

TECHNIKI PREZENTACJI

część 1

*Przygotowane prezentacji mówionej
zasady podstawowe*

KILKA „ŚWIATŁYCH” CYTATÓW

Umiejętność przekonywania ludzi stała się w dzisiejszym świecie towarem, za który jestem gotowy płacić więcej, niż za jakikolwiek inny.

John Davison Rockefeller

KILKA „ŚWIATŁYCH” CYTATÓW

Wszystko powinno się robić tak prosto,
jak tylko to jest możliwe - ale nie prościej

Albert Einstein

KILKA „ŚWIATŁYCH” CYTATÓW

Nauka jest zbiorem wypróbowanych przepisów

Paul Ambroise Valéry

PODSTAWOWA ZASADA KOMUNIKACJI

Komunikacja jest w pełni skuteczna,
gdy komunikat **odebrany** przez
odbiorcę jest taki sam, jak **nadawany**
przez nadawcę

KANAŁY KOMUNIKACJI (1)

Nadawca „koduując” swój komunikat używa trzech kanałów komunikacji – tzw.

3 kanały W

werbalny – użycie słów mających określone znaczenie, jest to kanał odpowiedzialny za przekaz merytoryczny

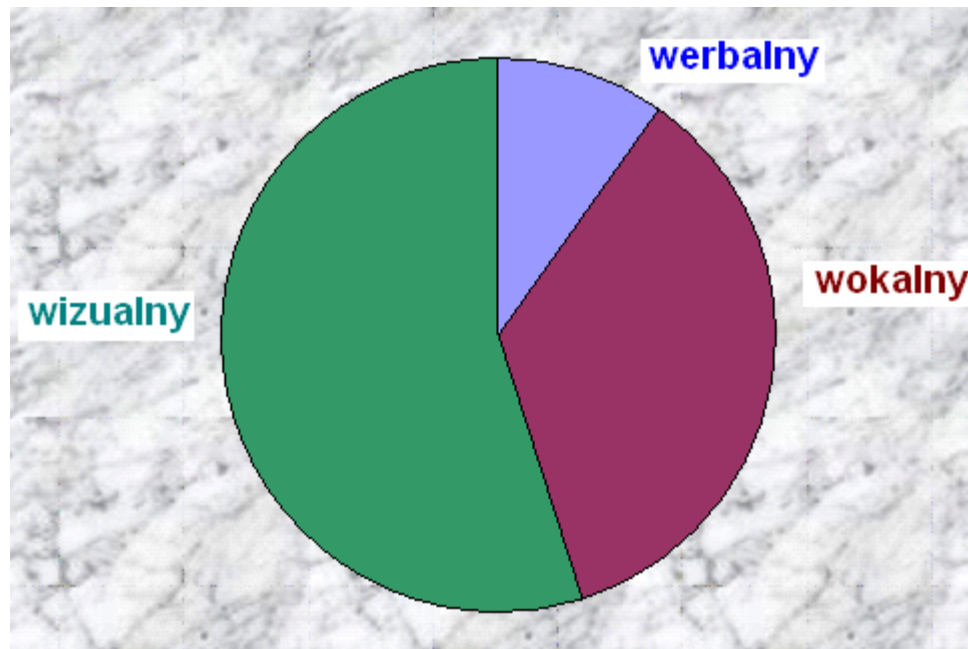
KANAŁY KOMUNIKACJI (2)

wokalny – głos ma atrybuty wysokość, siłę, artykulację, sposób akcentowania

wizualny – odbiorca obserwuje nadawcę i ocenia jego wygląd, zaangażowanie, gesty, mimikę.

KANAŁY KOMUNIKACJI (3)

Udział poszczególnych kanałów komunikacji w ogólnym przekazie



KANAŁY KOMUNIKACJI (4)

Wniosek

To czy odbiorca zaakceptuje nas nie zależy od tego

CO mówimy (*kanal werbalny*).

Zdecydowanie istotniejsze jest

JAK mówimy (*kanal wokalny*) i jak się zachowujemy, tzn. co mówi nasz język ciała (*kanal wizualny*).

