



Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie

## ZESZYT METODYCZNY NR 1/2022



opracowanie: Sylwia Filas

styczeń - marzec 2022

## **Spis treści**

<b>Prezentacja czyli ...</b>	s. 3
<b>Sposób na sukces</b>	s. 4
<b>Przygotowanie merytoryczne</b>	s. 8
<i>po pierwsze: określ cel</i>	s. 9
<i>po drugie: poznaj swoje audytorium</i>	s. 10
<i>po trzecie: opracuj znaczącą treść</i>	s. 12
<i>po czwarte: zainteresuj</i>	s. 16
<b>Literatura</b>	s. 20

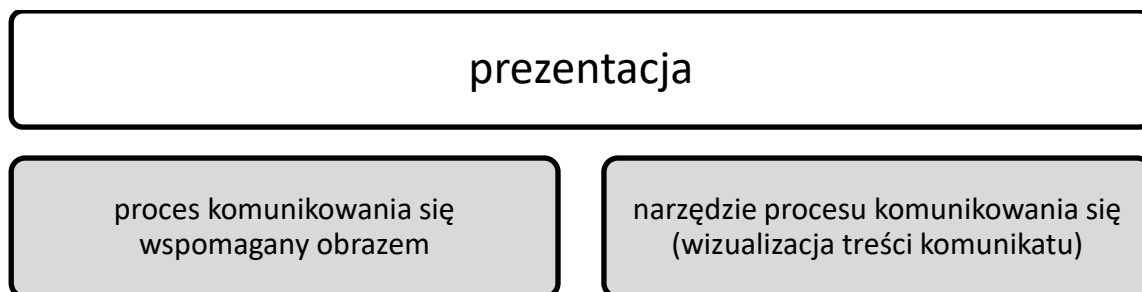
## Prezentacja czyli ...

Prezentacja – jako jedna z najważniejszych form komunikowania się – jest planowanym, systematycznym i bezpośrednim sposobem oddziaływania na określoną grupę odbiorców (Łasiński 2000, s. 63-64).

*Prezentacje mają moc odmieniania świata.  
Niemal każda inicjatywa bądź znacząca decyzja nabiera pędu przede wszystkim dzięki sile słowa mówionego – prezentacja jest potężnym narzędziem perswazji.*

*Nancy Duatre (2012, s. 44)*

Prezentacja to nie slajdy tworzone w programie PowerPoint – to „wartość ubrana w słowa”, której towarzyszy „dobra graficzna oprawa” (Bucki 2020, s. 13).



Rolą prezentacji jest przekonanie odbiorcy do idei, koncepcji, usługi, określonych działań lub produktu.

Jest metodą wymiany informacji i doświadczeń (przekazywania wiedzy) oraz rozwijania umiejętności.

*Każda prezentacja powinna być dla odbiorcy prezentem.  
Edukacyjnym, sprzedażowym, projektowym.  
Ma się z niej dowiedzieć tego, czego nie wiedział i co mu się przyda.  
Ma lepiej zrozumieć świat. Zwrócić uwagę na to, co warte uwagi.  
I zapamiętać to, co powinien zapamiętać.*

*Piotr Bucki (2020, s. 8)*

## Sposób na sukces

Zdaniem Elżbiety Żurek (2003, s. 111) o udanej prezentacji możemy mówić wtedy, gdy ...



Jak to osiągnąć?

Dla wielu z Nas prowadzenie prezentacji stanowi istotną część zawodowych obowiązków. Jeśli to dla Ciebie „zło konieczne” i oddał(a)byś wiele, by „nie musieć tego robić”, uwierz mi na słowo: możesz to zmienić! Jak?

Na dobry początek **porzuć przekonanie, że dobre wystąpienie to efekt talentu i charyzmy**, które dane są tylko nielicznym. Nic bardziej mylnego. Charyzma (choć przydatna) jest zdecydowanie „przereklamowana”.

O sukcesie w roli prelegenta decyduje staranne przygotowanie.



*Dobrym mówcą nie zostaje się, bo ma się szczęście lub talent  
– tu potrzeba ciężkiej pracy.  
Carmine Gallo (2016, s. 269)*

Elżbieta Żurek, autorka książki „Wystąpienia perswazyjne” podkreśla, że żadna dobra przemowa czy prezentacja „nie zaistniałaby bez godzin poświęconych na przygotowanie” (2010, s. 20).

*Nie mamy na plecach żadnego magicznego pstryczka, który moglibyśmy przełączyć  
i w jednej chwili zmienić się w genialnych mówców.  
Bez względu na to kim jesteś, musisz poświęcić czas na pracę.  
Bill McGowan i Alisa Bowman (2014, s. 45)*

Może przekonają Cię słowa Thomasa Edisona: „W pracy 1% to inspiracja, 99% to robota w pocie czoła”.

### **jak długo należy się przygotowywać?**

*Amator ćwiczy, aż mu się uda,  
profesjonalista ćwiczy, aż jest pewien, że uda się zawsze.  
Agata i Jerzy Rzędowscy (2010, s. 130)*

Brian Tracy uważa, że **o sukcesie w roli mówcy aż w 90% decyduje staranne przygotowanie**, dlatego powinniśmy to robić „wręcz przesadnie”. Zdaniem autora „Nie jest rzeczą niezwykłą, że mówca poświęca 10 godzin na lekturę, analizę, reorganizację i ćwiczenia, by wygłosić jednogodzinne przemówienie” (2015, s. 137).

