

**Szanowni Państwo,**

Fundacja im. S. Batorego ma przyjemność przekazać na Państwa ręce poradnik „Ciekawie o Europie”. Jego celem jest wsparcie liderów opinii publicznej w działaniach informacyjnych i edukacyjnych w związku z integracją Polski z Unią Europejską. Kierujemy go przede wszystkim do działaczy społeczności lokalnych, organizacji pozarządowych, sołtysów, dziennikarzy czy nauczycieli. Osoby te są zazwyczaj animatorami debat europejskich w swoich lokalnych środowiskach.

Dlatego też poza poradnikiem przygotowujemy serię broszur „Polacy w Unii Europejskiej”, m.in. takie tytuły jak: konsumenci, edukacja, małe i średnie przedsiębiorstwa, mieszkańcy wsi, rolnicy, emeryci, kultura.

Informację o powstawaniu kolejnych broszur oraz na temat możliwości ich otrzymania i dystrybucji znajdziecie Państwo na stronie internetowej Fundacji im. Stefana Batorego ([www.batory.org.pl](http://www.batory.org.pl)). Wszelkie pytania w tej sprawie można również kierować na adres e-mailowy: [EUbroszura@batory.org.pl](mailto:EUbroszura@batory.org.pl) lub listownie: Fundacja im. Stefana Batorego, ul. Sapieżyńska 10<sup>a</sup>, 00-215 Warszawa z dopiskiem „EUbroszura”.

**Poradnik powstał w oparciu o materiały Fundacji „Partners” Polska.**



Przypomnijcie sobie najbardziej udane spotkanie lub konferencję, w jakim zdarzyło się wam uczestniczyć.

Dlaczego pomyśleliście właśnie o tym wydarzeniu? Co takiego zrobili jego organizatorzy, że to właśnie ono przyszło wam teraz na myśl jako najbardziej udane? Kompetentni i atrakcyjni goście? Znaleźliście w tym wydarzeniu osobistą korzyść? Było świetnie poprowadzone i czas minął na nim bardzo szybko? Dokładnie odpowiadało waszym zainteresowaniom?

W poradniku „Ciekawie o Europie” przedstawiamy kilka sprawdzonych sposobów dotyczących przygotowania spotkania i wystąpień związanych z Unią Europejską.

Cały poradnik składa się z trzech części:

**I Mini poradnika dla organizatorów spotkań o tematyce europejskiej.** Opisujemy w niej zadania i obowiązki, jakie czekają was jako osoby odpowiedzialne za tzw. techniczną stronę spotkania.



**II Krótkiego przewodnika po sztuce wystąpień publicznych.** Często zdarza się, że poza zaproszonymi gośćmi, na spotkaniu występują także członkowie organizacji, która je przygotowuje. Do nich skierowana jest druga część poradnika. Dowiedzą się w niej o sposobach przygotowania i przeprowadzenia atrakcyjnego wystąpienia.

**III Mini poradnika dla prowadzących spotkania.** Udane spotkanie potrzebuje gospodarza, czyli osoby, która będzie zapowiadała gości, podsumowywała wystąpienia i prowadziła dyskusje. Trzecia część poradnika przeznaczona jest dla tych osób, które w czasie spotkania będą pełniły rolę prowadzących.

## I Mini poradnik dla organizatorów spotkań

### Pieniądze, czyli najczęstszy kłopot

Niestety, rzadko jesteśmy w tej szczęśliwej sytuacji, że mamy pieniądze na wszystkie wydatki związane z organizowanym wydarzeniem. Najczęściej trzeba się wykazać dużą pomysłowością, żeby spotkanie odbyło się mimo minimalnych lub niemal żadnych środków finansowych.



### Co najłatwiej można uzyskać bez nakładów finansowych?

■ **Salę, w której odbędzie się spotkanie – o ile nie planujecie udziału zbyt dużej liczby uczestników** Jeśli grupa nie przekracza 30-40 osób, o salę można poprosić szkołę, urząd gminy, zaprzyjaźnioną organizację z większym lokalem. Taka grupa osób zmieści się w sali liczącej 40-50 metrów kwadratowych. Większa liczba osób wymaga sal konferencyjnych – a te rzadko i niechętnie udostępniane są nieodpłatnie. Pamiętajcie, że dla niektórych organizacji możliwość współpracy z wami podczas organizowania spotkania o tematyce unijnej może być bardzo atrakcyjna. Wnosząc wkład, który nie jest dla nich kosztowny, zyskują możliwość współudziału w wydarzeniu i miano sponsora.