Wydaje się dziwne – ale to dotyczy stosunku emocjonalnego i siły perswazji

KANAŁY KOMUNIKACJI (5)

W całym procesie komunikacji kanał werbalny stanowi co najwyżej 35% procesu komunikacji.

Reszta,, tzn. 65% to kanały wokalny i wizualny, czyli składniki procesu odpowiedzialne za *JAK*

KANAŁY KOMUNIKACJI (6)

Kanał werbalny

słowo – a szczególnie dobór słów;

formy gramatyczne – tryb (rozkazujący, pytający, oznajmujący), wyrażenia warunkowe, zdania twierdzące – przeczące, stwierdzenia pozytywne – negatywne;

budowa zdań – raczej strona czynna;

zwięzłość – pustosłowie, zbitki, powtórzenia;

dostosowanie przekazu do odbiorcy

KANAŁY KOMUNIKACJI (7)

Kanał wizualny

mimika – strach, złość, zaskoczenie, wstręt, szczęście, smutek, ból;

kontakt wzrokowy i ruchy oczu – ok. 60% czasu, gdy więcej to bardziej zainteresowani sobą, gdy < 15% to brak zainteresowania rozmową, kontakt 5-10 sek.;

postawa i ruch ciała – obraz pewności siebie, gesty rąk;

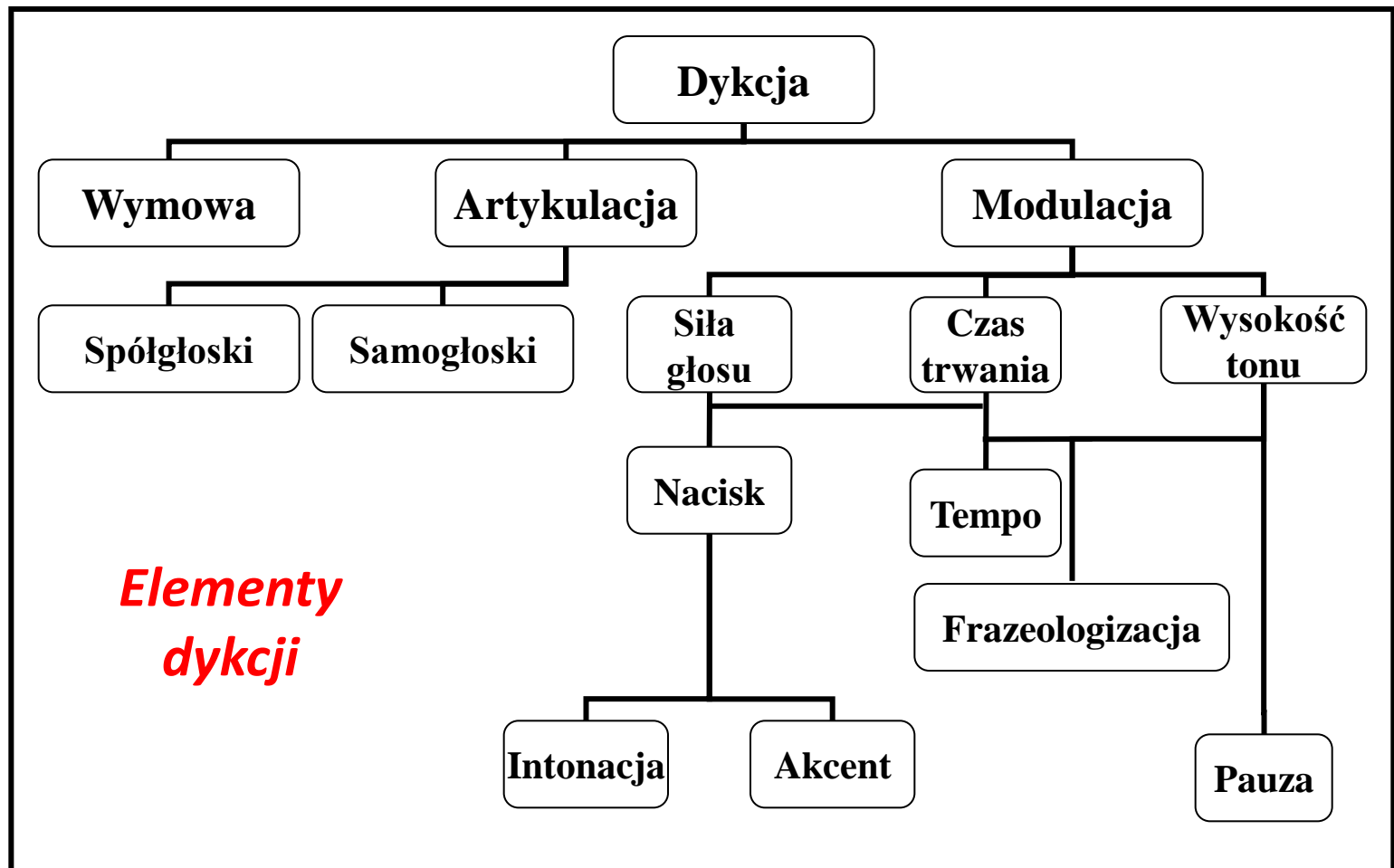
wygląd zewnętrzny i użycie przedmiotów – sposób ubierania się;

