

# Rozdział 2

## Komunikacja interpersonalna podczas prezentacji

### **Z tego rozdziału dowiesz się:**

- › czym jest mowa ciała i jak jej właściwie używać;
- › jakie gesty warto wykorzystać podczas prezentacji, a których stanowczo unikać;
- › dlaczego i w jaki sposób należy doskonalić swoją wymowę i artykulację;
- › jak ułatwić odbiór i zachęcić audytorium do aktywnego udziału w twoim wystąpieniu;
- › jak przełamać bariery komunikacyjne.

Zgodnie z definicją komunikacja (łac. *communicatio* – wymiana, łączność, rozmowa) to forma przekazywania informacji między ludźmi mająca na celu porozumiewanie się. Komunikacja interpersonalna (międzyludzka) polega na przekazie słownym (werbalnym) lub pozasłownym (pozawerbalnym).

Aby zaistniał proces komunikowania się, muszą być spełnione następujące warunki:

- **nadawca** (osoba, która przekazuje określone informacje),
- **odbiorca** (osoba, do której dany przekaz jest adresowany),
- **intencja** (zamiary, myśli, uczucia nadawcy),
- zrozumiały dla nadawcy i odbiorcy **kod** (język słowny lub pozasłowny).

Całości dopełnia **komunikat**, czyli forma, w jakiej intencja nadawcy jest przekazywana do odbiorcy.

Należy tu wspomnieć o tzw. modelu komunikacji interpersonalnej, który mówi o tym, że przy klasycznej sytuacji komunikacyjnej związanej z wymianą informacji mamy do czynienia z **intencjami** nadawcy i **interpretacjami** odbiorcy.

Dla profesjonalnego mówcy zdecydowanie bardziej znaczące powinny być te drugie, a cały przekaz powinien zostać zorientowany przede wszystkim na **odbiorcę**. Ważniejsze jest bowiem to, aby odbiorca dobrze zrozumiał komunikat, aniżeli nadawca wypowiedział swoją kwestię. Nieistotne, co nadawca chciał powiedzieć, liczy się to, jak został odebrany i rozumiany.

Niestety, często słyszę od znajomych wykładowców opinię: „Ale ci ludzie są głupi – nie rozumieją, co się do nich mówi”. Myślę jednak, że w takiej sytuacji to nie odbiorcy są winni, ale nadawca, który nie potrafi dostosować swojego przekazu do poziomu słuchaczy.

Należy zatem mówić jasno i zrozumiale. Nie można męczyć słuchaczy i wprawiać ich w zakłopotanie zbyt trudnym do pojęcia przekazem. Popisy nadmiernej elokwencji i erudycji językowej lepiej sobie w większości przypadków darować. To tak, jakby mówić do ludzi w obcym dla nich języku i dziwić się, że nie rozumieją, o co chodzi.



### Zapamiętaj

Za właściwą interpretację komunikatu przez odbiorcę odpowiedzialny jest **nadawca**.

To wielka sztuka, aby – zwłaszcza o rzeczach trudnych i skomplikowanych – mówić jasno, prosto i zrozumiale.

## Jak umiejętnie i sugestywnie wykorzystać swoją mowę ciała

Każdej wymianie komunikatu, również tej podczas wystąpień publicznych, towarzyszą komunikaty niewerbalne, czyli tzw. mowa ciała (ang. *body language*). Komunikaty niewerbalne uzupełniają, modyfikują i wspomagają komunikaty słowne, nadając im większą wyrazistość i czytelność, oraz pomagają budować atmosferę zaufania i pozycję autorytetu mówcy.

Twoje gesty to twoje emocje. Jeśli pomiędzy słowami a gestami będzie istniał jakiś dysonans, to choćbyś nie wiem jak się zarzekał – ludzie uwierzą nie słowom, tylko gestom.

Prezentacja to nie tylko przekaz suchych faktów za pomocą gestów i tonu głosu, lecz także przekaz emocji, które w znaczący sposób wpływają na ocenę treści merytorycznej wystąpienia.

