

„Osobę Garra i esencję jego pracy można uchwycić w trzech słowach: piękno, logika i Azja. Jest on niezwykłym oryginałem, którego warto wysłuchać.”

Seth Godin, autor książki *Negocjacje online*

prezenter bez tajemnic

Naga prawda o sile słowa i mocy slajdów

Garr Reynolds

Sila słowa w nurcie ZEN

- Naucz się nawiązywać szczerzy i trwałe kontakty ze swoją publicznością
- Poznaj tajniki przemawiania z pasją i wykorzystywania swoich zalet
- Dowiedz się, jak zastosować w praktyce proste zasady psychologii
- Tłószc zasady ZEN w swoich wystąpieniach i przekonaj się, jak bardzo są skuteczne

» Idź do

- Spis treści
- Przykładowy rozdział
- Skorowidz

» Katalog książek

- Katalog online
- Zamów drukowany katalog

» Twój koszyk

- Dodaj do koszyka

» Cennik i informacje

- Zamów informacje o nowościach
- Zamów cennik

» Czytelnia

- Fragmenty książek online

» Kontakt

Helion SA
ul. Kościuszki 1c
44-100 Gliwice
tel. 32 230 98 63
e-mail: helion@helion.pl
© Helion 1991–2011

Porywający preZENter. Genialne prezentacje, siła słowa i moc slajdów

Autor: [Garr Reynolds](#)

Tłumaczenie: Maksymilian Gutowski

ISBN: 978-83-246-3348-7

Tytuł oryginału: [The Naked Presenter: Delivering Powerful Presentations With or Without Slides \(Voices That Matter\)](#)

Format: 158×228, stron: 216



Siła słowa w nurcie ZEN

- Naucz się nawiązywać szczerzy i trwałe kontakty ze swoją publicznością.
- Poznaj tajniki przemawiania z pasją i wykorzystywania swoich zalet.
- Dowiedz się, jak zastosować w praktyce proste zasady psychologii.
- Stosuj zasady ZEN w swoich wystąpieniach i przekonaj się, jak bardzo są skuteczne.

Książki o prezentacjach często ograniczają się do omówienia podstawowych kwestii, takich jak kontakt wzrokowy i gestykulacja. Książka Garra jest o wiele głębsza i porusza pewne związane z zen idee, które mogą pomóc prezenterowi w nawiązaniu pełnowartościowego kontaktu z publicznością. To lektura obowiązkowa dla każdego prezentera.

Nancy Duarte, prezes Duarte Design i autorka książek
Slajd:ologia. Nauka i sztuka tworzenia genialnych prezentacji

Osobę Garra i esencję jego pracy można uchwycić w trzech słowach: piękno, logika i Azja. Jest on niezwykłym oryginałem, którego warto wysłuchać.

Seth Godin, autor książki Najmocniejsze ogniwo

Nie czytam jego książek – pochłaniam je. Garr nie ma sobie równych pod względem omówień wszystkiego, co ważne w tej dziedzinie – od struktury prezentacji po technikę tworzenia genialnych slajdów.

Mitch Joel, prezes Twist Image i autor książki Sześć pikseli oddalenia

Aby przemawiać skutecznie, musisz przemawiać z tak szczerą i wyrazistą naturalnością, żeby żaden z twoich słuchaczy nie śmiał nawet pomyśleć, że jest ona wyćwiczona.

Dale Carnegie

Sztuka prowadzenia prezentacji, które robią na odbiorcach wrażenie, przyciągają ich niepodzielną uwagę i sprawiają, że na długo zostają one w ich pamięci, to umiejętność, którą dziś posiada niewielu mówców. Jak można zaczerpnąć publiczność, bez względu na to, czy przemawiasz do trzech osób, czy do grupy trzytysięcznej? To proste – obnaż się i pokaż swoje prawdziwe JA! Oczywiście nie dosłownie – na to ludzie mogą nie być jeszcze gotowi. Prezentowanie „nago” polega na nawiązywaniu relacji i angażowaniu publiczności, wzbudzeniu ich emocji autentyczną szczerością i dostarczaniu jasnego przekazu. Takie podejście sprawia, że Twoje wystąpienie jest świeże, porywające i wzbudza pełne zaufanie.

Książka przeznaczona jest dla Ciebie, jeśli chcesz poprawić swoje umiejętności w dziedzinie wystąpień publicznych i ulepszyć swoje prezentacje w celu zwiększenia zainteresowania publiczności. Dowiesz się, jak wykorzystać w swoich prezentacjach technologię. Nauczysz się również przemawiać bez używania slajdów. Poznasz tajniki pracy nad swoim przemówieniem od etapu przygotowań aż po uwieńczone sukcesem i burzą oklasków zakończenie. Twoim sprzymierzeńcem na tej niezwykłej drodze będzie japońska filozofia ZEN.

Spis treści

- 1 Naturalność i sztuka prezentowania nago, 13**
 - Dla kogo jest ta książka?, 14
 - Naturalna nagość, 14
 - Prezentować nago — co to znaczy?, 18
 - Era prezentacji, 25
 - O tej książce, 32
- 2 Po pierwsze: przygotowanie, 37**
 - Potrzebujesz samotności, 38
 - Zdefiniuj cel, 41
 - Siła opowieści, 51
 - Opowieści przykuwają uwagę i ukazują rzeczywistość, 56
 - Prosty proces, 57
 - W dniu prezentacji, 64
- 3 Nawiąż relację — przytup, obecność i ekspresja, 71**
 - Zacznij z przytupem, 72
 - Okaż swoją obecność, 84
 - Ekspresja, 90
 - Nabierz pewności siebie, 96
- 4 Zaangażuj publiczność — pasja, bliskość i zabawa, 107**
 - Okaż swoją pasję, 108
 - Wykorzystanie emocji, 114
 - Komunikuj się przez bliskość, 122
 - Pobudź do zabawy, 130
- 5 Podtrzymaj tempo przez uczestnictwo, 143**
 - Zróznicuj tempo, 144
 - Zmiana zagrywki, 148
 - Angażuj przez uczestnictwo, 152
- 6 Zakończ z hukiem, 171**
 - Zakończenie powinno być „chwytliwe”, 171
 - Jak zakończyć z hukiem?, 175
 - Pytania i odpowiedzi — naturalnie, 181
- 7 Wytrwałość i samodoskonalenie, 193**
 - Naukę można wynieść zewsząd, 195
 - Każdy może się udoskonalić, 196
 - Naturalność i trzy elementy porywającego prezentowania, 201
 - Skorowidz, 208

Naturalność i sztuka prezen- towania nago

Po zaledwie kilku miesiącach mieszkania w Japonii trafiłem do wielkiej, odkrytej i niezwykle gorącej japońskiej łaźni, w której zasiadłem w otoczeniu moich nagich współpracowników. Był to *onsen* (温泉), czyli japońskie kąpielisko termalne, w którym znalazłem się ze wszystkimi pracownikami mojego biura w ramach weekendowego wyjazdu firmowego. Wyjazd nie miał charakteru roboczego; mieliśmy zwyczajnie odpocząć, zjeść, wypić i dobrze się bawić z kolegami. Szef powiedział mi, że w oddaleniu od formalnego otoczenia biura szeregowi pracownicy i menedżerowie mogą zacząć bardziej spontanicznie i naturalnie się komunikować i utworzyć lepsze relacje, które na dłuższą metę są korzystne także dla firmy. Jedzenie i picie to jedna z części pobytu w *onsenie*, podobnie jak wspólne kąpiele w negliżu, które — jak się uważa — wzmacniają więzi między członkami zespołu. Wtedy właśnie po raz pierwszy spotkałem się z pojęciem *hadaka no tsukiai* (裸の付き合い) — nagiego związku, nagiego porozumienia. Szef poinformował mnie, że japońska łaźnia zajmuje znaczące miejsce w japońskim sposobie bycia, a towarzyszące jej rytuały same w sobie są metaforą zdrowej komunikacji i owocnych związków. Dzięki nagości — mówił — wszyscy jesteśmy tacy sami, niezależnie od miejsca w hierarchii. Po obnażeniu pozbywamy się barier i znaczników formalności, komunikacja odbywa się sprawniej, a poszczególni ludzie wraz ze swoimi ideami mogą nawiązać więź. W *hadaka no tsukiai* kąpiel z towarzyszami jest sposobem na ujawnienie siebie bez ograniczeń i ukazanie „nagiej prawdy”. Duch przyświecający takiemu odkryciu prowadzi do ustalenia lepszego, bardziej szczerzego porozumienia. W tym samym duchu można też utrzymać prezentację.