Ćwiczyć powinniśmy do momentu, w którym osiągniemy „wystarczającą orientację w treści” oraz pewność siebie - wiarę w to, że umiemy przemawiać.

*Ćwicz, by tak przyswoić sobie treść wystąpienia, żeby przedstawić je  
możliwie jak najswobodniej, jakby to była rozmowa z kimś zaprzyjaźnionym.  
Carmine Gallo (2016, s. 91)*

### **kiedy zacząć?**

Jak najwcześniej.

Paweł Lenar nie ma wątpliwości, iż naszym największym wrogiem jest „odkładanie ważnych czynności związanych z prezentacją czy przygotowaniem się na później”. Jak się jednak często okazuje to „później nie nadchodzi do chwili,

gdy włącza się czerwone światelko, gdy jest już ostateczny moment na podjęcie działania” (2008, s. 99).

**Nie zwlekaj.** Im więcej dasz sobie czasu, tym większa szansa na ciekawą koncepcję, oryginalny punkt widzenia i oswojenie się z treścią.

## jak to robić?

Nie ma uniwersalnego sposobu - każdy musi wybrać najlepszy dla siebie.

W literaturze przedmiotu można znaleźć różne opinie, co do skuteczności poszczególnych metod.

Znajdziemy zarówno:

- zwolenników nagrań wideo, według których, to najlepszy sposób na doskonalenie umiejętności przemawiania;

*Pewnie zaskoczy cię wiele z tego, co zobaczysz - wszystkie „mmm”, i „eee”, zbędne, rozpraszające ruchy, np. drapanie się po nosie czy przeczesywanie palcami włosów, brak kontaktu wzrokowego itd. Zwróć uwagę zwłaszcza na tempo wypowiedzi.*

*Zapytaj innych o opinię - czy mówisz za szybko, a może za wolno?*

*Carmine Gallo (2016, s. 94)*

- jak i ich gorących przeciwników.

*Odradzam ćwiczenie prezentacji przed lustrem lub nagrywanie prób własnego wystąpienia w celu <wyłapania błędów>. Uważam, że tego typu zabiegi są antytezą wystąpienia publicznego (które traktuję jako dialog). Obserwowanie siebie niejako pod mikroskopem w poszukiwaniu potknięć i błędów podwyższa krytycyzm wobec własnej osoby i w konsekwencji obniża samoocenę. Zaczynamy gorzej o sobie myśleć, ponieważ koncentrujemy się na błędach podczas gdy powinniśmy myśleć o swoich mocnych stronach. Co gorsza jednak, ćwiczenia przed lustrem uczą nas mówić do siebie. Eliminujemy tym samym dialog. (...) osoba, która ogląda swoje własne próby, bardziej sobie szkodzi, niż pomaga. Jest to narzędzie wymagające bardzo wysokiego poczucia własnej wartości. Stanowczo tego nie polecam.*

*Jacek Rozenek (2016, s. 57)*

Dobrym sposobem jest wykonywanie prób przed zaprzyjaźnionym audytorium.

*Próba przed grupą przyjaciół (...) jest lepszym wyjściem niż często udzielane porady: ćwiczenia przed lustrem, czytania tekstu na głos do siebie albo wielokrotnego przesłuchiwania własnej wypowiedzi. (...) w presji związanej z mówieniem przed innym jest coś, co sprawia, że treść lepiej się utrwała.*  
Jeremy Donovan (2016, s. 240)

Jednym ze sposobów doskonalenia jest również uczenie się od innych.

*By stać się lepszym mówcą warto słuchać możliwie jak największej liczby przemówień innych mówców. (...) Obserwuj jak chodzą, mówią, poruszają się i gestykują. Obserwuj jak doświadczony mówca otwiera przemówienie, a następnie przechodzi do głównej treści wystąpienia; jak używa przykładów; jak ilustruje; jak stosuje humor; jak przechodzi do podsumowania i kończy swoje wystąpienie.*  
Brian Tracy (2015, s. 23)

Możliwości jest wiele. Grunt to się nie poddawać, bo ... „gra się tak, jak się ćwiczy” (McGowan i Bowman 2014, s. 193).

I niestety ...