Za pomocą mowy ciała możesz aktywnie wpłynąć również na swój nastrój i emocje. Dzieje się tak, gdyż twoje ciało cały czas wysyła informacje do mózgu na temat kondycji i samopoczucia. Możesz w związku z tym zaprogramować umysł i świadomość na pewność siebie, ekspresję i entuzjazm, czyli na to, co jest u profesjonalnych prezynterów niezwykle przydatne. Dobrze to widać na przykładzie ubioru: inaczej zachowują się ludzie ubrani w garnitury, a inaczej odziani w wyciągnięte dresy. Wystarczy, że zmienisz strój, a będziesz zachowywać się albo bardziej dostojnie, albo bardziej swobodnie.

Jak zatem zachowywać się na scenie? Jak gestykulować? Czy się poruszać, czy może stać nieruchomo? Warto się tego dowiedzieć, zanim wkroczysz na scenę.

Amerykański uczony, prof. Albert Mehrabian, specjalista w dziedzinie języka ciała, na podstawie słynnego eksperymentu przeprowadzonego w 1967 r. wyróżnił trzy główne czynniki w procesie komunikacji, które wpływają na wiarygodność nadawcy i komunikatu oraz na skupianie uwagi audytorium<sup>3</sup>.

Ich znaczenie dla odbiorcy, określone w procentach, jest następujące:

- To, co mówimy (słowa) 7%
- To, jak mówimy (ton głosu) 38%
- Mowa ciała (wygląd, ruchy, gesty) 55%

Nie chodzi tu jednak o to, że w informacji słownej tylko 7% przekazu trafia do słuchacza. Słowa, czyli meritum wypowiedzi, są bardzo istotne, a nawet najważniejsze w kontekście przekazywania informacji.

Inną kwestią jest to, czy ludzie będą słuchać tego, co się do nich mówi. A co więcej – czy zechcą w to wierzyć? Jeżeli istnieje zbieżność mowy ciała z tym, co nadawca przekazuje, to wszystko w porządku, słuchacze nie czują się zagubieni i przekaz lepiej się zapamiętuje. Gorzej, jeśli występuje rozbieżność między treścią i formą wystąpienia, która wprowadza w umysły odbiorców zamęt i intuicyjnie podważa kompetencje prelegenta.

Największe znaczenie dla wiarygodności przekazu mają zatem nie same słowa, lecz wzbogacenie ich o stosowny komunikat niewerbalny. To właśnie na podstawie mowy ciała słuchacze wyrabiają sobie zdanie na temat prelegenta, podświadomie zaczynają mu ufać lub nie, wierzą mu bardziej lub mniej. W efekcie słuchają lub nie słuchają wygłoszonej przemowy.

Widać to szczególnie wyraźnie, kiedy wymienione wyżej grupy przekazu pozostają ze sobą w jawnej sprzeczności. Eksperyment Mehrabiana udowodnił, że w takiej sytuacji odbiorcy w większości ufają przekazowi niewerbalnemu i tonowi głosu, nie zwracając uwagi na słowa. Wyobraź sobie, że ktoś zapewnia cię, że jest mu wesoło, gdy tymczasem jego twarz pozostaje ponura; w dodatku mówi to cicho, mrużąc pod nosem. Czy uwierzysz bardziej słowom czy mowie ciała? Raczej będziesz pewien, że twój rozmówca mija się z prawdą.

<sup>3</sup> M. Wiener, A. Mehrabian, *Language Within Language: Immediacy, a Channel in Verbal Communication*, Appleton-Century-Crofts, Nowy Jork 1968.

Wyniki eksperymentu, nazywanego „regułą 7–38–55”, można jednak błędnie interpretować. W niektórych sytuacjach komunikacyjnych (np. podawanie faktów, danych) słowa odgrywają pierwszorzędne znaczenie, mowa ciała zaś nie jest nośnikiem informacji, a jedynie dodatkowym czynnikiem, który pomaga lub utrudnia prawidłowe zrozumienie intencji nadawcy.

Jakie gesty zatem pomagają, a jakie utrudniają odbiór słuchaczom? Analizę warto rozpocząć od przyjrzenia się postawie osoby występującej publicznie. Generalnie, poza przypadkami, kiedy chce się świadomie dodać ekspresji i dramaturgii swemu wystąpieniu, należy stosować tzw. **postawę otwartą**. Charakteryzuje się ona tym, że:

1. mówca stoi przodem do audytorium,
2. zachowuje kontakt wzrokowy z widownią,
3. nie zasłania dłoni, nie zakłada rąk,
4. gesty mają charakter otwarty i podkreślają wypowiedziane kwestie.