KANAŁY KOMUNIKACJI (8)

Elementy dykcji

wymowa, artykulacja, modulacja,
siła głosu, akcent, intonacja (nacisk),
pauza, tempo (100-120 słów na minutę),
frazologizacja (grupowanie słów, zmiany
tempa, pauzy, tworzenie zespołów słów)

KANAŁY KOMUNIKACJI (9)



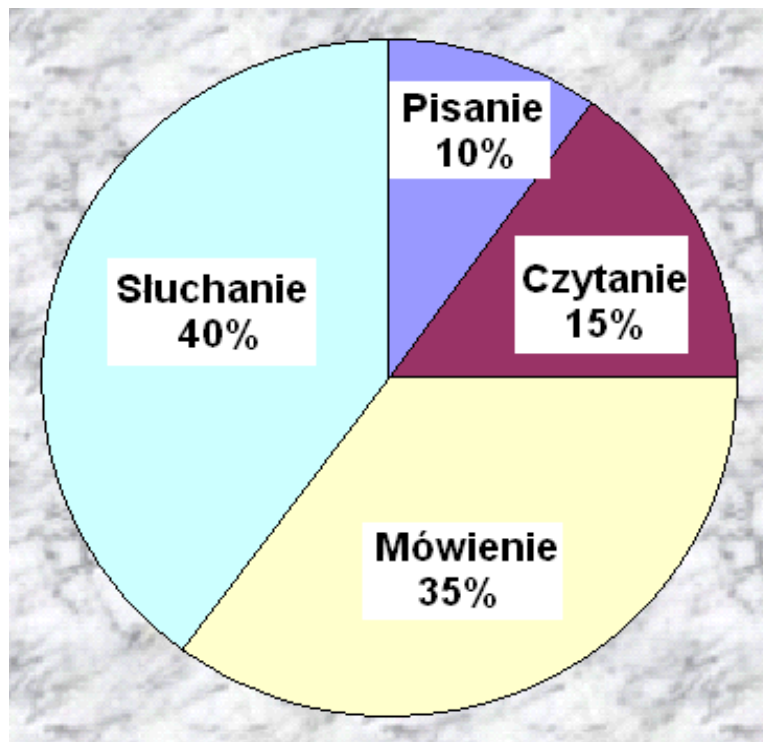
FORMA PRZEKAZU INFORMACJI

Zależność między efektywnością przyswajania informacji, a sposobem ich przekazu



TECHNIKI ODBIORCY

Udział poszczególnych czynności w procesie komunikowania



SIEDEM DOBRYCH RAD (ZASAD)

To nie są jakieś super-reguły, ale są to podstawowe zasady aby prezentacja mogła zostać dobrze przyjęta

ZASADA 1

Mówić zrozumiale, czyli

„Popatrzcie, jakie to proste!”

a nie:

„Popatrzcie, jakie to mądre!”