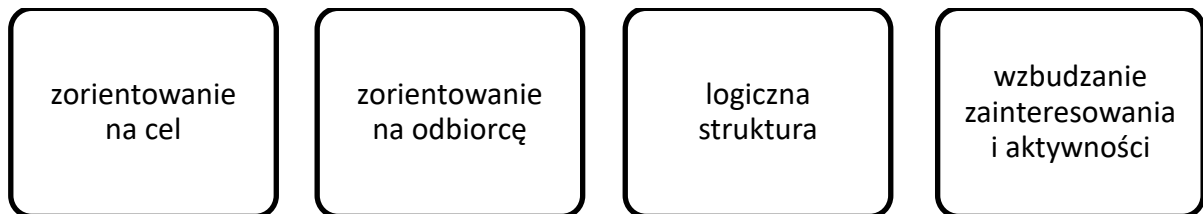
*(...) nie łudź się, że możesz zrezygnować z przygotowań. To prosta droga do katastrofy. Zachowaj czujność, bowiem im większe sukcesy będziesz odnosił w przemawianiu publicznym, tym większa będzie pokusa rezygnowania z przygotowań. Jeśli jej ulegniesz, to z pewnością tego pożałujesz.*  
Bill McGowan i Alisa Bowman (2014, s. 32)

## Przygotowanie merytoryczne

Mówiąc o właściwym przygotowaniu Elżbieta Żurek dzieli je na dwie sfery (2003, s. 30):



Cechy dobrej prezentacji, którymi są (między innymi):



wyznaczają ścieżkę postępowania.

### po pierwsze: określ cel

Cel - kierunek podróży, w którą zabierasz swoich słuchaczy - jest punktem wyjścia do przygotowania i zrealizowania profesjonalnego wystąpienia.

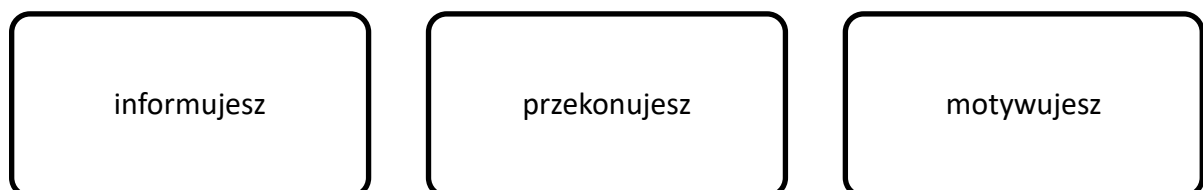
Odpowiedz sobie na pytanie ...

*Czy wiesz po co to robisz, co chcesz osiągnąć „wychodząc na środek”?  
Jeśli nie masz jasno postawionego celu, możesz osiągnąć coś,  
czego wcale byś sobie nie życzył.*

*Paweł Lenar (2008, s. 26)*

### Jakie są Twoje cele rzeczowe?

Prezentując, wywierasz bezpośredni wpływ na odbiorcę:



Głównym Twoim zadaniem jest zachęcenie słuchaczy do spojrzenia na dany problem z innej perspektywy.



*Twoim zadaniem jako mówcy jest zmotywować i skłonić słuchaczy, by na skutek twoich słów pomyśleli, poczuli i zadziałali inaczej. Masz sprawić, by podjęli pewnego rodzaju działanie. Masz ich zmotywować, by <ruszyli>!*

*Brian Tracy (2015, s. 15)*

Formułując cele wystąpienia Gabriel Łasiński (2000, s. 65) zachęca, by zadać sobie również następujące pytania:

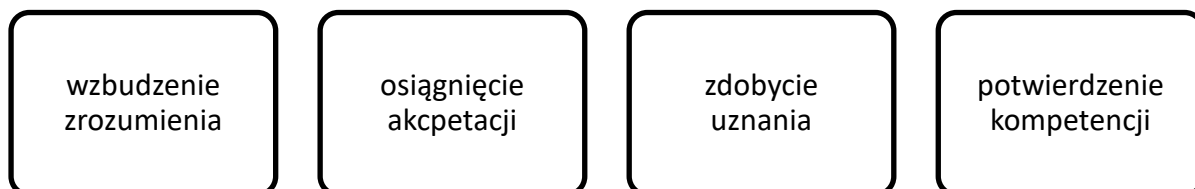
- czy nasi odbiorcy znają, rozumieją i akceptują cele?
- co powinni wiedzieć, umieć i odczuwać po zakończeniu spotkania?
- w jaki sposób możesz ocenić stopień realizacji zakładanego celu?

Lista pytań pomocnych w ustalaniu celu według Jacka Rozenka (2016, s. 104):

- co zrobią słuchacze z wiedzą, którą im przekażesz?
- jakie powinni podjąć działania?
- kiedy to zrobią?
- o czym słuchacze będą rozmawiać między sobą, kiedy wystąpienie się skończy?
- co powiedzą innym osobom, które nie uczestniczyły w prezentacji?

### **Jakie są Twoje cele osobiste?**

Cele ukryte – osobiste takie jak:



mogą nas motywować, nie powinny jednak stanowić podstawy prezentacji.

### **po drugie: poznaj swoje audytorium**

Im mniej wiesz o swoich odbiorcach - ich stylu życia, stanie wiedzy, pragnieniach i wyznawanych wartościach - tym większe ryzyko, że Twoja prezentacja będzie nietrafiona.

*(...) praktycznie każda prezentacja (nawet na ten sam temat) powinna być indywidualnie przygotowana z myślą o konkretnej grupie słuchaczy (...).*

*Elżbieta Żurek (2003, s. 70)*

Każda grupa odbiorców charakteryzuje się sobie właściwą specyfiką. I nie mam tu na myśli informacji z „metryczki” tj. płeć, wiek, wykształcenie, stanowisko, staż pracy.

