

{ 3 }

D(O)pracuj temat i przekaz, czyli dokąd zmierzasz?

Zaczynaj z wizją końca.

Stephen Covey

Dowiesz się:

- jak wybrać temat,***
- jak go opracować,***
- jak wydobyć przekaz.***

Wiesz już, że jesteś odpowiednią osobą na odpowiednim miejscu, aby wygłosić prezentację. Możesz mieć teraz przed sobą dwie drogi: tę, którą znasz – to kolejne zebranie, wystąpienie motywacyjne, jeszcze jedna konferencja, na której zaprezentujesz podobne informacje – lub wyjątkowo ważne zebranie z nowymi uczestnikami, kluczowe wystąpienie motywacyjne w całkowicie nowej i zaskakującej sytuacji, najbardziej istotna w życiu konferencja decydująca o Twojej karierze zawodowej. W tym drugim przypadku może Ci zależeć nieco bardziej.

W pierwszej sytuacji patrzysz na temat i przekaz i od razu pracujesz na poziomie struktury (zob. następny rozdział).



W drugiej – wszystko wymaga namysłu. Przyjmijmy, że szukasz punktu zaczepienia, inspiracji. Gdzie go znaleźć? W głowie. Najlepiej we własnej. Żeby tam jednak cokolwiek znaleźć, trzeba najpierw coś tam umieścić. Inaczej nie ma z czego czerpać natchnienia. Należy zatem chłonąć, selektywnie i nieselektywnie czytać, oglądać, rozmawiać. Namiętnie i biernie, lecz częściej w ten pierwszy sposób. To, co nam bliskie, będzie wszak najlepszym tematem i właśnie ta wierność sobie jest najważniejsza. Najlepiej omawiać rzeczy, które znamy, cenimy, kochamy. Budzą one namiętność w nas, więc jeśli tylko opanujemy narzędzia mówcze, będziemy mogli ją przekazać dalej, zgodnie z naszymi najlepszymi intencjami.

Nie należy natomiast szukać tematu, który będzie daleki nam intelektualnie, duchowo, psychicznie, chyba że wiąże się to z naszym doświadczeniem. Dlaczego? Trzeba mówić o tym, na czym się znamy. Drogowskazami powinny być: wiedza, zamiłowania i doświadczenie. W wystąpieniach publicznych piękne jest to, że są jak papierek lakmusowy, który pokazuje nam, ile jest warta nasza wiedza, co osiągnęliśmy dotąd i do czego jeszcze możemy dojść. Jeśli się na czymś nie znasz, nie mów o tym albo powiedz wprost, że fantazujesz. Publiczność doceni uczciwość. Jeśli natomiast nie doceni, to przynajmniej będziesz w zgodzie sam ze sobą, co jest ważniejsze niż jakiegokolwiek uznanie – z pewnością nie o każde należy się bić. Innymi słowy: bądź wiarygodny!

O jakie uznanie warto jednak walczyć? Czy tylko o to, które jest zgodne z naszym interesem? Nie. Interes audytorium, tych, do których mówisz, ma kluczowe znaczenie. Jest to zatem drugi czynnik decydujący o tym, o czym mówić. Najlepiej mówić o tym, co Ci bliskie, a jednocześnie o tym, co ciekawe, ważne, niezbędne dla słuchaczy.

Szukając inspiracji, nowego ujęcia tematu, świeżego spojrzenia, odpowiedz na następujące pytania: Co dzięki Tobie inni zyskają? Jak się ubogacą? Z czym ich chcesz zostawić? Co stracą, jeśli nie wystąpisz? Jak wzmocnisz dzięki wystąpieniu kapitał zaufania?

Reasumując – mamy to, co wiemy i na czym się znamy (lub poznamy). Następnie konfrontujemy to z oczekiwaniami audytorium. Oczywiście może istnieć sytuacja odwrotna: najpierw poznajemy oczekiwania, a potem szukamy swoich kompetencji. Co dalej?