Przykłady właściwej postawy otwartej podczas wystąpienia

Przeciwieństwem postawy otwartej jest **postawa zamknięta**, której należy zdecydowanie unikać podczas wystąpień, z wyjątkiem sytuacji szczególnych, uwarunkowanych ich treścią i atmosferą.



Przykłady postawy zamkniętej, niezalecanej podczas wystąpienia

### Zapamiętaj

1. Gestykulacja jest ważna, ponieważ podkreśla wypowiedane słowa i dodaje im głębszego wyrazu.
2. Gesty są pomocne przy opisywaniu pewnych zjawisk czy procesów, gdyż za ich pomocą można szybciej i bardziej plastycznie wyrazić to, na co potrzeba by było dużo więcej słów. Pobudzają też pracę obu półkul mózgowych, dzięki czemu obraz szybciej i lepiej niż słowa dociera do odbiorców, a w konsekwencji ułatwia trwale zapamiętanie wystąpienia.
3. Gesty wyrażają emocje, czyniąc wystąpienie bardziej ekspresyjnym. Stajesz się dzięki nim dużo bardziej komunikatywny.
4. Ruch związany z gestykulacją rozładowuje stres i napięcie, zmniejszając tym samym treść.

Są osoby, które bardzo żywo gestykują, np. wyjątkowo ekspresyjnie wymachując rękami. Wówczas odbiorcy mogą odnieść wrażenie, że mówca nie czuje siły słów, które wypowiada. Zresztą te słowa przestają docierać do odbiorców, bo na pierwszy plan wysuwa się gestykulacja. Jeśli w twoich gestach przeważa chaos, słuchacze także uznają cię za osobę chaotyczną.

I odwrotnie – jeśli twoje gesty będą spokojne i precyzyjne, stanie się to dowodem na to, że twoje myślenie jest uporządkowane i klarowne.



### Zapamiętaj

W swoich gestach minimalizuj nieprzewidywalny chaos, a maksymalizuj precyzję.

Najważniejsze, żeby gesty były jak najbardziej naturalne, gdyż te sztuczne i niezgodne z przekazaną treścią słowną wzbudzają zastrzeżenia u słuchaczy co do rzetelności i prawdziwości prezentacji.

Mowy ciała możesz używać w zależności od wrażenia, jakie chcesz wywrzeć na publiczności. Jeśli w swojej prezentacji, motywacyjnej lub sprzedażowej, chcesz przede wszystkim odwołać się do „serca” odbiorcy, czyli do jego emocji, to twoja mowa ciała powinna zawierać więcej gestów otwartych, dużo uśmiechu i dynamizmu. Pokazując własne emocje, oddziałujesz poprzez podświadomą empatię na emocje słuchacza.

### Wskazówka

- Opowiadając o emocjach, wskazuj na swoje serce, np. kładąc na nim rękę, gdyż jest to dowód na szczerść przekazu.
- Mówiąc o sukcesie i motywacji, używaj od czasu do czasu gestów typu „yes, yes, yes”.
- Wypowiadając się o emocjach pozytywnych lub negatywnych, stosuj adekwatną do omawianego tematu mimikę: uśmiechaj się radośnie lub przyjmij smutny wyraz twarzy.
- Chcąc podkreślić błahość omawianej kwestii, stosuj machnięcie ręką.



# Rozdział 4

## Realizacja prezentacji

### **Z tego rozdziału dowiesz się:**

- › na czym polega zasada „magicznej trójcy”;
- › w jaki sposób budować własny obraz pewnego siebie profesjonalisty na scenie;
- › jak zrobić na słuchaczach dobre wrażenie od samego początku prelekcji;
- › jak zdiagnozować oczekiwania odbiorców i dopasować do nich treść wystąpienia;
- › jak wzorem najlepszych mówców uatrakcyjnić prelekcję oraz zawładnąć sercami i umysłami słuchaczy.



Jeżeli uda ci się dobrze określić, a następnie zrealizować cel prezentacji, to możesz ocenić jej rzeczywistą skuteczność. Sukces osiągniesz wówczas, gdy słuchacze po twoim wystąpieniu zrobią dokładnie to, co chcesz, aby zrobili (kupili towar, zainteresowali się czymś, przekonali się do czegoś, zastanowili się nad jakimś problemem, nauczyli się czegoś itd.).