„Kamieniem węgielnym” wystąpień jest odpowiedź na pytanie: co moje audytorium wie na temat, o którym będę mówił(a). Na podstawie tej odpowiedzi „mówca tworzy pierwotną wizję prezentacji: wybiera jedno konkretne rozwiązanie z worka nieskończoności, w którym znajdują się wszystkie inne możliwe wersje” (Rozenek 2016, s. 109).

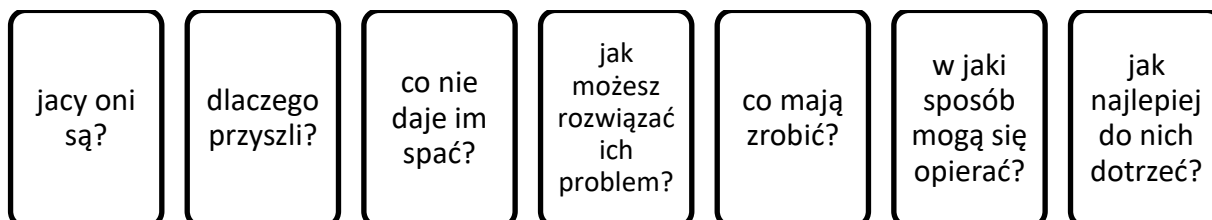
*Twoja prezentacja ma zabrać odbiorców  
z miejsca, które znają (...) do miejsca, które nie znają (...).  
To przeprawa ze znanego do nieznanego i (oby) ekscytującego.  
To jazda rollercoasterem od niewiedzy do wiedzy.  
Im większa różnica między tymi światami i im bardziej przydatna wiedza  
i doświadczenie nabyte na szlaku, tym wyżej ocenią Twoją prezentację słuchacze.  
Piotr Bucki (2020, s. 38)*

Informacja o poziomie wiedzy uczestników to priorytet dla prelegenta bowiem:

- determinuje poziom merytoryczny wystąpienia;
- wpływa na nastawienie uczestników zarówno do tematu jak i do prelegenta (neutralne, pozytywne, negatywne);
- określa motywy, dla których decydują się na udział w prezentacji (m.in. pogłębienie wiedzy, ciekawość, obserwacja konkurencji).

**Pogłębiona analiza audytorium** wynika z prawdziwego zainteresowania ludźmi, z którym się spotkasz.

Nancy Duarte (2011, s. 35) zachęca, aby przygotowując się do wystąpienia zastanowić się nad tym:



*Tworzenie prezentacji bez określonego wyobrażenia grupy docelowej  
jest jak pisanie listu miłosnego <do wszystkich zainteresowanych>.  
Nancy Duarte (2012, s. 78)*

Zdaniem autorki (2012, s. 87-91) pomocne mogą być również odpowiedzi na poniższe pytania:

kim są słuchacze?

- **wiedza**
  - co już wiedzą na temat?
  - z jakich źródeł czerpią informację?
  - jakich ocen już dokonali?
- **wartości**
  - co jest dla nich ważne?
  - jakie są ich priorytety?
  - co ich łączy?
- **wpływy**
  - co lub kto wpływa na ich zachowanie?
  - jak podejmują decyzje?
  - jakie doświadczenia wpłynęły na ich sposób myślenia?
- **szacunek**
  - jak okazują szacunek?
  - jak bardzo są szanowani?
  - co możesz zrobić aby poczuli że ich szanujesz?

co im dajesz?

- **porady**
  - jakie wskazówki i jaka wiedza może im pomóc?
- **wiarę w siebie**
  - jak zwiększyć ich pewność siebie?
  - jak pokonać zwątpienie?
- **narzędzia**
  - w jakie umiejętności ich wyposażysz?

jak nawiązać z nimi kontakt?

- **wspólne doświadczenie**
  - co was łączy?
- **wspólne cele**
  - dokąd zmierzacie?
- **kwalifikacje**
  - czy jesteś gotowy?

*Słuchacze nie przyszedli na prezentację, żeby się z Tobą zobaczyć,  
lecz żeby się dowiedzieć, co możesz dla nich zrobić.  
Jeśli wykażesz, że dobrze wykorzystałeś dany Ci czas, przedstawiś interesujący  
komunikat i wskażesz jasno, jakie mają podjąć działania – odniesiesz sukces.*  
Nancy Duarte (2011, s. 273)

To, do kogo mówisz determinuje to, o czym i jak mówisz. Im mniej wiesz o swoich odbiorcach, tym większe ryzyko porażki.

### **po trzecie: opracuj znaczącą treść**

Wszystko co powiesz w trakcie prezentacji ma zbliżyć Twoich słuchaczy do celu.

Inspirująca treść pozwala wprowadzać zmiany.