Cel ogólny i przekaz

Kolejnym krokiem jest odpowiednie sformułowanie celu szczegółowego wystąpienia. Jest on konsekwencją celu ogólnego: informacyjnego, perswazyj-

nego lub rozrywkowego. Na to zwrócimy uwagę w pierwszej kolejności. Ten ogólny cel zazwyczaj uświadamiamy sobie, gdy wstępnie poznajemy temat. Możemy chcieć kogoś do czegoś przekonać i możemy to zrobić:

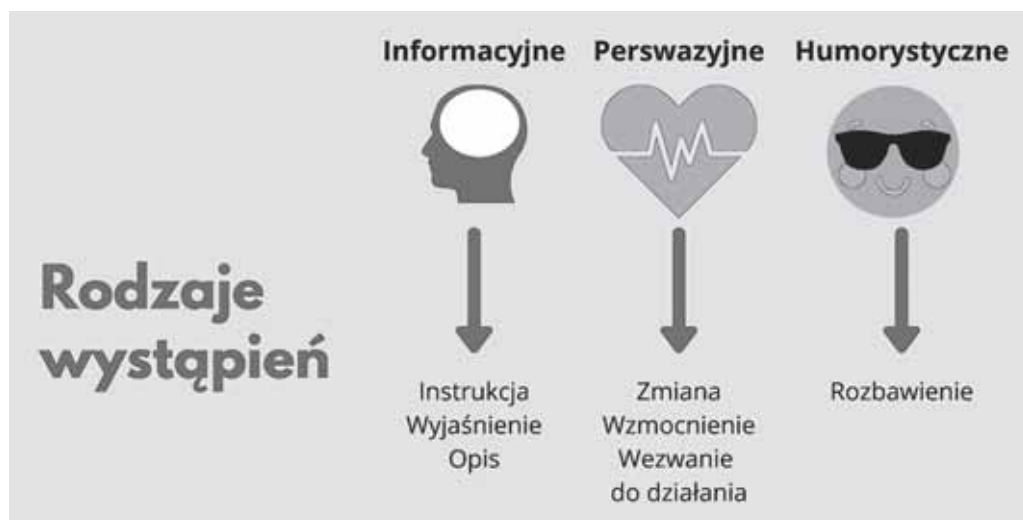
- wzmacniając jego stanowisko,
- próbując je zmienić lub
- usiłując wezwać do konkretnego działania.

Możemy też chcieć poinformować i możemy to zrobić:

- opisując,
- wyjaśniając,
- instruując.

Ważne, by pamiętać, że w wystąpieniu informacyjnym powinny się znaleźć wiadomości dla audytorium nowe. Należy też je ciekawie podać!

Możemy w końcu chcieć rozbawić i możemy to zrobić na naprawdę wiele sposobów!



Rys. 3. Rodzaje wystąpień; opracowanie własne na podstawie Barge i in. (2020)

Jeśli występujesz na zebraniu swoich pracowników lub współpracowników i chcesz ich przekonać do wartości nowej oferty dla klienta, to stoją przed Tobą inne zadania niż wtedy, gdy przedstawiasz informacje dotyczące tego, jak zmienił się rynek po fuzji dwóch Twoich największych konkurentów. W pierwszym wypadku przekonujesz, w drugim – relacjonujesz.



Inaczej też przedstawiś rewolucyjne badania naukowe w gronie specjalistów, a inaczej biznesmenom, gdy będziesz przekonywał, że przy odpowiednich nakładach finansowych Twoje odkrycie zmieni sposób leczenia konkretnej choroby. Za każdym razem wybierzesz inne środki do budowy wystąpienia i inne środki wyrazu, ponieważ charakter prezentacji – perswazyjny lub informacyjny – wpływają na pozostałe elementy wystąpienia. Jeśli znasz cel ogólny, możesz się skupić na szczegółowym.

Teza jako pomost do celu szczegółowego

Cel szczegółowy to jest to, do czego chcemy przekonać/z czym chcemy zostawić ludzi i co niesie przekaz.

W wystąpieniu informacyjnym mogę chcieć pokazać np. działanie odkurzacza. Wówczas skupiam się na opisanu działania urządzenia: do czego służą poszczególne przyciski, jaki jest czas odkurzania itp. *Summa summarum* główny przekaz wystąpienia może się sprowadzać do tego, że obsługa tego sprzętu jest bajecznie prosta.