ZASADA 2

Wiedzieć po co się mówi, czyli - analiza sytuacji

1. **kto** będzie słuchał, (odbiorca) ?
2. **co** chcę przekazać (treść) ?
3. **w jakim celu** występuję ?
4. **jaką** formę ma mieć wystąpienie ?
5. **kiedy** ma być wystąpienie ?

ZASADA 3

Nie oszukiwać

słuchacze bardzo szybko wyczują
nieszczerość

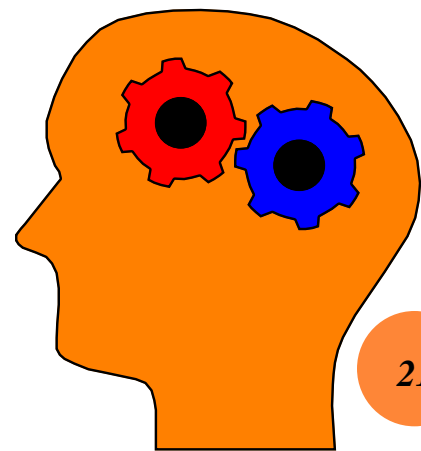


ZASADA 4

Nie uczyć się na pamięć

Ale także:

- nie czytać
- starać się mówić a nie przemawiać



ZASADA 5

Opanować strach

A także należy pamiętać, że:

- publiczność jest nastawiona pozytywnie
- nie przeproszać, nie tłumaczyć się
- postępować zgodnie z planem

ZASADA 5 CD.

Opanować strach

zastanów się nad przezwycięzeniem
tremy i obaw związanych z prezentacją

ZASADA 5 CD.

JAK ZMNIEJSZYĆ TREMĘ

POWODY TREMY

- **Nadmierna pobudliwość**

(brak relaksu, zapominasz co chcesz powiedzieć)

- **Znudzeni słuchacze**

(słuchacze tracą zainteresowanie, kręcą się i rozmawiają)

PRAKTYCZNE ROZWIĄZANIA

- Ćwicz przed lustrem, połóż notatki w dostępnym miejscu;

Czy mówisz na temat?

- Zmień tempo, wzmocnij kontakt wzrokowy ze słuchaczami

ZASADA 5 CD.

JAK ZMNIJSZYĆ TREMĘ

POWODY TREMY

- **Trudni słuchacze**
*(agresywne pytania,
słuchacze chcą cię ośmieszyć)*
- **Awaria pomocy AW**
*(zepsuł się sprzęt albo
zapomniałeś jak go się
obsługuje)*

PRAKTYCZNE ROZWIĄZANIA

- Bądź grzeczny, okaż szacunek, zadaj im trudne pytania
- Staraj się nie korzystać z pomocy jeśli nie umiesz ich obsługiwać, sprawdź sprzęt przed prezentacją

ZASADA 6

Dobrze rozpocząć

- ⊙ prawidłowa postawa
- ⊙ spokój, opanowanie + 2 oddechy
- ⊙ wszystko według planu
- ⊙ przywitanie i przedstawienie

pierwszych trzech zdań

można nauczyć się na pamięć



ZASADA 7

Dobrze zakończyć

- ⊙ podsumowanie zgodnie z planem
- ⊙ bez zbędnych ozdobników
- ⊙ z przekonaniem

*Ostatnie słowa prezentacji
są Twoim testamentem*



POWRÓĆMY DO ZASADY 2

Pełna analiza sytuacji

- 1 **kto** będzie słuchał, (odbiorca) ?
2. co chcę przekazać (treść) ?
3. w jakim celu występuję ?
4. jaką formę ma mieć wystąpienie ?
5. kiedy ma być wystąpienie ?