Przystępując do przygotowania treści wystąpienia:

#### **1. zbierz i opracuj materiał – im więcej, tym lepiej**

- szukaj wszystkiego, co ciekawe, „świeże i oryginalne”, trzymaj się z daleka od tego, co „stare i oklepane” (McGowan i Bowman 2014, s. 34), nie przekazuj znanych i banalnych treści;
- nawet z pozoru „nudny” temat może stać się porywającą przygodą – warunek: nie naśluduj innych, nie idź na skróty, po utartych ścieżkach, stawiaj sobie wyzwania;
- szukaj argumentów, które interesują i inspirują Ciebie – tylko będąc samemu zainteresowanym, będziesz w stanie przekonać innych;

*Prezentacja, która nie interesuje samego mówcy, będzie płaska, bez polotu.*  
Jacek Rozenek (2016, s. 62)

#### **2. dokonaj jego selekcji (krytycznej analizy)**

- **odrzuć 30-40% tego, co masz już gotowe;**
- przedstaw tylko to, co umożliwi osiągnięcie celu, a nie wszystko, co wiesz na „zadany” temat;

*Wystąpienie na dany temat nie jest prezentacją wszelkich umiejętności oraz pełnego zakresu wiedzy prelegenta, lecz jedynie wycinkiem jego zadań zawodowych.*  
Elżbieta Żurek (2003, s. 70)

- dobierz prezentowane treści pod kątem zainteresowań, potrzeb i preferencji słuchaczy.



Jedną ze sprawdzonych metod selekcjonowania informacji jest ustalenie tego, co uczestnicy wiedzieć: **muszą, powinni i mogą**.

*(...) jednym z najczęstszych błędów w komunikacji jest przekazywanie nadmiernych ilości informacji i niepozostawienie czasu na namysł: <Dużo karmienia na siłę, mało miejsca na trawienie>. Pomijając część materiału, zyskujesz wolny czas na zadawanie pytań i ogólne mierzenie się z tematyką prezentacji.*

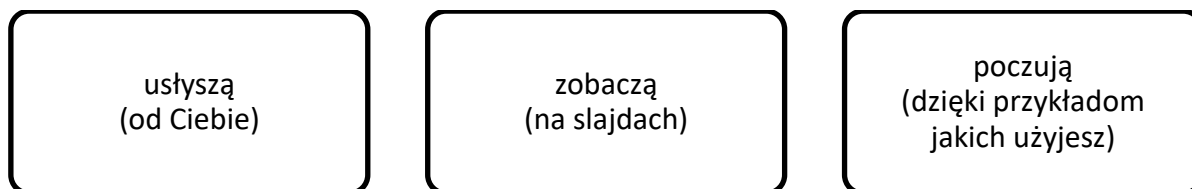
*Garr Reynolds (2011, s. 48)*

Sposób na sukces w wystąpieniach publicznych to **koncentracja na priorytetach** - najważniejszych, kluczowych punktach.

Paweł Lenar przedstawia wskazówki ułatwiające dobór materiału na godzinne wystąpienie (2008, s. 43-44):

- zbierz materiał, z którym chcesz zapoznać odbiorców;
- wybierz trzy kluczowe wątki, najważniejsze zagadnienia (filary);
- do każdego z trzech tematów przygotuj ciekawostkę, historię;
- z pozostałego materiału wynotuj tylko kilka faktów, zdań, które mogą zainteresować słuchaczy;
- zastanów się, czy wystarczy Ci czasu na omówienie wszystkich wynotowanych treści.

Według Agaty i Jerzego Rzędowskich siła naszego wystąpienia to „**główny przekaz**”, czyli jedno proste zdanie, które uczestnicy prezentacji:



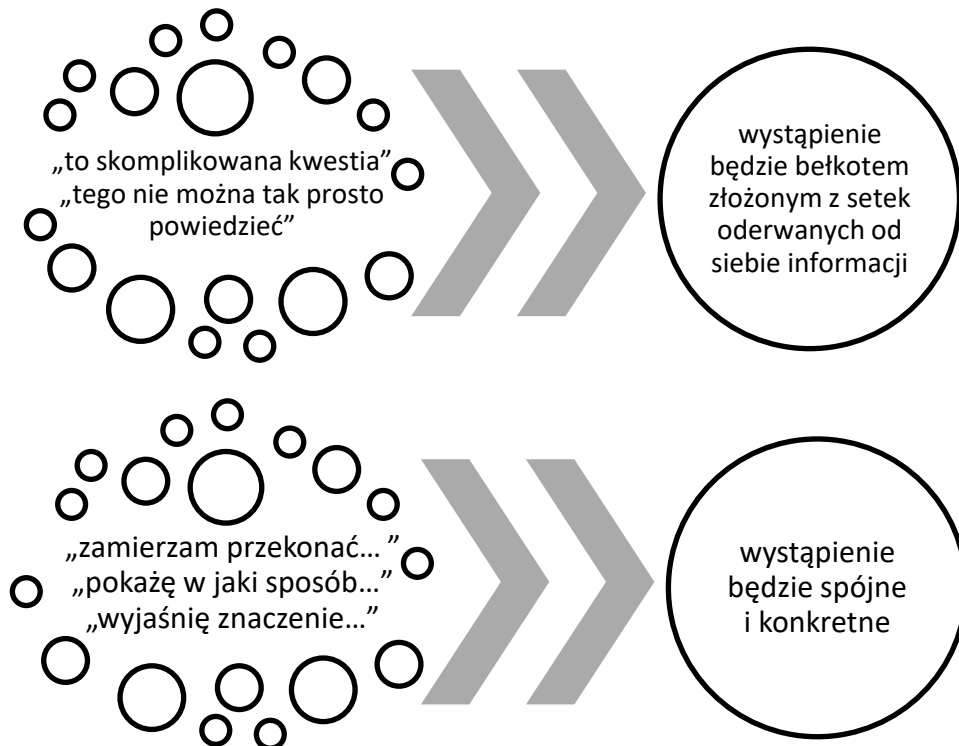
*Bez Głównego Przekazu nie ma dobrej prezentacji, jest tylko luźny zbiór slajdów i danych.*  
*Agata i Jerzy Rzędowscy (2010, s. 49).*

Główny przekaz to nie to samo, co temat prezentacji (temat to za mało, by zainteresować publiczność) i jej tytuł (dobry tytuł powinien intrygować).