■ **Ogłoszenie w lokalnych mediach** Każda niemal gazeta codzienna ma rubrykę poświęconą aktualnym wydarzeniom organizowanym przez instytucje kulturalne i organizacje społeczne. Zaletą tej rubryki jest to, że ogłoszenia w niej są bezpłatne. Ograniczeniem, że na ogół publikuje się w niej ogłoszenia „z dnia na dzień”. Trudno przewidzieć liczbę osób, które przeczytają ogłoszenie i przyjdą na spotkanie.

■ **Gości** Przedstawiciele administracji państwowej, a zaliczają się do nich na przykład pracownicy departamentów integracji europejskiej ministerstw, powinni uczestniczyć w spotkaniach związanych bezpośrednio z ich zakresem obowiązków bez honorariów. Nie dotyczy to jednak sytuacji, kiedy muszą wyjechać do innej miejscowości lub pracują poza godzinami pracy. Wtedy należy ustalić stawkę za przygotowanie wykładu lub prezentacji oraz zasady zwrotu kosztów podróży. Urzędnik państwowy powinien w takiej sytuacji uzyskać zgodę zwierzchnika, zarówno jeśli chodzi o wysokość honorarium, jak i udział w spotkaniu.



## Jakie koszty można obniżyć?

■ **Przerw kawowych** Poczęstunek w postaci kawy i herbaty pomaga uczestnikom pracować podczas spotkania. Jest też okazją do nieformalnych dyskusji i integracji grupy. Z drugiej strony jest to często dość kosztowna pozycja podczas negocjowania stawek za wynajem sali – na ogół stawka waha się między 5 a 10 złotych od osoby. Warto zaangażować wolontariuszy, którzy będą parzyli kawę kupioną przez was samych i rozłożą na talerzach ciasteczka – koszty nie przekraczają wtedy w sumie 50 złotych za grupę.

■ **Druku materiałów pisemnych – ulotek, zaproszeń, teczek** Wbrew potocznym intuicjom, drukowanie materiałów bywa tańsze niż ich kopiowanie na ksero. Warto też pamiętać, że decyzja o wydaniu materiałów w kolorze potrafi zwiększyć koszty nawet dwukrotnie.

Szukając materiałów informacyjnych o UE, które chcielibyście rozdać na spotkaniu, najlepiej zwrócić się do najbliższego Regionalnego Centrum Informacji Europejskiej. Informacja na stronie [www.cie.gov.pl](http://www.cie.gov.pl) lub informacja telefoniczna: (o prefiks 22) 455 54 54.

Fundacja im. Stefana Batorego również przygotowuje zestaw broszur z serii „Polacy w Unii Europejskiej”, m.in. tytuły: konsumenci, edukacja, mali i średni przedsiębiorcy, mieszkańcy wsi, rolnicy, emeryci, z których możecie skorzystać. Ich celem jest właśnie wsparcie liderów opinii publicznej (np. działaczy i pracowników organizacji pozarządowych, nauczycieli, sottysów) w ich działaniach informacyjnych i edukacyjnych o Unii Europejskiej. Informację o naszych materiałach można znaleźć na stronie internetowej Fundacji: [www.batory.org.pl](http://www.batory.org.pl).



## Goście

Kuszące i bardzo atrakcyjne dla uczestników spotkania jest zaproszenie tych, którzy są najbliższymi negocjacji, czyli członków zespołu negocjacyjnego i urzędników administracji państwowej – zwłaszcza departamentów integracji europejskiej. Choć nie wynika to zazwyczaj z niechęci czy opieszałości pracowników urzędu, to jednak szukając odpowiedniej osoby na spotkanie można czasem odnieść wrażenie, że nie da się przebić przez dżunglę wydziałów, zmieniających się numerów telefonów i stanowisk.