Jeśli chodzi o przekonywanie do zakupu tego samego odkurzacza, to mogę skoncentrować się na korzyściach, z których największa jest ta, że dzięki automatyzacji zyskasz więcej czasu dla bliskich. Przekaz jest wówczas taki, że ten sprzęt jest Twoim sojusznikiem w dbałości o domowe ognisko.

Gdy połączymy walory informacyjne z perswazyjnymi, uzyskamy silny efekt sprzedażowy. Chciałbym mieć sprzęt, który sam by sprzątał, dzięki czemu miałbym więcej czasu na rodzinny obiad. Gdy zestawimy oba przykłady, okazuje się, że pierwszy wspiera drugi. Najważniejszy przekaz zaś to ten dotyczący domowego ogniska, ponieważ jest on wspierany przez oszczędność czasu i automatyzację z wystąpienia informacyjnego. Z tym należy zostawić potencjalnych kupujących – z poczuciem, że dzięki temu konkretnemu rozwiązaniu będą mieli więcej czasu dla siebie i bliskich.

D(O)pracowanie, czyli wystąpienie krok po kroku

Posłużę się przykładem, który jest mi bliski. Potraktuj go technicznie, a zamiast książek wstaw to, co będzie pasowało Tobie, tylko zachowaj konsekwencję na dalszych etapach. Moja główna myśl brzmi: „Warto czytać książki”. Spójrzmy na wystąpienie na ten temat przez pryzmat dwóch metod na zebranie wszystkiego, co pomoże Ci zbudować wystąpienie.

Metoda 1.

Na początku zadaję sobie pytania pomocnicze do myśli „Warto czytać książki”. Co pod tym hasłem się kryje? Jakie racje, sądy, uzasadnienia? Aby na to odpowiedzieć, skupiam się na użyciu **filtru pytań**, takich jak: Dlaczego i po co chcesz/musisz/powinieneś zabrać głos?

Może lepiej nie przemawiać? Skoro jednak z jakiegoś powodu chcesz to zrobić, to podejź do zagadnienia... szeroko. Co to znaczy? W pierwszej kolejności dobrze jest odpowiedzieć sobie na poniższe pytania (w kontekście tematu):

- Co mnie motywuje?
- Co mnie irytuje?
- Co mnie cieszy?
- Z jakiego powodu chcę zbudować wystąpienie na ten temat i zabrać ludziom, być może obcym, czas?
- Co takiego ciekawego mam o tym do powiedzenia?

Przyjrzymy się teraz poszczególnym zagadnieniom po kolei:

- Co mnie motywuje?

Dobra książka motywuje mnie do sięgania po więcej. Przynosi mi wytchnienie. Daje mi perspektywę. Jest spotkaniem z mądrym człowiekiem, którego w codzienności nigdy nie poznam. Poszerza granice mojego świata. Nazywa uczucia i stany duszy, których sam nie potrafiłbym zwerbalizować.

- Co mnie irytuje?

Brak odczytania i wiedzy. Ignorancja. Głupota. Chamstwo. Używanie słów w niewłaściwych znaczeniach.

- Co mnie cieszy?

Poczucie wspólnoty z innymi ludźmi wynikające z przeczytania tych samych książek. Wspólne tematy. Taki sam rezerwuuar wzruszeń. Wyznawanie wartości podobnych do przekonañ także tych czytelników, którzy mają inne poglądy niż ja – łączy nas piękno, wspólne przeżycia, zachwyty. Zapach książek. Dotyk papieru zwiastujący kolejne przygody. Rozwijanie dzięki książkom umiejętności analitycznych, wyobraźni, etyki.