Zdaniem autorów (2009, s. 43-44) jeśli na pytanie o to:

- jaka jest główna myśl Twojego wystąpienia?
- jak powiedział(a)byś to jednym zdaniem?

odpowiadasz:



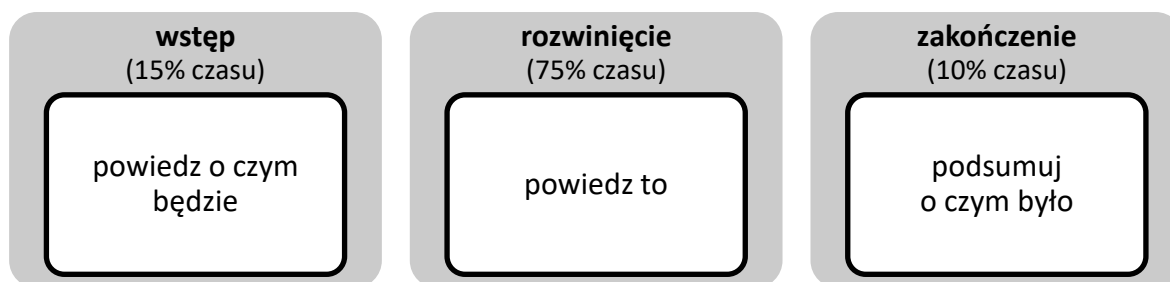
Carmine Gallo zachęca do uprawiania „**myślowej dyscypliny**” (2016, s. 149). Umiejętność wyrażania głównego przesłania (idei) w 140 znakach (nagłówek w stylu Twittera) daje szansę na stworzenie przejrzystej prezentacji, która zostanie zapamiętana przez słuchaczy.

Aby mieć pewność, iż prezentacja nie będzie zbyt długa i zagmatwana autor poleca stworzenie **mapy przekazu**, swoistego szkicu wystąpienia, który powinien zmieścić się na jednej stronie (2016, s. 223-225). Proces jego przygotowań jest następujący:

- krok 1 – sformułowanie nagłówka;
- krok 2 – wybór trzech kluczowych przekazów wspierających nagłówek;
- krok 3 - wzmocnienie trzech przekazów opowieściami, statystykami i przykładami.

Sposób na sukces to odpowiednia **organizacja treści**.

Udana prezentacja przypomina scenariusz - posiada jasno określony:



Zdaniem Piotra Buckiego (2020, s. 58):

- wstęp ma jedynie sygnalizować o czym będzie, to zaciągnięcie u słuchaczy kredytu zaufania - „ obiecujesz, co zyskają i zdobywasz sympatię i zaufanie jako przewodnik”;
- w rozwinięciu spłacasz kredyt - zabierasz odbiorców w podróż;
- na zakończenie „pozostawiasz słuchaczy z lekkim niedosytem, że podróż już się skończyła. A nie z ulgą, że już koniec”.

Udana prezentacja posiada widoczną, przejrzystą strukturę, na którą składają się:

- **teza** (jasno sformułowana);
- **argumenty** (odpowiednio dobrane);
- **wnioski** (logicznie wynikające z całości).

Struktura musi być dostosowana do poziomu wiedzy słuchaczy i skonstruowana w sposób dla nich zrozumiały. Struktura wzmacnia tok rozumowania.

**W strukturach opartych na naturalnym schemacie opowieści** informacje uporządkowane są według:

- ich następstwa w czasie (minione wydarzenia) – struktura chronologiczna;
- przebiegu procesu, etapów (raporty, opisy projektu) – struktura sekwencyjna;

**Struktury oparte na kontraście** sprawdzają się w sytuacjach perswazyjnych.

Treść prezentowana jest jako:

- problem – rozwiązanie (wskazanie problemu przekonuje do potrzeby zmian);
- porównanie – kontrast (przedstawienie różnic lub podobieństw między elementami pozwala na głębszy wgląd w zagadnienie);

- przyczyna – skutek;
- zaleta – wada.

*Jeśli publiczność nie jest w stanie dostrzec struktury, to znaczy, że prezydentowi zabrakło czasu na uporządkowanie informacji (...). Prezentacje, które poruszają wszelkie możliwe wątki, pozostawiają odbiorców zagubionych w labiryncie myśli.*

*Nancy Duarte (2012, s. 150)*

Ostateczny efekt, nie jest wynikiem obfitości materiału lecz sposobu jego opracowania.