AD.1 CZYLI PUBLICZNOŚĆ

Pytania, które należy sobie zadać:

- ✧ *Ilu będzie słuchaczy?*
- ✧ *Jaki jest wiek (średni) słuchaczy?*
- ✧ *Czy słuchacze znają temat prezentacji?*
- ✧ *Czy uczestniczą z własnej woli, czy zostali zaproszeni?*
- ✧ *Co łączy słuchaczy?*
- ✧ *Jakie mogą mieć uprzedzenia?*
- ✧ *Jaka jest przynależność kulturowa słuchaczy?*
- ✧ *Czy część, a może wszyscy się znają?*

AD.1 CZYLI PUBLICZNOŚĆ CD.

Liczebność audytorium

- 3-5 osób - dialog ze słuchaczami
- powyżej 20 - styl wykładowy
- 100 i więcej - duży wpływ słuchaczy

AD.1 CZYLI PUBLICZNOŚĆ CD.

Mała widownia

styl - *w zależności od widowni formalny lub nieformalny*

technika - *nawiązać kontakt wzrokowy z każdym, cały czas twarz zwrócona do widowni*

AD.1 CZYLI PUBLICZNOŚĆ CD.

Średnia lub duża widownia

styl - *raczej formalny typu przemówienie na konferencji*

technika - *wszyscy muszą dobrze słyszeć (zwłaszcza z tyłu sali), częste podsumowania; mów wolno, jasno i wyraźnie*

AD.1 CZYLI PUBLICZNOŚĆ CD.

Ze wzrostem liczby słuchaczy
audytorium staje się jednorodne !!!

Mniej jest ważne **co** się mówi, a
bardziej **kto** przemawia.

Psychologia tłumu - nie przemawiają
logiczne i racjonalne argumenty

AD.1 CZYLI PUBLICZNOŚĆ CD.

Analiza publiczności:

indywidualna i zbiorowa

(wiek, środowisko, zawody, płeć,
zainteresowania, oczekiwania,
stosunek do tematu,)

Kim są ?

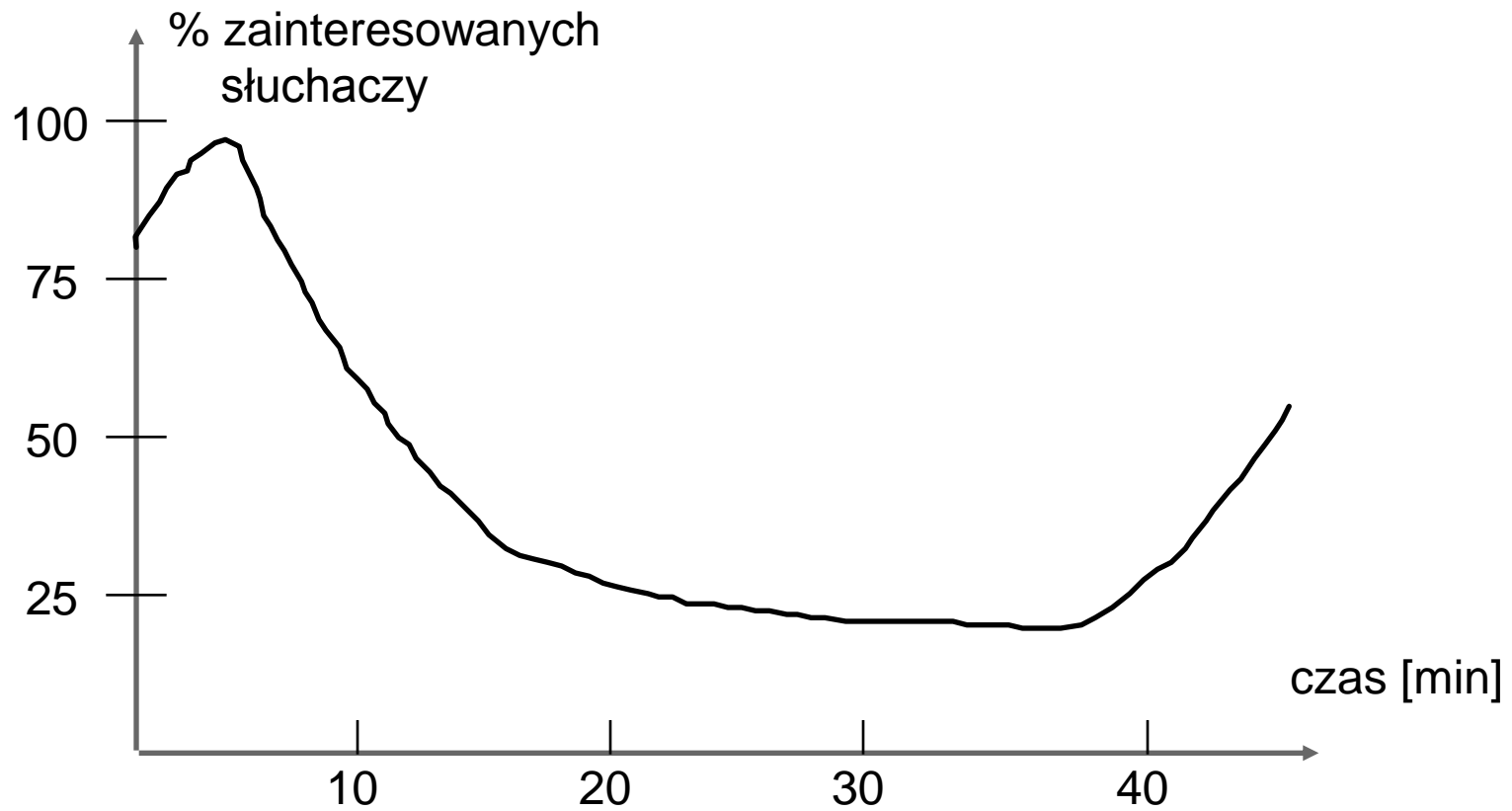
Co wiedzą ?