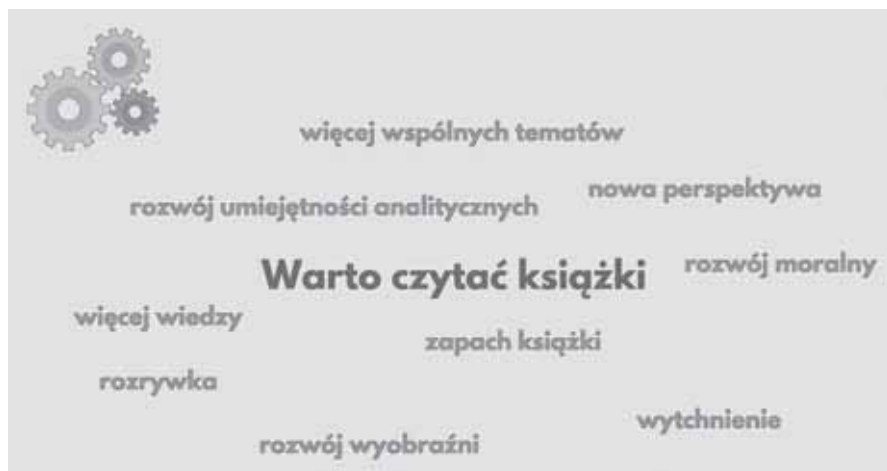
- Z jakiego powodu chcę zbudować wystąpienie na ten temat i zająć ludziom, być może obcym, czas?

Chcę upowszechnić myśl, że dzięki książkom możemy być lepsi. W świecie, w którym hałas i ignorancja święcą triumfy, pragnę pokazać, że można inaczej;

że prawdziwa wartość wymaga wysiłku; że nie ma nic za darmo; że warto spędzać czas, cierpliwie zdobywając wiedzę, ponieważ pozostanie ona wtedy trwalsza.

- Co takiego ciekawego mam na ten temat do powiedzenia?

Książki to poza wszystkim świetne remedium na samotność i sposób na nawiązanie kontaktu z ludźmi, z którymi bez nich nie mielibyśmy o czym rozmawiać.



Rys. 4. Temat i przekaz

Zebrałiśmy już wiele z tego, co moglibyśmy powiedzieć. Czy jednak wszystkie wątki warto poruszyć? Zastosuj do nich **filtr audytorium**. Odpowiedz dzięki temu na pytanie, na ile Twoje odpowiedzi do filtru pytań pasują do zainteresowań odbiorców. Czy będziesz mówił do ludzi, których to w ogóle interesuje? A jeśli tak, to na ile? Zadaż sobie jeszcze kilka dodatkowych pytań.

- Jak musisz przedstawić temat, aby był dla słuchaczy interesujący?
- Co ten temat ma wspólnego z audytorium?
- Jaka jest szansa, że przekonasz ludzi do tego, o czym chcesz powiedzieć?
- Czy uda Ci się porozmawiać (telefonicznie, e-mailowo, twarzą w twarz) z kimś z grupy docelowej, by wy badać grunt?

Jeśli zatem słuchaczami są nałogowi gracze komputerowi, to – o ile w ogóle zechcą Cię słuchać – być może będziesz musiał pokusić się o analogie z grami komputerowymi (powodzenia!), nawiązać do ich świata (chcesz?) albo odpuścić – wszak czytanie książek wymaga czasu.



Rys. 5. Temat po zastosowaniu filtru audytorium daje przekaz

A może szansa na przekonanie kogokolwiek do czegokolwiek jest tylko wtedy, gdy ludzie, do których przemawiasz, znajdują się w grupie niezdecydowanych, którzy wahają się, co robić dalej. Innymi słowy – jest jak na polu bitwy, na którym po walce dzielimy rannych na tych, którym nic nie pomoże (tylko gram i reszta się nie liczy), tych, którzy wykaraskają się bez pomocy (przecież czytam), i tych, którzy przeżyją, jeśli tylko się im udzieli pomocy (czytać czy nie czytać – oto jest pytanie!). Próbuje wtedy trafić tylko do tych z ostatniej grupy, szukając argumentów wystarczająco silnych. Oczywiście nie mam raczej nic przeciw grom komputerowym, szczególnie niezawłaszczającym całego życia prywatnego, przecież sytuacja i tak zawsze bardziej zależy od gracza niż od gry!

