

WYSTAPIENIA PUBLICZNE

Jan Kowalski

WYSTĄPIENIA PUBLICZNE

Jan Kowalski

Umiejętność profesjonalnego prowadzenia wystąpień publicznych należy obecnie do kręgu najbardziej pożądanых kwalifikacji.

Każdy może nauczyć się podstawowych zasad efektywnej prezentacji i pracować nad kształtowaniem umiejętności z tego zakresu.

O powodzeniu prezentacji decyduje przede wszystkim jej efekt, czyli osiągnięcie założonego celu, którym może być **przekazanie informacji**, która zostanie zapamiętana, **przekazanie wiedzy**, która będzie wykorzystywana czy w końcu **przekonanie audytorium** do prezentowanych racji czy wpływ na zmianę postaw.

- Wybór rodzaju wystąpienia
 - Przygotowanie mówcy
 - Analiza tematu wystąpienia oraz potrzeb odbiorców
 - Opracowanie projektu/planu wystąpienia
 - Przygotowanie prezentacji, materiałów szkoleniowych
-
- informacyjne – których celem jest kreowanie wzajemnego porozumienia i zrozumienia między uczestnikami procesu, dzielenia się wiedzą, wyjaśnianie i instruktaż, przy założeniu, że nadawca nie ma żadnych intencji wpływania na podstawy i zachowani odbiorców
 - perswazyjne - celem jest modyfikacja postaw i wpływanie na zachowania odbiorców. Nadawca ma tutaj określone intencje skupiające się na zmianie istniejących postaw, tj. osłabienie postawy i zmiana jej znaku, wzmocnieniu postawy lub uformowaniu nowej, nieistniejącej dotychczas postawy.

WYSTĄPIENIA PUBLICZNE

Umiejętność profesjonalnego prowadzenia wystąpień publicznych należy obecnie do kręgu najbardziej pożądanых kwalifikacji.

Każdy może nauczyć się podstawowych zasad efektywnej prezentacji i pracować nad kształtowaniem umiejętności z tego zakresu.

WYSTĄPIENIA PUBLICZNE

O powodzeniu prezentacji decyduje przede wszystkim jej efekt, czyli osiągnięcie założonego celu:

- **przekazanie informacji**, która zostanie zapamiętana,
- **przekazanie wiedzy**, która będzie wykorzystywana
- **przekonanie audytorium** do prezentowanych racji czy wpływ na zmianę postaw.



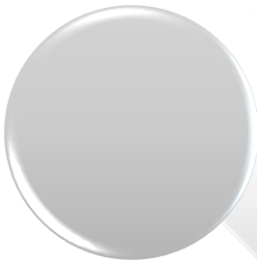
Perswazja przekonująca

- obie strony dążą do wzajemnego porozumienia, nawet kosztem odstąpienia w całości lub części od swoich pierwotnych przekonań, czy wzajemnych wartości;
- jest to najbardziej etyczna forma perswazji



Perswazja nakłaniająca

- *przyciąganie odbiorcy do idei, postaw i zachowań, które prezentuje jednostka perswadyjająca;*
- *ten typ perswazji jest stosowany w procesach wychowawczych, w reklamie, a przede wszystkim w propagandzie;*
- *w zależności od tego, komu ma służyć i jaki jest jej cel, można ją uznać za pożyteczną i szkodliwą, uczciwą bądź nieuczciwą, jawną bądź ukrytą; jest więc niejednoznaczna etycznie*



Perswazja pobudzająca

- wzbudza najwięcej kontrowersji pod względem etycznym;
- jej celem jest narzucenie odbiorcy określonego wzoru zachowań za pomocą sugestii, haseł, skrótów myślowych, obietnic, często kłamstw, świadomego manipulowania informacją, chwytów socjotechnicznych i technik marketingowych,
- nadawca dąży do osiągnięcia z reguły doraźnych efektów,

KOMUNIKOWANIE PERSWAZYJNE

Perswazja przekonująca

- obie strony dążą do wzajemnego porozumienia, nawet kosztem odstąpienia w całości lub części od swoich pierwotnych przekonań, czy wzajemnych wartości;
- najbardziej etyczna forma perswazji

