

# 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*

2

## KILKA „ŚWIATŁYCH” CYTATÓW

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

*Albert Einstein*

3

## KILKA „ŚWIATŁYCH” CYTATÓW

Nauka jest zbiorem wypróbowanych przepisów

*Paul Ambroise Valéry*

4

## PODSTAWOWA ZASADA KOMUNIKACJI

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

5

## 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

6

## KANAŁY KOMUNIKACJI (2)

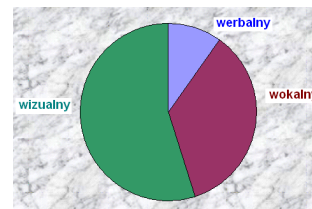
**wokalny** – głos ma atrybuty wysokość, siłę, artykulację, sposób akcentowania

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

7

## KANAŁY KOMUNIKACJI (3)

Udział poszczególnych kanałów komunikacji w ogólnym przekazie



8

## KANAŁY KOMUNIKACJI (4)

### Wniosek

To czy odbiorca zaakceptuje nas nie zależy od tego

**CO** mówimy (*kanał werbalny*).

Zdecydowanie istotniejsze jest

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

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

9

## 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**

10

## 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** – pustosłowia, zbitki, powtórzenia;

**dostosowanie przekazu do odbiorcy**

11

## 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;

12

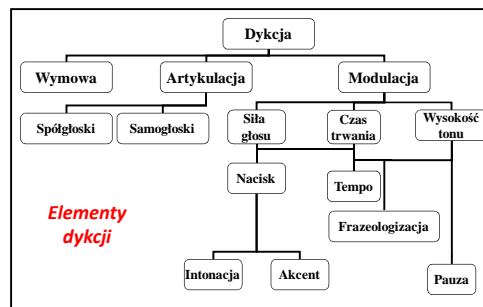
## KANAŁY KOMUNIKACJI (8)

### Elementy dykcji

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

13

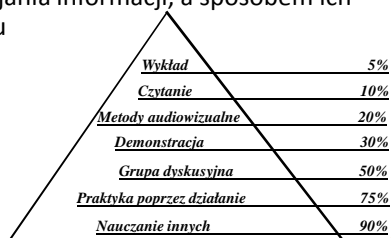
## KANAŁY KOMUNIKACJI (9)



14

## FORMA PRZEKAZU INFORMACJI

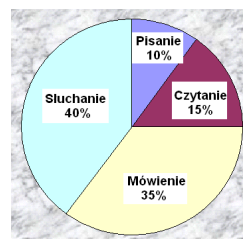
Zależność między efektywnością przyswajania informacji, a sposobem ich przekazu



15

## TECHNIKI ODBIORCY

Udział poszczególnych czynności w procesie komunikowania



16

## SIEDEM DOBRYCH RAD (ZASAD)

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

17

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

19

## ZASADA 3



### Nie oszukiwać

słuchacze bardzo szybko wyczują  
nieszczerłość

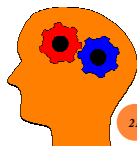
20

## ZASADA 4

### Nie uczyć się na pamięć

Ale także:

- nie czytać
- starać się mówić a nie przemawiać



21

## ZASADA 5

### Opanować strach

A także należy pamiętać, że:

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

22

## ZASADA 5 CD.

### Opanować strach

zastanów się nad przezwyciężeniem  
tremy i obaw związanych z prezentacją

23

## ZASADA 5 CD.

### JAK ZMNIJSZYĆ TREMĘ

#### POWODY TREMY

#### PRAKTYCZNE ROZWIĄZANIA

- **Nadmierna pobudliwość**  
(brak relaksu, zapominasz co chcesz powiedzieć)
- Ćwicz przed lustrem, połóż notatki w dostępnym miejscu;  
Czy mówisz na temat?
- **Znudzeni słuchacze**  
(słuchacze tracą zainteresowanie, kręcą się i rozmawiają)
- Zmień tempo, wzmocnij kontakt wzrokowy ze słuchaczami

24

## 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

25

## ZASADA 6

### Dobrze rozpocząć

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

*pierwszych trzech zdań można nauczyć się na pamięć*



26

## ZASADA 7

### Dobrze zakończyć

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

*Ostatnie słowa prezentacji są Twoim testamentem*



27

## 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 ?

28

## 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?*

29

## AD.1 CZYLI PUBLICZNOŚĆ CD.

### Liczebność audytorium

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

30

### 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

31

### 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

32

### 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

33

### AD.1 CZYLI PUBLICZNOŚĆ CD.

#### Analiza publiczności:

*indywidualna i zbiorowa*  
(wiek, środowisko, zawody, płeć, zainteresowania, oczekiwania, stosunek do tematu, ....)

Kim są ?

Co wiedzą ?

34

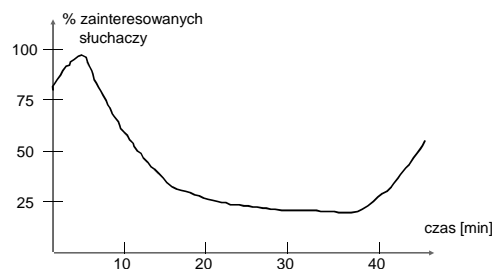
### AD.1 CZYLI PUBLICZNOŚĆ CD.

#### Percepcja słuchaczy:

- o efekt pierwszego wrażenia
- o zasady marketingu
- o krzywa uwagi słuchacza

35

### KRZYWA UWAGI



36

## 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 ?

37

## AD.2 CZYLI TREŚĆ PREZENTACJI

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

38

## 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 ?

39

## AD.2 CZYLI TREŚĆ PREZENTACJI

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

40

## 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

41

## 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*

42

## 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

43

## 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*

44

## 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

45

## 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

46

## 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 ?

47

## AD.3 CZYLI CEL PREZENTACJI

### Podstawowe pytanie:

*Po co zabieramy głos ???*

Cel główny

Cel ukryty

Cel w pełni ukryty

Cele osobiste

48



### 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

49

### 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

50

### 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 ?

51

### 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, - przezroczny,- multimedialny, film, pokaz TV, modele ruchome)

52

### AD.4 CZYLI FORMA PREZENTACJI

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

53

### 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 ?

54

## 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.