*Mówca tak powinien skonstruować przemówienie, by wyczerpać temat, ale nie wyczerpać słuchaczy.*

*Winston Churchill*

### **po czwarte: zainteresuj**

*(...) wcześniej przygotowane <niekiedy banalne i traktowane zbyt uniwersalnie> prezentacje multimedialne stanowią jakby usprawiedliwienie dla nieprzygotowanego mówcy, który opiera swoje wystąpienie wyłącznie na elementach technicznych, zapominając o słuchaczach. Takie zachowanie nie wpływa pozytywnie na poziom zainteresowania audytorium.*

*Elżbieta Żurek (2003, s. 63)*

Gwarancją wzbudzenia zainteresowania słuchaczy jest odpowiednio dobrana **forma przekazu (technika realizacji)**.



Aby dotrzeć ze swym przekazem **nawiąż relację z publicznością**.

*Prezentacja to idealna przestrzeń dla nawiązywania relacji, gdyż jest jedną z niewielu form interakcji, które zakładają osobiste zaangażowanie.*

*Nancy Duarte (2012, s. 34)*

Pamiętaj – uczestnicy pragną uczestniczyć ☺



W związku z tym:

mobilizuj słuchaczy  
do aktywności

- doprowadź do tego, by uczestnicy sami powiedzieli to, co chciałbyś, aby zostało powiedziane:
  - zachęcaj do wyrażania opinii
  - zachęcaj do zadawania pytań
- stosuj formy wymagające zaangażowania się:
  - ćwiczenia praktyczne, dyskusje, analizy w grupach

*Przestań myśleć, że kiedy wstajesz i cokolwiek mówisz, wygłaszasz przemówienie,  
bo wcale nic takiego nie robisz  
– w rzeczywistości prowadzisz rozmowę w nieco większej skali.  
Garr Reynolds (2011, s. 20)*

**Zwracaj się bezpośrednio do słuchaczy** – tylko tak przekonasz odbiorców, że przygotowałeś wystąpienie z myślą o nich oraz, że nie jest Ci obca umiejętność współpracy i współdziałania z innymi.

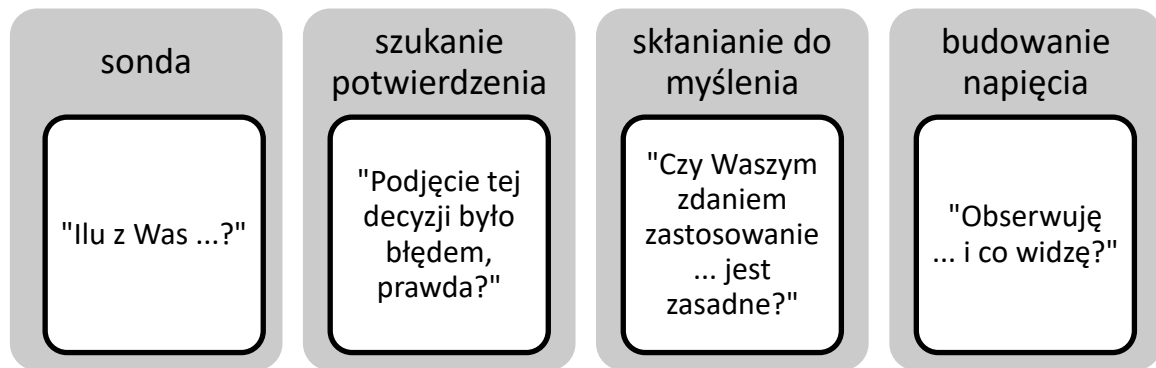
*Podczas każdej części wystąpienia powinieneś często zadawać słuchaczom pytania,  
które skłonią ich do refleksji (...).  
Dzięki tej technice wystąpienie nabiera charakteru konwersacji.  
Jeremey Donovan (2016, s. 161)*

*Zabiegi werbalne mówcy służące nawiązaniu relacji ze słuchaczami*

odwołania  
do słuchaczy

- nawiązanie kontaktu
  - *co Państwo o tym myślicie?*
  - *zwróćcie uwagę na ...*
  - *czy zgadzacie się ze mną?*
  - *czy ten argument was przekonuje?*
- angażowanie odbiorcy w tok myślenia prelegenta
  - *zastanówmy się wspólnie nad ...*
  - *wielu z was pomyśli teraz...*
  - *rozpocznijmy od omówienia przykładu, który ...*
  - *wiedzą państwo podobnie jak ja, że ...*

### Cztery sposoby stawiania pytań angażujących



Wielu autorów i praktyków podkreśla, iż „korzystanie z dobrodziejstw technik multimedialnych nie może być jedyną formą kontaktu z audytorium, tylko uzupełnieniem innych metod przekazu informacji” (Żurek 2003, s. 63).