Dla kogo jest ta książka?

Książka przeznaczona jest dla każdego, komu poważnie zależy na ulepszeniu swoich prezentacji poprzez znaczące zwiększenie zainteresowania publiczności. Wielu dopiero zaczyna tworzyć prezentacje, lecz konkretnym adresem tej książki jest czytelnik, który być może bez problemu radzi sobie z projektowaniem graficznym, ale wciąż szczerze pragnie udoskonalić swoje umiejętności prezenterkie i zdolność do nawiązywania kontaktu z publicznością.

Moje podejście do prezentacji opiera się na opanowaniu, prostocie i naturalności. Choć wszystkie te trzy pryncypia są ważne na każdym etapie pracy nad prezentacją, opanowanie i prostota są szczególnie istotne podczas opracowywania przekazu i projektowania grafiki.

W swoich pierwszych dwóch książkach, *Zen prezentacji* i *Zen prezentacji — pomysły i projekty*, skoncentrowałem się na przygotowaniu i projektowaniu. W tej książce po krótkim omówieniu kwestii związanych z przygotowaniem przede wszystkim opisuję samo wygłaszanie prezentacji. Motywem przewodnim tej książki jest naturalność, co wynika z inspiracji japońskim *onsenem*, ideą *hadaka no tsukiai* i japońską estetyką zen, która kładzie wielki nacisk na wzorowanie się na świecie natury. Zawarte w książce proste idee mają pomóc Ci w nawiązaniu naturalnej więzi z publicznością i wygłaszaniu zapierających dech w piersiach, skutecznych i pamiętnych prezentacji.

Naturalna nagość

Choć trudno byłoby to wywnioskować z aury supernowoczesnych i zabieganych ośrodków miejskich, takich jak Tokio lub Osaka, natura — *shizen* (自然) — pełni w kulturze japońskiej ważną rolę. Kąpiel w basenie termalnym na wolnym powietrzu jest czasem odpoczynku, kontemplacji i obcowania z naturalnym otoczeniem. W tym środowisku możliwe jest doznanie wyzwalającej wręcz naturalności. Uczony myśliciel zen Daisetz Suzuki (1870 – 1966) często wspominał o głębokim uczuciu,

jakim Japończycy darzą przyrodę, i o tym, że pragnienie tej więzi jest zakorzenione głęboko w każdym z nas. Kiedyś powiedział: „Bez względu na to, jak bardzo jesteśmy »ucywilizowani« i wychowywani w sztucznie skonstruowanym środowisku, w każdym z nas zdaje się tkwić wrodzona tęsknota za pierwotną prostotą zbliżoną do naturalnego sposobu życia”.

Sentyment, jakim darzymy naturę i naturalność, nie przekłada się jednak na marzenie o powrocie do prymitywnego trybu życia dawnych ludzi, lecz na pragnienie większej, naturalnej swobody ekspresji, istnienia w czasie teraźniejszym oraz poczucia realnej więzi z otoczeniem i innymi ludźmi. Ową tęsknotę za naturalnością można też wykorzystać we współczesnym życiu zawodowym. Komunikując się w dzisiejszym „cywilizowanym”, zaawansowanym technologicznie środowisku, wciąż instynktownie tęsknimy za pierwotną prostotą, przy której nasze interakcje z innymi odznaczają się naturalnością, swobodą i spontanicznością. Chcemy przejrzystych poleceń, znaczących danych, odkrywczych opowieści i szczerych rozmów. Często jednak, zamiast nawiązywać ważne i harmonijne relacje, traktowani jesteśmy mało konkretnym językiem, niejasnościami i niekończącymi się sekwencjami slajdów PowerPointa

Prezentacje i naturalność

Przez lata rozwinęła się technologia wspomagająca prowadzenie prezentacji, ale nie sam charakter prezentacji. Niestety, „śmierć przez PowerPoint” wciąż jest powszechnym zjawiskiem. Widać jednak pewną poprawę, którą zawdzięczamy wysiłkom ekspertów komunikacyjnych, takich jak Bert Decker, Jerry Weissman i Carmine Gallo, a także mistrzów designu graficznego prezentacji, w tym Nancy Duarte i Cliffa Atkinsona, ale też wielu innych osób z całego świata. Postęp trwa i podstawy udanej prezentacji zmianom w zasadzie nie uległy, choć metodologia prowadzenia prezentacji zmieniła się wraz z rozwojem technologii cyfrowej. Naturalność, jaką charakteryzuje się wystąpienie, pozostaje kluczowym czynnikiem.

Naturalności nie da się wymusić. Jak to ujął nieoceniony Dale Carnegie: „Żeby przemawiać skutecznie, musisz przemawiać z tak szczerą

i wyrazistą naturalnością, żeby żaden z twoich słuchaczy nie śmiał nawet pomyśleć, że jest ona wyćwiczona”. Bez względu na to, ile ćwiczysz i jak rozległe wykorzystujesz narzędzia cyfrowe w prezentacjach na żywo, narzędzia i techniki muszą służyć jedynie objaśnianiu, upraszczaniu i wzmacnianiu osobistej więzi, która rozwija się między mówcą a jego publicznością. Technologia i nowoczesne narzędzia mogą niesamowicie usprawnić i wzmocnić przekaz, ale należy używać ich mądrze i wstrzeźliwie, tak by wykorzystanie wydawało się naturalne i uczciwe — w innym wypadku staną się przeszkodami komunikacyjnymi.

Technologia i jazz

Między jazzem a sztuką prezentowania można dostrzec wiele podobieństw. Muzyka jazzowa jest rozbudowana i ma głębię, ale jest również prosta i łatwa do zrozumienia. Jazz swoimi potężnymi momentami jasności i szczerości w prosty sposób wyraża rzeczy skomplikowane. Powstaje w zgodzie z pewną strukturą i regułami, lecz w ramach tych ograniczeń oferuje niesamowitą wolność. Przede wszystkim jednak jazz jest naturalny. Komunikat i uczucie zawsze są ważniejsze od narzędzi, które służą do ich wyrażenia, niezależnie od tego, czy chodzi o przemówienia publiczne, czy muzykę. Wynton Marsalis, amerykański trębacz jazzowy i kompozytor, przypomina o tym, że niezależnie od swojej użyteczności, technologia jest zaledwie narzędziem. W ramach Authors@Google Talk w roku 2009 Marsalis tak wyraził się o technologii i jazzie:

Moim zdaniem, nie powinniśmy sądzić, że skoro nasze narzędzia są coraz lepsze, my sami stajemy się coraz bardziej zaawansowani. Technologia duszy jest od dawna taka sama. Często używamy nowości technicznych do wskazania, że jesteśmy bardziej zaawansowani. Jazz tak nie działa. Możesz używać tylu syntezatorów, ile ci się żywnie podoba, ale i tak same z siebie zaczną swingować... Ta muzyka jest ubóstwieniem człowieczeństwa i kreatywności.