Perswazja nakłaniająca

- przyciąganie odbiorcy do idei, postaw i zachowań, które prezentuje jednostka perswadująca;
- stosowana procesach wychowawczych, w reklamie, a przede wszystkim w propagandzie;
- niejednoznaczna etycznie

Perswazja pobudzająca

- wzbudza najwięcej kontrowersji pod względem etycznym;
- jej celem jest narzucenie odbiorcy określonego wzoru zachowań za pomocą sugestii, haseł, skrótów myślowych, obietnic, często kłamstw, świadomego manipulowania informacją, chwytów socjotechnicznych i technik marketingowych,

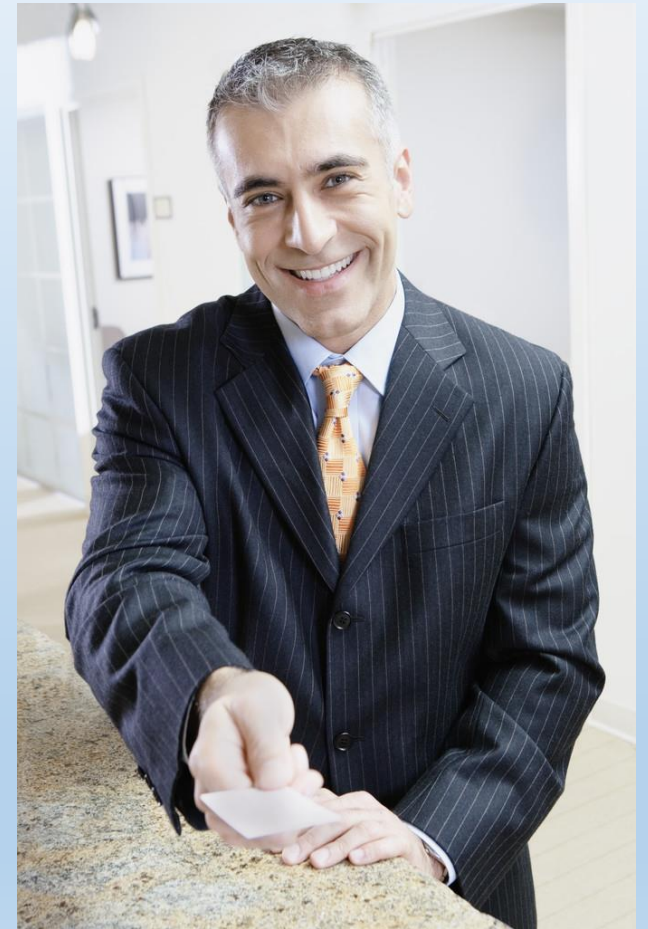
CECHY DOBREGO MÓWCY

- atrakcyjność interpersonalna
- samoświadomość i chęć ciągłego uczenia się
- asertywność i spójność
- elastyczność i ekspresja
- przywództwo
- empatia



CECHY DOBREGO MÓWCY

- atrakcyjność interpersonalna
- samoświadomość i chęć ciągłego uczenia się
- asertywność i spójność
- elastyczność i ekspresja
- przywództwo
- empatia



Rozpoczynając pracę nad przygotowaniem materiału należy przede wszystkim precyzyjnie określić **cel** wystąpienia oraz zakres tematów, które będą służyły do jego osiągnięcia.

- S - Specific (specyficzny, konkretny)
- M - Measurable (mierzalny, możliwy do określenia przy pomocy liczb, jednostek, norm, etc.)
- A - Acceptable (akceptowany przez wszystkich, którzy będą dążyć do jego realizacji)
- R - Reliable (realny, możliwy do osiągnięcia)
- T - Time banded (określony w czasie)

CEL WYSTĄPIENIA

S- Specific (specyficzny, konkretny)

M - Measurable (mierzalny, możliwy do określenia przy pomocy liczb, jednostek, norm, etc.)

A - Acceptable (akceptowany przez wszystkich, którzy będą dążyć do jego realizacji)

R - Reliable (realny, możliwy do osiągnięcia)

T - Time banded (określony w czasie)



KONIEC

„Nie wystarczy mówić do rzeczy, trzeba mówić do ludzi”

S.J. Lec

Jan.kowalski@onet.pl