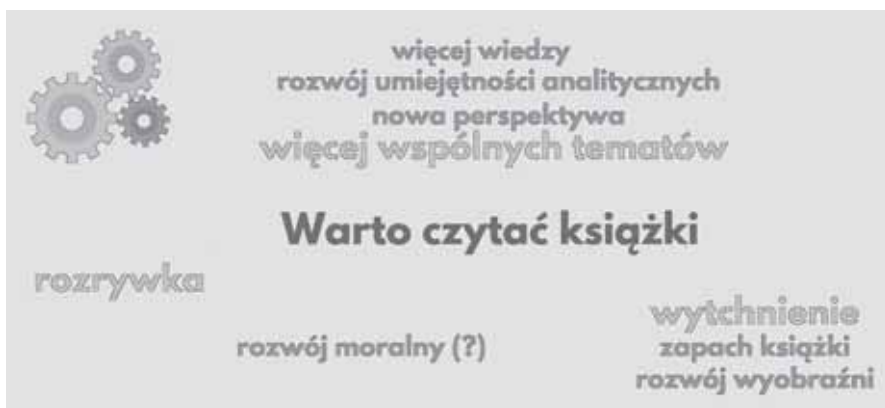
Przyjmijmy, że mówisz do ludzi, którzy szukają ambitnej rozrywki, spotykają się od czasu do czasu ze znajomymi, z którymi lubią rozmawiać na bieżące tematy także kulturalne i szukają odpoczynku.

Sprawdźmy, czy zestaw wątków uległ zmianie. Doprecyzujmy sam przekaz. Zmodyfikujmy niektóre myśli powoli przypominające argumenty i wybierzemy trzy najważniejsze osie wystąpienia. Przekaz pozostaje ten sam i powoli klarują się kluczowe elementy wystąpienia. Powstaje w ten sposób coś w rodzaju mapy myśli. Sprawdź, czy taka metoda Ci pasuje. Na rys. 4. brakuje tylko obrazków. Dlaczego? Ponieważ osobiście wolę sam tekst.

Być może okaże się, że część mniej istotnych wątków wspiera te trzy główne. Może z czegoś trzeba zrezygnować, a coś innego jeszcze wymyślić. Pora na selekcję, dzięki której łatwiej będzie ułożyć argumenty i przemyśleć ich jakość na dalszym etapie pracy.



Rys. 6. Trzy kluczowe elementy wystąpienia (wyróżnione kolorem pomarańczowym)



Rys. 7. Selekcja argumentów

Ćwiczenie 1.

Zastosuj powyższą metodę krok po kroku do własnego zagadnienia.

1. Określ temat i przekaz (może się pokrywać z tytułem wystąpienia, ale nie musi).
2. Zaczynij od postawienia fundamentalnych pytań.
3. Zastosuj filtr audytorium.
4. Przyjrzyj się wszystkiemu raz jeszcze i sprawdź, na ile dopracowany jest przekaz i zarys argumentacji. Nie jest? Powtórz proces.

Metoda 2.

Po określeniu tematu i roboczego tytułu:

1. Przeprowadź burzę mózgu. Napisz na kartce A4 tytuł wystąpienia i spis swoje wszystkie skojarzenia z nim. Całkowicie się wyluzuj, nie przejmuj się oceną. Napisz wszystko to, co przychodzi Ci do głowy.
2. Pomyśl krytycznie. Co z tego jest do wyrzucenia na pierwszy rzut oka? Zastosuj **filtr emocjonalny**. Co czujesz, że jest ważne i z czego nie możesz zrezygnować?
3. Zastosuj filtr audytorium. Co ze względu na słuchaczy powinno pozostać?
4. Skoncentruj się na trzech najważniejszych sprawach, wyselekcjonuj je.
5. Co z pozostałych elementów może wspierać te trzy najważniejsze?

Teraz tę metodę zastosuję do tematu „Warto czytać książki”.