— Wynton Marsalis

Z prezentacjami jest podobnie. Choćby nawet technologia prezentacji była niesamowicie imponująca i wykorzystano by nie wiadomo ile efektów i funkcji, technologia duszy, jak to Marsalis ujął, nie ulegnie zmianie. Technologie, takie jak PowerPoint i Keynote, oraz nowe narzędzia w rodzaju Prezi są przydatne jedynie wtedy, kiedy mogą wspomóc przekaz, rozjaśnić go, sprawić, że łatwiej zapadnie w pamięć i wzmocni międzyludzką więź, będącą podstawą komunikacji. Multimedia można wykorzystać do osiągnięcia tego celu. Zbyt często jednak prezentacje multimedialne cierpią z powodu włożenia przez prezentera nadmiernej energii w technologię i grafikę, przy jednoczesnym zlekceważeniu nawiązywania wartościowej więzi z publicznością.



Zarówno w muzyce, jak i przy tworzeniu prezentacji od narzędzi ważniejsza jest szczerłość i nawiązywanie relacji (zdjęcie: Nikolas Papageorgiou)

Prezentować nago — co to znaczy?

Zasadniczo prezentowanie nago polega na nawiązywaniu relacji i angażowaniu publiczności, czy to trzech osób, czy trzech tysięcy, w sposób bezpośredni, szczerzy i jasny. Nagość to umieszczenie potrzeb publiczności na pierwszym miejscu. Nagość oznacza wystawienie się na widok bez okrycia i zabezpieczenia. Nagość to pozbycie się wszystkiego, co zbędne, aby ujawnić esencję swojego przekazu. Nagość wykorzystuje prostotę, spójność i pasję. Takie podejście jawi się jako ożywcze, być może nawet trochę zawadiackie i o wiele bardziej zadowalające zarówno dla prezentera, jak i publiczności, gdyż w ten sposób możesz ukazać swój prawdziwy, naturalny charakter.

Nagi prezenter jest wolny od trosk, obawy przed reakcją innych ludzi, niepewności, sztuczek i poczucia konieczności ich stosowania; nie musi ukrywać się za czymś (na przykład za slajdami) i drzeć ze strachu, że nawet zza takiego ukrycia można go dostrzec. Nagi prezenter pozbywa się wszelkich obciążeń, w pełni żyje chwilą i porozumiewa się z publicznością. Wszelkie multimedia pasują do jego opowieści i współgrają z przekazem. Proste, dobrze rozplanowane elementy graficzne zgrane są z prezenterem, nigdy nie wychodzą na plan pierwszy, lecz pomagają w nawiązywaniu relacji z publicznością.

Prezentowanie nago i naturalnie jest trudne, gdyż nie jesteśmy do tego przyzwyczajeni. Nie zawsze tak jednak było. Gdy jako dzieci występowaliśmy przed klasą w podstawówce, byliśmy szczerzy i zaangażowani — niekiedy nasza bezpośredniość wywoływała śmiech u kolegów z klasy i zmiśzanie u nauczycieli. Było w tym coś prawdziwego. Opowiadaliśmy genialne historie w wieku zaledwie sześciu lat. Teraz jesteśmy doświadczeni i dojrzały, możemy pochwalić się tytułami i rozległą wiedzą z ważnych dyscyplin — ale jesteśmy też nudni. Dorośli prezenterzy są nudni między innymi dlatego, że działają zbyt ostrożnie. Boją się. Chcą, żeby wszystko było spokojne i idealne, więc zamartwiają się zbyt i ustawiają kolejne bariery komunikacyjne. Strach podświadomie każe się chować i prezentować sekwencje wypunktowanych list w ciemnej

sali, bez okazywania jakichkolwiek emocji. Przecież nikogo nie wyrzucano z pracy za przedstawianie informacji, prawda? Kiedy występujesz przed śpiącą lub niezainteresowaną publicznością, lista z danymi nie służy zupełnie niczemu.

Rozmowa, nie występ

Myśl o tym, że prezentacja jest występem, wydaje się kusząca. W końcu często odbywa się to na scenie w świetle reflektorów, przed grupą ludzi czekających na coś ciekawego. Tymczasem, choć od aktorów scenicznych można nauczyć się pewnych rzeczy, takich jak radzenie sobie z nerwami i emisja głosu, o wiele lepiej traktować prezentację jak dyskusję. Wcześniej wspomniałem, że sztuka prezentacji pod wieloma względami pokrywa się z jazzem. Czy jednak koncert jazzowy nie jest występem? Większość ludzi powiedziałyby, że tak, lecz jazz jako gatunek muzyczny przypomina raczej konwersację, gdyż od muzyka wymaga znacznej empatii i umiejętności słuchania. Wynton Marsalis nazywa jazz „muzyką dialogu”.



Pomimo że znajdujesz się na scenie i w centrum uwagi, potraktuj swoją prezentację jak rozmowę, a nie występ

Współcześni znawcy tematyki komunikacji w większości zgadzają się, że dobry wykład lub prezentacja powinny raczej przypominać rozmowę. Granville Toogood, poważany instruktor prowadzenia komunikacji na szczeblu kierowniczym, proponuje przyjąć podejście konwersacyjne zamiast oratorskiego. „Przestań myśleć, że kiedy wstajesz i cokolwiek mówisz, wygłaszasz przemówienie, bo wcale nic takiego nie robisz — pisze Toogood w *The Articulate Executive*. — W rzeczywistości prowadzisz rozmowę w nieco większej skali”. Z kolei w książce *The Power Presenter* instruktor prezentacji Jerry Weissman wskazuje na znaczenie, jakie ma prezentowanie w sposób zbliżony bardziej do konwersacji niż wystąpienia. Znow widzimy, że nie chodzi o wyszkolenie ludzi na aktorów (99% z nas aktorami nie jest), lecz o pomoc ludziom przy prezentowaniu w sposób *bardziej naturalny*. Opowiadając na początku książki o swojej karierze instruktorskiej, Weissman pisze: „Moim celem było wsparcie biznesmenów w stawaniu się naturalnymi prezenterami”.



Myśl o swojej prezentacji jak o „poszerzonej konwersacji”, a nie występie lub przemowie

Naturalna autoekspresja

Naturalność wymaga zatem, żeby prezentacja nie była formalnym wykładem, w ramach którego informacje przekazywane są tylko w jedną stronę. Wyobraź ją sobie raczej jako rozmowę między przyjaciółmi, współpracownikami, nauczycielem a uczniem, mistrzem a terminatorem lub uczonego z uczonym. Każdy z tych przykładów wiąże się z nawiązaniem osobistej relacji poprzez naturalną ekspresję. Na podobny wątek można trafić we fragmencie o komunikacji w książce *Umyst zen, umyst początkującego*, którą napisał Shunryu Suzuki. Można z tego fragmentu wywnioskować to, co chciałbym powiedzieć o naturalności w kontekście prezentacji:

W zen podkreślamy sposób bycia czy też zachowania. Przez zachowanie nie rozumiemy jakiegoś szczególnego sposobu, w jaki powinniśmy się zachowywać, lecz raczej naturalne wyrażanie siebie. Podkreślamy bezpośredniość: powinniście być wierni swoim uczuciom i umysłowi, wyrażać się bez jakichkolwiek zahamowań. Ułatwia to słuchaczowi rozumienie.