Aby móc tego dokonać:

- **ogranicz liczbę slajdów** - uniezależnij się od slajdów

*Zwyczaj chowania się prezentera za swoimi slajdami - zupełnie jakby świadczyło to o doskonałej komunikatywności - jest pewną normą kulturową.*

*Nancy Duarte (2012, s. 34)*

*(...) częstym błędem jest przeładowanie prezentacji slajdami. Wprowadza to niepotrzebny chaos. Prezenter chciałby przekazać wszystko, co wie i pokazać wszystkie slajdy (w końcu po coś nad nimi pracował). Ale jeżeli coś opóźni prezentację (nieplanowane pytanie od uczestnika, pogubienie się mówcy, awaria), to z końcowymi slajdami będzie się spieszył. To nie wpływa dobrze na jakość prezentacji. Prezenter, który się spieszy, zaczyna mówić niewyraźnie i szybciej oddychać, a przez to jego głos się irytująco podnosi.*

*Zdenerwowanie mówcy udziela się publiczności.*

*Agata i Jerzy Rzędowscy (2010, s. 67)*

- **opowiadaj, nie przemawiaj**

*„Zapomnij o PowerPointach i statystykach. Jeśli chcesz naprawdę porwać odbiorców, musisz umieć opowiedzieć historię.*

*Garr Reynolds (2011, s. 51)*

Ponadto:

- **bądź autentyczny** – ujawniaj prawdziwe uczucia, nie ukrywaj się za rolą zawodową

*Autentyczność wiąże się z okazywaniem emocji i dzieleniem się nimi z innymi.*

*Najdoskonalszym opowiadaczom przyświeca zasada*

*<chcę, abyście poczuli, co ja czuję>,*

*a umiejętnie poprowadzona opowieść ma to umożliwić.*

*W ten sposób informacja łączy się z doświadczeniem i zapada w pamięć.*

*Nancy Duarte (2012, s. 34)*

- **pokorny** – miej świadomość, iż to „nie Ty jesteś bohaterem” (Duarte 2012, s. 40).

*Nie bądź arogantem.*

*Nie myśl, że jesteś w prezentacji najważniejszy, lecz pokornie uznaj,*

*iż najważniejsza jest publiczność.*

*Nancy Duarte (2012, s. 42)*

*Prezentacja to nie narzędzie do pompowania swojego ego.*

*Widownia to nie tłum klakierów, którzy mają się pochylać z zachwytem nad*

*każdą cząstką Twojej zajefajności.*

*Piotr Bucki (2020, s. 40)*

- **empatyczny** – empatia to zdolność rozumienia innych ludzi, patrzenia z ich perspektywy, stawiania się w ich położeniu.

#### *Czynniki budujące pozytywną atmosferę*

budowanie  
pozytywnej atmosfery

- zachęcanie wszystkich uczestników do udziału w dyskusji i działaniu
- możliwość swobodnego wyrażania uczuć i opinii
- szacunek dla odmiennych poglądów
- przyjazne nastawienie
- spokój towarzyszący realizacji zadań

*Wyobraź sobie, że członkowie publiczności są gośćmi w Twoim domu.*

*Zadbaj o to, aby czuli się dobrze.*

*Neil Thomas (2009, s. 132)*

*ciąg dalszy nastąpi...*

## Literatura:

- Bucki P., *Prezentacje po prostu! Szkoła wystąpień publicznych*, Wydawnictwo HELION, Gliwice 2020
- Donovan J., *Jak wygłosić mowę życia*, Wydawnictwo HELION, Gliwice 2016
- Duarte N., *Slajd:ologia. Nauka i sztuka tworzenia genialnych prezentacji*, Wydawnictwo HELION, Gliwice 2011
- Duarte N., *Współbrzmienie. Znajdź wspólny język z odbiorcami twojej prezentacji*, Wydawnictwo HELION, Gliwice 2012
- Gallo C., *Mów jak TED. 9 sposobów na dobrą prezentację według wybitnych mówców*, Grupa Wydawnicza Foksal Sp. z o.o., Warszawa 2016
- Lenar P., *Sekrety skutecznych prezentacji multimedialnych*, Wydawnictwo HELION, Gliwice 2008
- Łaguna M., Fortuna P., *Przygotowanie szkolenia, czyli jak dobry początek prowadzi do sukcesu*, GWP, Gdańsk 2009
- Łasiński G., *Sztuka prezentacji*, Wydawnictwo eMPI2, Poznań 2000
- McGowan B., Bowman A., *Traf w sedno. Jak mówić, aby przekonać*, MT Biznes, Warszawa 2014
- Reynolds G., *Prezenter bez tajemnic. Naga prawda o sile słowa i mocy slajdów*, Wydawnictwo HELION, Gliwice 2011
- Rozenek J., *Prezentuj z pasją*, MT Biznes Sp. z o.o., Warszawa 2016
- Rzędowscy A., J., *Mistrzowskie prezentacje. Slajdowy poradnik mówcy doskonałego*, Wydawnictwo HELION, Gliwice 2010
- Rzędowscy A., J., *Mówca doskonały. Wystąpienia publiczne w praktyce*, Wydawnictwo HELION, Gliwice 2009
- Thomas N. (red.), *Komunikacja i prezentacje według Johna Adaira*, Wolters Kluwer, Kraków 2009
- Tracy B., *Mów i zwyciężaj. Jak perswazyjnie prezentować w każdej sytuacji*, MT Biznes Sp. z o. o., Warszawa 2015
- Żurek E., *Wystąpienia perswazyjne*, Poltext, Warszawa 2010
- Żurek E., *Sztuka wystąpień, czyli jak mówić, by osiągnąć cel*, Poltext, Warszawa 2003