AD.1 CZYLI PUBLICZNOŚĆ CD.

Percepcja słuchaczy:

- efekt pierwszego wrażenia
- zasady marketingu
- krzywa uwagi słuchacza

KRZYWA UWAGI



ZASADA 2 – CD. DYSKUSJI

Pełna analiza sytuacji

1. kto będzie słuchał, (odbiorca) ?
2. **CO** chcę przekazać (treść) ?
3. w jakim celu występuję ?
4. jaką formę ma mieć wystąpienie ?
5. kiedy ma być wystąpienie ?

AD.2 CZYLI TREŚĆ PREZENTACJI

Prezentację wypełnia się konkretną treścią (*informacje, dane, przykłady..*) często z zastosowaniem pomocy wizualnych

AD.2 CZYLI TREŚĆ PREZENTACJI

- Jakie treści chcemy przekazać słuchaczom ?
- Jak optymalnie podzielić materiał (*np. pomiędzy wykład, ćwiczenia, projekt...*) ?
- W jaki sposób wzbudzić zainteresowanie słuchaczy tematyką ?

AD.2 CZYLI TREŚĆ PREZENTACJI

- Jakie dodatkowe efekty, poza przekazaniem informacji chcemy osiągnąć ?
- Jaka będzie struktura prezentacji ?
- Z jakich pomocy zamierzamy skorzystać ?

SCHEMAT WYSTĄPIENIA

- 1) sformułowanie problemu
- 2) plan prezentacji
- 3) tok rozumowania i rozwiązanie
- 4) dyskusja:
 - zalety
 - wady
 - możliwości zastosowań
- 5) kierunki dalszych badań
- 6) podsumowanie

STRUKTURA WYSTĄPIENIA

1) Wstęp

- Zdania otwierające
- Temat i główna teza
- Plan: opisanie treści i konstrukcji prezentacji

*Zdania otwierające wywołują pierwsze
wrażenia audytorium -
- trudno to potem zmienić*

STRUKTURA WYSTĄPIENIA

2) Treść (podział logiczny)

- Zagadnienie A (uzasadnienie, dowody, szczegóły, przykłady)
- Zagadnienie B (uzasadnienie, dowody, szczegóły, przykłady)
- itd.. ...
- Podsumowanie każdego fragmentu
- Łączniki i wprowadzenie do następnej części

STRUKTURA WYSTĄPIENIA CD.