— Shunryu Suzuki

Te proste twierdzenia o zen i komunikacji możesz zastosować w swoich prezentacjach, na zebraniach i spotkaniach roboczych. Nacisk należy kłaść na naturalną autoekspresję, szczerość i prostolinijność, zamiast powtarzać w myślach zapamiętany zestaw reguł, jak się „prawidłowo” zachowywać lub „prawidłowo” prezentować. Suzuki powiedział, że: „swobodne wyrażanie siebie, bez nastawiania się w jakiś określony, wynikający z upodobań sposób to najważniejsze dla uszczęśliwienia siebie i innych”.



Phil Waknell

Phil Waknell jest mówcą inspiracyjnym, pisarzem i instruktorem prezentacyjnym. Jest współzałożycielem Ideas on Stage, zlokalizowanej w Paryżu przodującej firmy zrzeszającej specjalistów prezentacji, którą prowadzi wraz ze swoim partnerem biznesowym, Pierre'em Morsą.

www.ideasonstage.com

Poniżej Phil dzieli się wskazówkami o prezentowaniu, obrazując nagie podejście przykładem samuraja zdejmującego broń i odkładającego broń.

Prezentowanie nago

Samuraj szedł do walki w zbroi i z mieczem w dłoni. Walczenie nago wiązałyby się ze zdjęciem zbroi i walką wręcz. Prezentowanie nago polega na zdjęciu zbroi, odłożeniu tarczy oraz miecza i staniu oko w oko z publicznością. Chodzi o to, by pozbyć się wszystkiego, co służy jedynie prezwenterowi, a nie publiczności. Chodzi o to, żebyś był autentyczny, prawdziwy — był sobą.

Przełam bariery

Musisz nawiązać relację ze swoją publicznością. Trudno to zrobić, kiedy dzieli was jakaś przeszkoda lub zbyt wielki dystans. Nie przemawiaj zza katedry, gdyż w taki sposób jedynie pogłębisz wrażenie, że stoisz na wyższej pozycji. Przede wszystkim chcesz porozumieć się ze słuchaczami, a nie mówić do nich, czy — co gorsza — ich pouczać. Zbliź się do swojej publiczności. Jeżeli możesz chodzić między słuchaczami i jednocześnie być słyszany, rób tak od czasu do czasu.

Złóż broń

Wojownik stara się zwyciężyć, uderzając swojego przeciwnika — uderzając mocno. Analogicznie wielu prezenterów próbuje uderzyć publiczność wielością faktów i wymusić posłuch.

Prezentowanie nago oznacza odłożenie broni i uświadomienie sobie, że celem nie jest przekonanie innych ludzi do swojej racji. To zaledwie

tymczasowe zwycięstwo. Owszem, nietrudno zbombardować publiczność faktami, ale to nie jest najlepsze rozwiązanie. Jeśli nie zależy Ci na najsprawniejszej komunikacji, w ogóle nie powinieneś prezentować.

Nie zaczynaj od tego, co sam wiesz, lecz od tego, co wie publiczność. Jeśli chcesz, żeby słuchacze zmienili zdanie, pomóż im zrozumieć, że powinni to uczynić. To w ich umysłach musi się zacząć zmiana. Nawiąż kontakt z publicznością, wskaż nowe szlaki myślenia i zachęć do ich zbadania.

Zdejmij zbroję

Najtrudniejszym aspektem prezentowania nago jest zdjęcie swojej bezpiecznej i przytulnej zbroi. Należy zacząć od zaprzestania ciągłego wspomaganiania się notatkami na slajdach. Przygotuj się tak, żebyś nigdy nie musiał patrzeć na to, co jest wyświetlone na ścianie za Tobą. Podobnie slajdy, jeśli w ogóle z takowych korzystasz, powinny być wyczyszczone z wszelkich zbędnych elementów. Muszą być proste i przejrzyste, i koniecznie przystawać do przekazu. Następnie musisz pozbyć się programu, czyli pewnej wiedzy o tym, co będzie dalej. Jak mądry samuraj, który — widząc nieudolność swojego pierwotnego planu — zmienia go już na polu walki, prezydent musi wykazywać się elastycznością i dostosowywać do sytuacji oraz słuchaczy.

Pozbądź się poczucia własnej wyjątkowości. Nie wygłaszasz prezentacji, bo jesteś ważny, lecz dlatego, że publiczność jest ważna. Będziesz miał trudności z nawiązaniem kontaktu, jeśli staniesz na piedestale, metaforycznie lub dosłownie. Twoim zadaniem jest porozumieć się, a nie robić wrażenie.

Wyzwól się

Ponad wszystko wyzwól się od swojego ego. Nie prezentujesz dla siebie, lecz dla publiczności. Nie masz osobistych celów ani pragnień poza efektywnym przekazaniem swojego komunikatu. Nie martwisz się, że komuś nie spodoba się Twój styl. Bądź sobą, bądź autentyczny i szczerze troszcz się o publiczność. Uwierz, że wszystko poza tym załatwi się samo. Naprawdę.

Nie bądź nudny

Kluczem do naturalnego, konwersacyjnego podejścia do prezentacji jest pozbycie się wszelkich przeszkód w naturalnej komunikacji z publicznością. Taką barierą jest czytanie notatek, stanie za mównicą, unikanie kontaktu wzrokowego, mówienie zbyt cicho i posługiwanie się żargonem lub zbyt formalnym i sztywnym językiem, który nie przystaje do emocjonalności i wrodzonej ciekawości publiczności.

Niektórzy mogą sądzić, że profesjonaliści z dziedzin technicznych i naukowcy są z założenia nudnymi mówcami, którzy nie potrafią przekazać znaczenia swojego dorobku szerszej publiczności. Nie jest to prawdą. Richard Feynman, genialny noblista, zapalony nauczyciel i popularyzator, potrafił za sprawą swojego entuzjazmu i łatwości formułowania pobudzać studentów oraz szerszą publiczność. Carl Sagan był z kolei powszechnie znany ze swojej umiejętności rozprawiania o wszechświecie zrozumiale i z pasją. Neil deGrasse Tyson, jeden z moich ulubionych współczesnych mówców, też jest naukowcem. Tyson jest astrofizykiem o wielkim intelekcie, zaraźliwej ciekawości i niesamowitym talencie do inspirowania i oświecania słuchaczy swoim naturalnym, konwersacyjnym stylem prezentowania.

Niezależnie od tego, jak żyjesz i czym się trudnisz — czy pochodzisz z środowiska technicznego, naukowego, biznesowego, czy nauczasz, czy może dopiero się uczysz — nie masz prawa być nudnym.

Era prezentacji

Umiejętność wygłoszenia dobrej prezentacji, która angażuje całą uwagę publiczności, nigdy wcześniej nie była tak istotna, jak teraz. Niektórzy określają czasy nam współczesne mianem „ery prezentacji”. Zdolność do przemawiania z pasją, jasno i obrazowo jest dziś niezmiernie ważna, co częściowo wynika z niebywałego zasięgu, jaki mogą mieć nasze wystąpienia, a co w znacznym stopniu zawdzięczamy możliwości umieszczania nagrań wideo w internecie. Obecnie wypowiedzi i obrazy można bez trudności zarejestrować jako film w wysokiej rozdzielczości i rozpowszechnić na całym świecie. Potencjał transformacyjny Twoich prezentacji, który może wręcz dotyczyć losów świata, nie ogranicza się jedynie do słów. Słowa są ważne, ale gdyby chodziło tylko o nie, mógłbyś napisać szczegółowy dokument, rozpowszechnić go — i już. Tymczasem dobra prezentacja pozwala na wzmocnienie siły Twojego przesłania.