1. Zapach papieru, erudycja, wiedza, umiejętności, kartki, szyk i styl, analityka, książki rozwijają wyobraźnię, kryminały, Chandler, Christie, Łysiak, de Chamfort, mądrzy ludzie czytają, książki to luksus, kto czyta, mniej błądzi, książki jako okno do innych światów, książki rozwijają moralność i duszę...
2. Odrzucam: nazwiska, szyk i styl, kryminały.
3. Kto jest moim odbiorcą? Na przykład fani seriali. Odrzucam więc zapach papieru, szyk i styl bibliofilskiej natury.
4. Trzy najważniejsze rzeczy: a) kto czyta, mniej błądzi, czyli np. jeśli serial jest stworzony na podstawie książki, łatwiej odgadnąć meandry fabuły; b) książki to okno do innych światów, czyli zanim ktoś wymyśli to, jak wyglądają bohaterowie, mam szansę stworzyć własny obraz i rozwinąć wyobraźnię samodzielnie; c) rozwijając swoją wyobraźnię, rozwijasz też wrażliwość.
5. Praktyka pokazuje, że jeśli zaczynamy dbać o jedną rzecz, pociąga to za sobą dbałość o pozostałe. Rozwój wrażliwości w obszarze wyobraźni pociąga za sobą rozwój wrażliwości estetycznej, duchowej etc.

Ćwiczenie 2.

Zastosuj powyższą metodę krok po kroku do własnego zagadnienia.

1. Określ temat.
2. Przeprowadź burzę mózgu.
3. Zastosuj filtr emocjonalny.
4. Zastosuj filtr audytorium.
5. Wyselekcjonuj trzy najważniejsze elementy.

6. Wybierz inne elementy wspierające.
7. Przyjrzyj się wszystkiemu raz jeszcze.

Która metoda pasuje Ci bardziej? Sprawdź obie. A może najlepszy efekt przyniesie ich połączenie?

Poczuj luz!

Lubię ludzi! Czy jednak tak było zawsze? Nie. Zacznijmy więc od początku.

Gdzie zaczyna się każde wystąpienie? W głowie, najlepiej we własnej. Gdy jednak chcesz naprawdę wyćwiczyć się w szukaniu tematu, poszukaj inspiracji tam, gdzie się jej nie spodziewasz. U tych, których świadomie omijasz przez ostatnie lata – z uwagi na dzielący Was dystans intelektualno-duchowo-psychiczny, a oczywiście i niestety niekoniecznie geograficzny.

Zadzwoń do kogoś, kto jest Ci bliski tak, jak tropiki są bliskie Antarktyce, nawet przy silnym ociepleniu klimatu. Rozmowa ta mogłaby brzmieć tak:

- Cześć, pewnie mnie nie pamiętasz, ale powiedz: co lubisz?
- Ale o co chodzi?
- Co lubisz, powiedz, proszę, bo szukam inspiracji.
- Nie przekonuje mnie to, ale powiem: lubię ludzi!
- Dziękuję!

W ten właśnie sposób, nawet jeśli ludzi serdecznie nie znosisz, zyskujesz inspirację, która może doprowadzić Cię naprawdę daleko. Może Cię nawet przywieść do napisania książki.

Test

1. Wyróżnij trzy główne rodzaje wystąpień.
2. Czy charaktery wystąpień mogą się przeplatać, np. informacyjny z perswazyjnym?
3. Wiesz, że jesteś właściwym człowiekiem, żeby przedstawić temat. O co zadbasz w pierwszej kolejności podczas pracy nad wystąpieniem?
4. Jaka może być sekwencja pracy nad celem szczegółowym/przekazem?

Odpowiedzi

Ad 1.

Informacyjne, perswazyjne, humorystyczne.

Ad 2.

Tak.

Ad 3.

W pierwszej kolejności zadbam o cel ogólny i cel szczegółowy, który odzwierciedla przekaz. Innymi słowy: zapytam się, czy chcę poinformować, czy przekonać, a może rozśmieszyć? Następnie zastanowię się, z czym chcę zostawić audytorium, i będzie to realizacja celu szczegółowego.

Ad. 4.

Możesz wybrać którąś z dwóch podanych lub zastosować dwie, sprawdzić, która u Ciebie działa lepiej i właśnie tej się trzymać.