3) Zakończenie

Podsumowanie (najbardziej dobitne argumenty)

Konkluzje, zalecenia, propozycje dalszej kontynuacji

*Zdania ostatnie pozostają najdłużej
w pamięci słuchacza
i decydują o ostatecznym wrażeniu*

PRZYGOTOWANIE WYSTĄPIENIA

Przygotowując prezentację stosujemy inną kolejność niż będzie to miało miejsce podczas wygłaszania.

Plan przygotowania:

1. Sprecyzowanie celu wystąpienia
2. Wybór przedstawianych zagadnień
3. Przygotowanie wstępu
 - a) wprowadzenie - cel wystąpienia i plan wypowiedzi
 - b) zdania otwierające
4. Przygotowanie zakończenia
 - a) podsumowanie
 - b) zdania końcowe

PRZYGOTOWANIE WYSTĄPIENIA

Efekt pierwszego wrażenia

Pamiętaj - nikt ci nie da drugiej szansy zrobienia pierwszego wrażenia

Najważniejsze są: (tzw. Reguła 3)

pierwsze 30 sek.

pierwsze 3 kroki

pierwsze 3 zdania

ZASADA 2 – CD. DYSKUSJI

Pełna analiza sytuacji

1. kto będzie słuchał, (odbiorca) ?
2. co chcę przekazać (treść) ?
3. w jakim **celu** występuję ?
4. jaką formę ma mieć wystąpienie ?
5. kiedy ma być wystąpienie ?

AD.3 CZYLI CEL PREZENTACJI

Podstawowe pytanie:

Po co zabieramy głos ???

Cel główny

Cel ukryty

Cel w pełni ukryty

Cele osobiste

AD.3 CZYLI CEL PREZENTACJI CD.

Jakie mogą być cele?

- Przekazanie wiedzy np. wykład
- Przekonanie do swoich racji
- Pozytywne pokazanie siebie (np. obrona pracy dyplomowej)
- Zreferowanie narzuconego tematu
- Opowieści i gawędy

AD.3 CZYLI CEL PREZENTACJI CD.

Jakie jeszcze mogą być cele?

- ◆ Zmotywowanie słuchaczy do podjęcia określonych działań
- ◆ Zainteresowanie prezentowaną tematyką, rozbudzenie ciekawości
- ◆ Przekazanie dodatkowych informacji, niebezpośrednio dotyczących tematu

ZASADA 2 – CD. DYSKUSJI

Pełna analiza sytuacji

1. kto będzie słuchał, (odbiorca) ?
2. co chcę przekazać (treść) ?
3. w jakim celu występuję ?
4. jaką **formę** ma mieć wystąpienie ?
5. kiedy ma być wystąpienie ?

AD.4 CZYLI FORMA PREZENTACJI

Należy się zastanowić nad formą prezentacji.

1. Określenie struktury prezentacji (wstęp, treść, (zagadnienie 1, 2,.. podsumowania częściowe), zakończenie
2. Określenie organizacji materiału
3. Pomoce wizualne (tablica kredowa,- biała, rzutnik pisma, - przezroczy,- multimedialny, film, pokaz TV, modele ruchome)

AD.4 CZYLI FORMA PREZENTACJI

Im **bardziej skomplikowana jest informacja** przekazywana za pomocą środków wizualnych, **tym słabsza jest kontrola** prelegenta nad całością przekazu

ZASADA 2 – KOŃCZĄC DYSKUSJĘ

Pełna analiza sytuacji

1. kto będzie słuchał, (odbiorca) ?
2. co chcę przekazać (treść) ?
3. w jakim celu występuję ?
4. jaką formę ma mieć wystąpienie ?
5. **kiedy** ma być wystąpienie ?

AD.5 CZYLI CZAS I MIEJSCE AKCJI

Tutaj istotny jest aspekt czasowy

- pora dnia (przedpołudnie - wieczór),
- kontekst czasowy (kto przed, kto po),
- konkretna sesja,

ale i aspekt czysto techniczny

- sala,
- zaplecze techniczne,
- zdolność audytorium do akceptacji prezentacji.