Współorganizator TED, Chris Anderson, podczas swojej prezentacji w ramach konferencji TED Global w 2010 roku w Oxfordzie opowiedział o tym, jak filmy umieszczane w internecie pozwalają na szerzenie innowacyjnych pomysłów, a także o tym, jak wielki jest potencjał transformacyjny komunikacji i prezentowania twarzą w twarz. Anderson podkreślił, że informacje zazwyczaj szybciej się przyswajają, czytając, lecz brakuje wtedy odpowiedniej głębi i doniosłości wypowiedzi. Efektywność prezentacji częściowo bierze się z wrażeń wizualnych i bezpośredniości wystąpienia. Grafika prezentacji, jej struktura oraz fabuła są tym, co porywa widza nawet wtedy, kiedy ogląda prezentację online. Jednak Anderson twierdzi, że tu chodzi o coś więcej:

Przekaz to coś więcej niż słowa, a cała magia bierze się właśnie z niewerbalnego aspektu prezentacji. Między gestami, rytmem wypowiedzi, minami, spojrzeniami, zaangażowaniem, dość nieporadnym językiem ciała Brytyjczyka a reakcjami publiczności można dostrzec setki podświadomych oznaczników tego, jak dobrze oceniasz sytuację i czy kieruje tobą inspiracja.

— Chris Anderson

Anderson twierdzi, że jesteśmy z natury przystosowani do komunikacji twarzą w twarz. „Niuanse komunikacji twarzą w twarz są efektem milionów lat ewolucji. To właśnie dlatego jest ona tak tajemnicza i potężna. Gdy ktoś mówi, mózgi odbiorców na to reagują. Potem cała grupa działa wspólnie. Widzimy wtedy w działaniu tkankę międzyludzkiego superorganizmu, który przez tysiąclecia pcha naszą kulturę naprzód”.



W epoce cyfrowej nadzwyczajne prezentacje i świetne idee mogą rozprzestrzeniać się w okamgnieniu i być odbierane przez miliony ludzi

Podniesienie poprzeczki i zmiany na lepsze

W ciągu ostatnich kilka lat stan prezentacji uległ poprawie. Badacze, biznesmeni, nauczyciele i uczniowie ujrzeni lepszą drogę i wzięli się za tworzenie oraz wygłaszanie prezentacji odwołujących się zarówno do serc, jak i umysłów. Jeśli zaś wykorzystują multimedia lub inne rodzaje pomocy wizualnych, są to materiały dobrze przemyślane i zaprojektowane zgodnie z zasadami designu, a nie na podstawie zużytych szablonów. Organizacje, takie jak TED, wykazały wartość i wpływ na ludzi dobrze opracowanych i atrakcyjnych prezentacji, które mogą uczyć, przekonywać i inspirować. W dziedzinie prezentacji dokonuje się postęp. A jednak prezentacje akademickie i biznesowe w większości wciąż są zatrważająco nudne i męczące. Jeśli nawet ich treść jest ważna, niemożliwe jest zaktywizowanie publiczności i nawiązanie z nią relacji.

Dla jakości prezentacji poprzeczka wciąż pozostaje ustawiona dość nisko, zwłaszcza dla tych, które wykorzystują multimedia. Nie jest to zła wiadomość, przeciwnie — można to potraktować jako szansę. Masz szansę wyróżnić się. Chcesz podzielić się ważnymi i wartościowymi pomysłami, więc nie możesz wątpić. Najbardziej innowacyjne i cieszące się największymi sukcesami firmy czy organizacje najczęściej popierają indywidualny wkład kreatywny. Mając to na względzie, nie bój się przedstawienia swojego dorobku i wizji. Życie jest zbyt krótkie. Jeśli chcesz coś zmienić, w tym być może przebieg swojej kariery, sposób, w jaki prezentujesz siebie samego i swoje pomysły, jest niestychanie ważny. Warto się wyróżniać.

Siedem nauk wyniesionych z wanny

Ofuro (お風呂), czyli japońska wanna, jest nieodłączną częścią życia Japończyków. Podobnie jak jedzenie, ma dla Japończyków szerszy sens niż samo zapewnienie wyżywienia, znaczenie wanny nie ogranicza się do samego mycia. Przez wiele pokoleń *sentō* (銭湯), czyli łaźnia, była ważnym ośrodkiem dla każdego osiedla i miejscem spotkań. Nie tylko kąpano się tam, ale również rozmawiano, spotykano z przyjaciółmi, to tam odczuwało się więź łączącą wszystkich mieszkańców osiedla. Współcześnie *sentō* spotyka się rzadziej, bo we wszystkich nowoczesnych domach mieszczą się prywatne łaźienki, ale rytuał kąpieli — czy to w domu, w onsenie, czy w miejscowym *sentō* — wciąż ma doniosłe znaczenie dla japońskiego sposobu życia, w którym tradycyjnie ważną rolę przypisuje się bliskości z naturą.

Czego więc można się nauczyć podczas kąpieli na modłę japońską i jaki to ma związek z komunikacją i prezentacjami? W czym japońska łaźnia przypomina prezentację? Oto siedem przykładów.

1. Najpierw musisz się przygotować.

Trzeba się dokładnie umyć jeszcze *przed* kąpielą. Trzeba się dokładnie przygotować *przed* wejściem na scenę.

2. Musisz być zupełnie nagi.

Kąpielówki i stroje kąpielowe są niedopuszczalne. Do kąpielowej części *onsenu* lub *sentō* musisz wejść całkowicie rozebrany (pomijając mały ręcznik). Prezentowanie nago polega na pozbyciu się wszystkiego, co niepotrzebne, aby wyeksponować najważniejsze. Nagi prezydent nie usiłuje się kryć, lecz staje na środku, przodem do publiczności i dzieli się swoimi myślami w sposób odpowiadający publiczności i interesujący dla niej.



Naturalne kąpielisko termalne w Japonii

3. Nie ma barier i okrycia.

Zdejmując ubranie, symbolicznie pozbywamy się barier między nami a innymi ludźmi. We współczesnych prezentacjach grafikę często wykorzystuje się jak ściągę, a nie jak środek wzmacniający przekaz. W takich sytuacjach jest ona barierą i rozprasza publiczność. Zasoby wizualne w nagiej prezentacji nie dezorientują, lecz tłumaczą i objaśniają. Nagi prezydent przygotowuje grafikę prostą, która służy jasno określone mu celowi i prowadzi wzrok widza.

4. Jesteś całkowicie obnażony.

Najlepszą kąpiel zwłaszcza na jesieni lub zimą można odbyć w *ro-ten-buro*, czyli onsenie odkrytym. Choć woda jest gorąca, a powietrze zimne, czujesz, że żyjesz. Prezentowanie nago polega na uwolnieniu się od zmartwień i niepewności dotyczącej samego siebie. Tanie chwytły, sztuczki i oszustwa nie przystają do nagiego stylu. Jesteś obnażony, wystawiony na czynniki zewnętrzne, ale pewny siebie — żyjesz w terażniejszości.