Po prezentacji to do odbiorców powinna należeć aktywność i to oni powinni podjąć założone przez siebie działanie. Nie chodzi tu oczywiście o manipulację, która jest niemoralna, ale raczej o perswazję, o której szerzej będzie mowa w rozdziale 5.

### Zapamiętaj

Ważne, aby twój przekaz został właściwie odebrany i zrozumiany. Warto zwrócić uwagę na skuteczną komunikację między nadawcą i odbiorcą, która powinna być ukierunkowana na odbiorcę właśnie. Słuchacze powinni zapamiętać z twojego wystąpienia to, co ty chcesz, aby zapamiętali, a nie tylko cokolwiek. Przekonuj sugestywnie do swoich racji, poglądów lub skłaniaj do dokonania dobrego wyboru. Dobrego dla siebie, ale przede wszystkim dla nich.

## Magiczna trójca

W większości obserwowanych prezentacji daje się zauważyć chaos. Wynika on z chęci przekazania zbyt dużej ilości informacji w zbyt krótkim czasie. Mówca miota się, porusza nowe kwestie, rzuca nowymi pojęciami. Zaczyna wątki, nie kończąc poprzednich, skacze z tematu na temat, wplata obszerne dygresje. Pozwala się wybijać z rytmu pytaniami od publiczności. Zapomina o założeniach z konspektu i głównych elementach wystąpienia. A wszystko to w imię dobrze wypełnionej misji – przekazania odbiorcom maksimum treści, a co za tym idzie – wiedzy prelegenta. Intencje są oczywiście szlachetne, ale zwykle nie wychodzi to odbiorcom na dobre...

Aby uniknąć chaosu komunikacyjnego, powinieneś najpierw określić trzy najważniejsze kwestie, które chciałbyś, aby słuchacze zapamiętali z planowanego wystąpienia. Z tych trzech pozycji uczynić lejtmotywy. Na nich powinieneś się skupić

w trakcie wystąpienia. Pozwoli to uporządkować całość przekazu i ułatwi odbiorcom wychwycenie tego, co z twojej perspektywy jest najistotniejsze.

Postaraj się przekazywać informacje podzielone na mniejsze dawki, żeby nie mówić wszystkiego jednym ciągiem. Przyjmij zasadę „magicznej trójcy”, żeby mówić tylko o **trzech rzeczach** naraz, następnie o kolejnych trzech rzeczach itd. Zamiast wymieniać litanię, podziel dużą część treści na mniejsze, prostsze do „przełknięcia” porcje, wówczas informację będzie łatwiej „strawić”.

Zagadnienia szczególnie istotne, owe lejtmotywy, warto przypominać i podkreślać co jakiś czas, żeby lepiej zapadły w pamięć słuchaczom. Łacińskie przysłowie *Repetitio est mater studiorum* oznacza, że powtarzanie jest matką uczenia się.

### Przykład

66

*Mówiąc o wystąpieniach publicznych, proponuję skupić się przede wszystkim na trzech podstawowych kwestiach:*

1. *Pewność siebie prelegenta, czyli walka z NSOTiK-iem (a co za tym idzie, jak pokonać tremę).*
2. *Zachowanie pozasłowne na scenie, czyli co pomaga, a co przeszkadza w odbiorze.*
3. *Jak poprawnie i atrakcyjnie przygotować komputerową prezentację multimedialną.*

*Każde z powyższych zagadnień można podzielić na trzy najważniejsze części składowe, a te – znów na trzy najistotniejsze problemy itd. To naprawdę pomaga!*

99

### Wskazówka

&gt;&gt;

Zasadę „magicznej trójcy” możesz wykorzystać również przy przygotowywaniu planu wystąpienia. Najpierw odpowiedz na następujące pytania:

1. Dlaczego chcesz przeprowadzić daną prezentację?
2. Do czego słuchaczom może być potrzebna twoja prezentacja, czyli: do czego może im się przydać?

A następnie określ trzy najważniejsze rzeczy, które chciałbyś, aby twoi słuchacze zapamiętali z twojego wystąpienia.