przysługę, jesteśmy zazwyczaj uprzejmi i uśmiechnięci, bo próbujemy wzbudzić sympatię. To jest tzw. reguła lubienia. Reguł wywierania wpływu jest siedem:

- reguła lubienia,
- reguła wzajemności,
- reguła zaangażowania i konsekwencji,
- reguła społecznego dowodu słuszności,
- reguła kontrastu,
- reguła autorytetu,
- reguła niedostępności.

Reguła lubienia. Jesteśmy bardziej skłonni posłuchać osoby, którą lubimy, niż osoby, której nie darzymy sympatią. Dlatego tak cenni są sprzedawcy umiejący zaskarbić sobie sympatię klientów – to oni zazwyczaj zwiększają obroty firmy. Podczas wystąpień publicznych można tę regułę zastosować uśmiechając się, opowiadając anegdoty i żarty, a także starając się podkreślić swoje podobieństwo do słuchaczy.

Reguła wzajemności – ludzie mają tendencję do odwzajemniania się osobie, która wyświadczyła im przysługę, wręczyła prezent czy zrobiła coś miłego. Tej reguły uczymy się od najmłodszych lat – „dostałeś upominek, podziękuj”, „Ania ci pomogła, to teraz pomóż Ani”. Reguła wzajemności ma ogromną moc, ponieważ budzi w nas poczucie zobowiązania, które jest silniejsze nawet od sympatii. Udowodnił to eksperyment, w którym kierowca samochodu mógł podwieźć jedną z dwóch osób: swojego bliskiego przyjaciela lub znajomego, który ostatnio wyświadczył mu przysługę. Większość osób biorących udział w eksperymencie zdecydowała się na podwiezienie znajomego, żeby spłacić dług wdzięczności. Dlatego niektórzy przed wystąpieniem częstują słuchaczy przekąskami, oferują drobne upominki czy wręczają ładnie opracowane materiały. Okazuje się, że z powodu poczucia obowiązku odwzajemnienia się, wielu słuchaczy przychylniej patrzy na wystąpienie tej osoby, może ją wyżej ocenić.