5. Wszyscy są równi.

Gdy nie ma ubrań, hierarchia i status nie są ani widoczne, ani istotne. Najlepsze prezentacje w niewielkim stopniu przypominają wykład — są raczej ciekawą rozmowę prowadzoną w sposób jasny, szczerzy i otwarty. Nie próbuj wyrzeć wrażenia na publiczności. Staraj się podzielić czymś, pomóc, zainspirować, uczyć, informować, przewodzić, perswadować, motywować lub ogółem w jakiś sposób uczynić słuchaczy lepszymi ludźmi. Niezależnie od tego, kim jesteś, podczas prezentacji możesz dać drugiemu człowiekowi coś wartościowego.

6. Patrz na czas. Wszystko z umiarem.

Nie ma niczego przyjemniejszego od kąpieli w gorącej wodzie, ale nie należy przesadzać. Co za dużo, to niezdrowo. Dobry prezenter również patrzy na czas i wie, że wykorzystuje czas *publiczności*, a nie swój. Pamiętaj o zasadzie hara hachi bu, czyli „jedz do 80% sytości”. Daj publiczności coś lepszego, niż oczekują, ale szanuj jej czas i nigdy nie przeciągaj prezentacji. Zadowol swoich słuchaczy, ale nie spowoduj niestrawności.

7. Czujesz się świetnie po wyjściu.

Kąpiel przywraca Ci siły, ogrzewając ciało i regenerując duszę. Udana prezentacja również powinna wywoływać uczucie odświeżenia i inspiracji. Jeśli porozumiesz się z publicznością sensownie i z uczuciem, pozostawisz jej coś wartościowego: wiedzę, spostrzeżenia, inspirację, a nawet część siebie samego — poczujesz radość towarzyszącą wykonaniu dobrego uczynku bezinteresownie.

Nagość i naturalność to kluczowe aspekty kąpieli po japońsku, które, przy odrobinie błyskotliwości, można zastosować w wielu dziedzinach życia osobistego i zawodowego. W czasach wszechobecności prezentacji cyfrowych i innych środków multimedialnych wartość nagości i naturalności jest większa niż kiedykolwiek wcześniej. Ostatecznie i tak chodzi o nawiązywanie relacji międzyludzkich. A najlepiej robi się to nago.



Musisz się umyć jeszcze *przed*
kąpielą w *ofuro*



Zimne powietrze oraz śnieg pięknie i ożywczo
kontrastują z gorącą wodą

O tej książce

Podstawy skutecznego prezentowania tkwią w Tobie nawet wtedy, jeśli nigdy nie uczęszczałeś na zajęcia szkoleniowe. W książce tej zwyczajnie przypominam o sprawach, których znaczenia jesteś świadom, ale które możesz, mimo wszystko, pomijać w swoich prezentacjach.

Jako zwolennik myślenia designerskiego jestem też zwolennikiem ograniczeń. Narzucając sobie ograniczenia, możesz się lepiej skupić i działać bardziej kreatywnie. Pisząc tę książkę, postanowiłem ograniczyć się do omówienia maksymalnie dziesięciu zasad (i jednej dodatkowej). W ćwiczeniu umiejętności porywającego prezentowania można uwzględnić także inne kwestie, lecz te, które znalazły się w książce, składają się na — mam nadzieję — zapadającą w pamięć podstawę usprawniania umiejętności nawiązywania kontaktu z publicznością, aktywizowania jej, prowadzenia prezentacji i wychodzenia z niej zwycięsko. Na te dziesięć podstaw składają się: Przygotowanie, Przytup, Obecność, Ekspresja, Pasja, Bliskość, Zabawa, Tempo, Uczestnictwo i Siła. Dodatkową podstawą jest Wytrzymałość, której potrzebujesz, żeby od tej pory rozwijać swoje umiejętności prezenterkie, co omówię w ostatnim rozdziale.

Uważam, że wiele o komunikacji, designie i życiu można nauczyć się ze sztuki, która nas otacza, mimo iż często nie dostrzegamy tego. W moim przypadku nauka wynika z długoletniego zgłębiania sztuki jazzu i studiowania w Japonii, mojej przybranej ojczyźnie, sztuki utrzymanej w duchu zen. W książce tej proponuję niekiedy, by zwrócić uwagę na podstawy z innej perspektywy, przedstawiam wtedy nauki wyciągnięte z wspomnianych inspiracji artystycznych.

Skorowidz

A

ADHD, 154
aikido, 183, 184, 185, 186
Allay, Michael, 48, 49
Alltop.com, 89
Amelio, Gil, 196
Anderson, Chris, 25, 26
Apple, 46, 88, 116, 149, 156
Articulate Executive, 145
Arystoteles, 47, 50
Asimov, Isaac, 200
Atkinson, Cliff, 15, 41
autentyczność, 87
Authentic Happiness, 120
Authors@Google Talk, 16
autoekspresja, 21, 90, 103

B

bambus, znaczenie symboliczne,
78, 79, 80, 81
błędy, kontynuowanie wystąpienia,
127
Brain Rules, 40
Brislin, Richard, 114, 115
Brown, Stewart, 131
Brown, Tim, 135
Bryan, Nathan, 66

budō, 132

dziesięć przywar, 133
Budo Secrets, 132, 183, 198
burza mózgów, 58, 163
Buxton, Bill, 134
Bver, Renée, 95

C

Całkiem nowy umysł, 135
Carnegie, Dale, 15, 102, 112
Carpenter, Karen, 123
Carpenters, 123
cel prezentacji, 41, 42, 43, 67,
171
Chabot, Christian, 126
ciąg przyczynowo-skutkowy, 54
Cirque du Soleil, 127
Citrix, 125
Cleese, John, 34, 38, 39, 40
Collins, Phil, 123
Comedian, 144
Craft, Christopher, 44
Creativity World Forum, 38
cytaty, 177
czytanie slajdów, 88, 89

D

de Bono, Edward, 193
Decker, Bert, 15, 88
deGrasse Tyson, Neil, 24, 104, 153
demonstracja programów, 125
Dirty Jobs, 87
długość prezentacji, 30
dobre przygotowanie, 129
dogłębne omówienie tematu,
48, 49
doświadczenia estetyczne, 154
Dreams Come True, 120
Duarte Design, 42, 172
Duarte, Nancy, 1, 15, 42, 172
dzień prezentacji, 64, 65, 67
sprzęt multimedialny, 64

E

Earth Wind & Fire, 111
efekt pierwszeństwa, 72, 171
efekt świeżości, 171
efektowne wejście, 72
Eisler, Barry, 99
ekspresja, 90
elementy humorystyczne, 76, 157
emocje, 55, 139, 174
a pamięć, 116
wykorzystanie, 114, 116
wyrażanie, 108, 109, 111, 112
zapamiętywanie, 55
zaraźliwość, 117, 118
empatia, 118, 119, 167

Enchantment: The Art of Changing
Hearts, Minds and Actions, 89
entuzjizm, 157
era prezentacji, 25
etapy tworzenia prezentacji, 57,
58, 59, 60
EWF, 111

F

Feynman, Richard, 24
filozofia kaizen, 80
First Aid for Meetings, 108
Franklin, Benjamin, 152
Fugere, Brian, 114
Furuya, Kensho, 79, 81, 132

G

Gallo, Carmine, 15
gambaru, 193, 194
gambette, 193
Gandhi, Mahatma, 188
Gapminder, 125, 161
Gates, Bill, 196
Genesis, 123
Ghosn, Carlos, 147
Gillespie, Dizzy, 150
głos, emisja, 147
Godin, Seth, 1, 41, 133, 194,
202
Graham, Martha, 168
Gwiezdne wojny, 52, 200

H

hadaka no tsukiai, 13
Hall, Edward T., 122
Hara Hachi Bu, 151
 zasada, 30
Hardaway, Chelsea, 114
Harris, Phil, 87
Harvard Business Review, 51
Hawkins, Charlie, 108
Heath, Chip i Dan, 172
How to Develop Self-Confidence
& Influence People by Public
Speaking, 112
humor, 129, 157
 wykorzystanie, 76, 135, 176

I

idea, 43
Ideas on Stage, 22
IDEO, 135
improvizacja, 129
inicjowanie przemian, 41, 42
intonacja, 147
iPhone, 158
iPod, 88

J

japońska łaźnia, 13, 28
 podobieństwo do prezentacji,
 28, 29, 30
jazz, 129, 131

 podobieństwo do prezentacji,
 16, 19
język formalny, 155, 160
język konwersacyjny, 155, 160
Jobs, Steve, 46, 82, 125, 147,
150, 156
 wskazówki, 156, 157, 158,
 159
Johnny Bunko na drodze do
kariery, 193
jounetsu, 108
judo, 198
 siedem zasad, 198

K

kaizen, 80
karoshi, 55
Kashima Shin, 132
Kawasaki, Guy, 89
Keynote, 17
 klawisz B, 151
 klawisz W, 151
Kodo: Ancient Ways, 79
kognitywne techniki
 labeling, 97
 przewartościowanie
 poznawcze, 97
komunikacja
 bariery, 24
 twarzą w twarz, 26
Konfucjusz, 152

kontakt wzrokowy z publicznością,
92
kontakt z publicznością, 124
kontrast, 52, 162
 przykłady, 53
korzystanie z mikrofonu, 94
kreatywność, 38, 131
kuki-nage, 198

L

labeling, 97
Lee, Bruce, 190
lepkie zakończenie, 171, 172
 elementy, 172, 173, 174
Life in Three Easy Lessons: Aikido,
Harmony, and the Business of
Living, 184
logika, 114
Lusensky, Jacob, 93

M

Macintosh, 116
Macworld, 82
Marsalis, Wynton, 16, 17, 19
McKee, 51, 52, 54
Medina, John, 40, 48, 116, 145,
146
metoda Monty, 165
Mifune, Kyuzo, 198, 199
mikrofon, 94
 korzystanie, 94

 ręczny, 94
 typu lavalier, 94
 typu nagłownego, 95
minuta miodowa, 77
Mitch, Joel, 1
Miwa, Yoshida, 120
moc uśmiechu, 120, 121
Monta, Mino, 165
Moon, Richard, 184
mównica, 124
multimedia, 17
muzyka dialogu, 19
myślenie designerskie, 32
myślenie wizualne, 152

N

nadmiar informacji, 48
nagość, 18, 30
nagrania filmowe, 162
Najniebezpieczniejszy zawód
świata, 87
Nakamura, Masa, 120
naturalność, 21, 30, 33, 201,
205
nauczyciele, 44
nawiązanie kontaktu
z publicznością, 18, 22, 88, 128
Negroponte, Nicholas, 137
neurony lustrzane, 118, 119
Newman, Paul, 84
niepodzielony umysł, 115
nieudane prezentacje, 37

- notatki, 62
 - czytanie, 62
 - uzależnienie, 88
- nowoczesne narzędzia, 16
- nudna prezentacja, 71
- nudni prezenterzy, 18, 24

O

- Obama, Barack, 175
- obecność, 84, 103
 - autentyczność, 87, 88
 - odczytywanie przemówienia, 88
 - skupienie na teraźniejszości, 84
 - wyrażenie prawdziwego "ja", 85, 86, 87
- wykorzystanie, 158, 162
- obrazy stockowe, 61
- oczekiwania publiczności, 46, 47
- odczytywanie przemówienia, 88
- odgrywanie ról, 163
- ofuro, 28
- ograniczenie treści prezentacji, 48, 59
- Ogrody Tivoli, 117
- onsen, 13, 28, 29
- opowieść, 56, 174
 - ciąg przyczynowo-skutkowy, 54
 - emocje, 51, 55
 - kontrasty, 52, 53
 - siła, 51

- struktura, 59
- wykorzystanie w prezentacji, 54, 67, 116
- zaprezentowanie konfliktu, 52
- oprawa graficzna, 130, 162
 - wielkość grafiki, 130
- optymizm, 157

P

- Palmetto Learning, 44
- pamięć
 - długoterminowa, 44
 - robocza, 44
- pasja, 108, 111
- patrzenie w ekran, 92
- Peters, Tom, 74
- pewność siebie, 96
- Picasso, Pablo, 203
- pilot, 124
- Pink, Daniel, 135, 193
- początkujący prezenter, 72
- podtrzymanie kontaktu z publicznością, 143
- Posen, Les, 100
- potencjał transformacyjny, 25, 33
- PowerPoint, 15, 17, 42, 51
 - klawisz B, 151
 - klawisz W, 151
- Presentation Zen, 156
- prezentacje
 - dzień prezentacji, 64, 65, 67
 - jako dialog, 19, 20, 21

kontynuowanie wystąpienia
 mimo błędów, 127
 nadmiar informacji, 48
 ograniczenie treści, 48, 59
 omówienie tematu, 48, 49
 oprawa graficzna, 60, 61, 130, 162
 potencjał transformacyjny, 25, 33
 przedłużanie wystąpienia, 151
 przygotowanie, 57, 58, 59, 60, 67
 rozpoczynanie od przeprosin, 82
 usprawnienie komunikacji
 z publicznością, 183
 użycie pilota, 124
 wejście z przytupem, 72, 73, 103
 wykorzystanie opowieści, 54, 67, 116
 wyrażanie emocji, 112
 zakończenie, 159, 171, 172, 175, 176, 177
 prezenter
 dobre przygotowanie, 129
 korzystanie z mikrofonu, 94
 nagość, 18
 nawiązanie kontaktu
 z publicznością, 18, 22, 92, 128
 obecność, 84, 103
 odczytywanie przemówienia, 88
 odległość od publiczności, 122, 123, 139
 patrzenie w ekran, 92
 podtrzymanie kontaktu
 z publicznością, 143
 porady, 72
 poruszanie się, 91
 przełamanie barier, 22
 radzenie sobie ze strachem,
 97, 98, 100, 101
 słabe przygotowanie, 37
 ton głosu, 94
 trema, 97, 100, 101
 utrzymanie zainteresowania
 publiczności, 77, 167
 wygląd, 90
 wyrażanie emocji, 108, 109
 zadawanie pytań, 160
 zainteresowanie tematem, 113
 zapoznanie z publicznością, 66
 zdenerwowanie, 82
 prezentowanie
 podstawowe zasady, 32
 nago, 18, 22, 23, 122, 178
 Prezi, 17
 program prezentacji, 82
 proksemika, 122
 prostota, 150
 próbne prezentacje, 45, 62, 63, 64, 98, 129
 przedłużanie wystąpienia, 151
 przełamanie barier, 22
 przefaczenie slajdów, 124, 125
 przesyt informacyjny, 44, 45
 przewartościowanie poznawcze, 97
 przeżycie estetyczne, 154

publiczność
kontakt, 124
kontakt wzrokowy, 92
nawiązanie kontaktu, 18, 22, 88
oczekiwania, 46, 47
podtrzymanie kontaktu, 143
rozproszenie na sali, 65
usprawnienie komunikacji, 183
utrzymanie zainteresowania,
77, 167
wielonarodowa, 178, 179
wywołanie zmiany, 107, 114
zaangażowanie, 107
zachęcenie do aktywności,
152, 160
zapoznanie, 66
pytania, 160, 181

R

Robbins, Anthony, 110
Robinson, Ken, 128, 154
wypowiedź na temat
przemówień i prezentacji,
128, 129
Rock, David, 38, 63, 97
Rocky Horror Picture Show, 144
Rosling, Hans, 125, 161
roten-buro, 29
Rowe, Mike, 87
rozległe omówienie tematu, 48, 49
rozluźnienie, 128
rozrywka

rola, 137, 138
Rusz głową!, 155

S

Sagan, Carl, 24
samodoskonalenie, 193, 195,
200
samokształcenie, 200
samotność, 38, 39
Scoble, Robert, 1
Seinfeld, Jerry, 144
Seligman, Martin, 120
sentō, 28
Shapiro, George, 144
shizen, 14
shogai gakushu, 195
Sibbet, David, 152
Sierra, Kathy, 155
Sinek, Simon, 42
slajdy
czytanie, 45, 88, 89
prostota i przejrzystość, 23
przetwarzanie, 124, 125
Slim, Pam, 178
stabe przygotowanie, 37
sonda, 163
Starck, Philippe, 140
Start with Why, 42
Stevens, John, 132, 183, 198
strach, 135
kognitywne techniki, 97
neurobiologiczny aspekt, 100

przed wystąpieniem, 97
radzenie sobie, 97, 98, 100,
101
Strong, Sherry, 95
studia przypadków, 166
Sutton-Smith, Brian, 131
Suzuki, Daisetz, 14
Suzuki, Shunryu, 10, 21
sygnały
 niewerbalne, 96
 werbalne, 96
Sztuka skutecznego przekazu,
czyli przyczepne koncepcje, 172,
176
szum informacyjny, 45

Ś

światło, 96

T

Tableau 6.0, 126
Tableau Software, 126
technologia
 przezroczystość, 127
 wykorzystanie, 127
TED, 25, 27, 63, 95, 128, 161,
162, 196
temat
 omówienie dogłębne, 48, 49
 omówienie rozległe, 48, 49
Templeton, Mark, 125

tempo prezentacji, 144, 145,
147, 148, 167
 zmiana, 148
teoria dziesięciu minut, 146
The Articulate Executive, 20, 72
The Craft of Scientific
 Presentations, 48, 49
The Power Presenter, 20
Thich Nhat Hanh, 68
ton głosu, 147, 148
Toogood, Granville, 20, 72, 145
trema, 97, 100
 radzenie sobie, 101
tworzenie prezentacji, etapy, 57,
58, 59, 60

U

Ueshiba, Morihei, 183
układ limbiczny, 96, 97, 116
Umyst zen, umyst początkującego,
21
Understanding Culture's Influence
on Behavior, 114
uśmiech, 121
 Duchenne'a, 120
 fałszywy, 120
 panamerykański, 120
 szczerzy, 120
utrzymanie zainteresowania
publiczności, 77, 167

V

Visual Meetings, 152

W

Waknell, Phil, 22

walcz lub uciekaj, 97

Warshawsky, Jon, 114

Weissman, Jerry, 15, 20, 42

wejście z przytupem, 72, 73, 103

osobista historia, 73, 74

ożywczo, 74, 75

wymagająco, 75

zabawnie, 75, 76

zaskoczenie publiczności, 74

Werdykt, 84

White, Verdine, 111

Why Business People Speak Like Idiots, 114

wiarygodność prezentacji, 173

wielonarodowa publiczność, 178, 179

wielozadaniowość, 40

Wujec, Tom, 162

wyczulenie na cudze opinie, 135

wygląd prezentera, 90

wykorzystanie zdjęć, 45

wytrwałość, 193

Wzorce projektowe. Rusz głową!, 155

Y

Your Brain at Work, 38, 97

You've Got to Be Believed to Be Heard, 88

Z

zabawa, 130, 131, 134, 135

włączenie do prezentacji, 135, 139

zainteresowanie tematem, 113

zakończenie prezentacji, 159, 171, 172, 175, 176, 177

Zander, Benjamin, 201

zapamiętywanie prezentacji, 44

zdeenerwowanie, 82

zen, 21, 197

Zen prezentacji, 14, 42

Zen prezentacji pomysły i projekty, 14

Ż

żargon, 24

żart, 76

prezenter bez tajemnic

Naga prawda o sile słowa i mocy slajdów



Garr Reynolds jest autorem bestsellerów *Zen prezentacji* i *Zen prezentacji — pomysły i projekty*, czołowym autorytetem w zakresie projektowania i wygłaszania prezentacji oraz wziętym mówcą i konsultantem. Swoje usługi świadczy wielu spółkom z listy Fortune 500. Pisarz, designer, muzyk i długoletni praktyk zen — obecnie wyklada zarządzanie jako profesor nadzwyczajny uniwersytetu Kansai Gaidai w Japonii oraz pracuje na stanowisku dyrektora Design Matters Japan. Popularyzator blog Gama, poruszający tematykę projektowania i wygłaszania prezentacji, znajduje się na stronie www.presentationzen.com.

„Aby przemawiać skutecznie, musisz przemawiać z taką szczerą i wyrazistą naturalnością, żeby żaden z twoich słuchaczy nie śmiał nawet pomyśleć, że jest ona wyćwiczona.”

Dale Carnegie

Sztuka prowadzenia prezentacji, które robią na odbiorcach wrażenie, przyciągają ich uwagę i na długo zostają w ich pamięci, to umiejętność, którą dziś posiada niewielu mówców. Jak zachwycić publiczność, bez względu na to, czy przemawiasz do trzech osób, czy do trzech tysięcy? To proste — obnaż się i pokaż swoje prawdziwe JA! Oczywiście nie dosłownie — na to ludzie mogą nie być jeszcze gotowi. Prezentowanie „nago” polega na nawiązaniu relacji i angażowaniu publiczności, wzbudzeniu ich emocji autentyczną szczerością i dostarczeniu jasnego przekazu. Takie podejście sprawi, że Twoje wystąpienie będzie świeże, porywające i wzbudzi pełne zaufanie.

Jeśli chcesz, aby Twoje wystąpienia publiczne były lepsze, a prezentacje wywoływały większe zainteresowanie odbiorców — to książka dla Ciebie. Dowiesz się, jak wykorzystywać technologie w swoich prezentacjach. Nauczysz się również przemawiać bez używania slajdów. Poznasz tajniki pracy nad przemówieniem — od etapu przygotowań aż po uwieńczenie sukcesem i burzą oklasków zakończenia. Twórną sprzymierzeńcem na tej niezwykłej drodze będzie japońska filozofia ZEN.

helion.pl
KATEGORIA
INFORMATYKA

W kategorii 6406



Katalog Internetowy
<http://helion.pl>



Zamówienia telefoniczne:
0 801 339900



0 601 339900



Helion

Sprawdź najnowsze promocje:
• <http://helion.pl/promocje>
Książki bezpłatnie czytane:
• <http://helion.pl/kontakty>
Zamów informacje o nowościach:
• <http://helion.pl/news2>

Helion SA
ul. Kołcuński 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 231 98 43
e-mail: helion@helion.pl
<http://helion.pl>

sklepij po **WIECEJ!**



KOD KORBUSO

ISBN 978-83-246-3348-7



9 788324 633487

Cena 39,90 zł

Informatyka w najlepszym wydaniu