Według naszych doświadczeń, najbardziej sprawdza się w takich sytuacjach:

■ **Kontakt z rzecznikiem prasowym ministerstwa lub urzędu** Po przekazaniu informacji dotyczących organizacji, wydarzenia i jego sponsorów oraz potrzeby (temat, problem), rzecznik na ogół jest w stanie znaleźć odpowiednią osobę lub departament. Doświadczenie mówi, że najlepiej przed rozmową wystać faks przedstawiający sprawę, a w czasie rozmowy odwołać się do niego. Lepiej nie zaskakiwać rzecznika: dobrze dać mu dzień lub dwa na uzyskanie potrzebnych informacji.



■ **Zaproszenie zawsze lepiej wysłać do osoby wyższym stanowiskiem – ma ona więcej swobody podejmowania decyzji dotyczących własnego planu pracy**

Wbrew pozorom udział w spotkaniach w małych miejscowościach jest dla wielu osób przyjemnością – mogą przedstawić tematy, na których naprawdę się znają, a spotkania stanowią odskocznnię od codziennych obowiązków. Wielu urzędników ma silne poczucie misji jeśli chodzi o wejście Polski do Unii i są naprawdę bardzo pomocni.

■ **Jeśli zapraszamy osoby na niższym stanowisku, lepiej jest wysłać dwa listy: do zaproszanej osoby i jej zwierzchnika**

Sam urzędnik nie może wyjść z biura nie posiadając zgody szefa, szef z kolei musi mieć materiał, który ułatwi mu podjęcie decyzji. Jeśli sprawa idzie wyjątkowo opornie – nie otrzymujemy odpowiedzi, decyzja jest odwlekana, pomocne bywa zwrócenie się o pomoc do rzecznika prasowego.



Bogatym źródłem wiedzy nie tylko o specjalistach od spraw europejskich, ale i o Unii Europejskiej są także organizacje pozarządowe. Kontakty do nich najłatwiej zdobyć wchodząc na stronę internetową [www.ngo.pl](http://www.ngo.pl) lub kontaktując się z Polską Fundacją imienia Roberta Schumana (o prefiks 22) 621 75 55 lub [www.schuman.org.pl](http://www.schuman.org.pl), a także z Instytutem Spraw Publicznych ([www.isp.org.pl](http://www.isp.org.pl)), Fundacją im. Stefana Batorego ([www.batory.org.pl](http://www.batory.org.pl)) czy organizacjami sieci Wspierania Organizacji Pozarządowych SPLOT ([www.splot.ngo.pl](http://www.splot.ngo.pl)).

## **Poradnik dla organizatorów – zapraszanie gości krok po kroku**

- ① Ustalcie jakie tematy powinny być poruszone na konferencji.
- ② Przedyskutujcie, ilu gości powinniście zaprosić, aby spotkanie przebiegało dynamicznie a zarazem nie trzeba było skracać ciekawych dyskusji.
- ③ Wypiszcie przynajmniej po trzy nazwiska ekspertów, których chcielibyście zaprosić, aby zrealizować wasze cele związane z przedstawieniem kolejnych tematów.
- ④ Zastanówcie się, czy znacie kogoś, kto może wam podać nazwiska nowych, sprawdzonych ludzi?
- ⑤ Przeprowadźcie rodzaj rankingu – kogo chcielibyście zaprosić najbardziej. Te osoby zapraszajcie w pierwszej kolejności.
- ⑥ Najpóźniej miesiąc przed planowanym terminem spotkania skontaktujcie się z daną osobą telefonicznie. Miejcie przygotowany opis i program całego planowanego wydarzenia. Wyślijcie go faksem bezpośrednio po rozmowie. Nie przejmujcie się tym, że coś się zmieni: to się zdarza. Gość powinien znać całość wydarzenia: łatwiej będzie uniknąć powtórzeń i znaleźć wspólny mianownik dla całego programu.
- ⑦ Po potwierdzeniu przez gościa uczestnictwa w spotkaniu, wyślijcie mu pocztą potwierdzenie oraz, raz jeszcze, cały aktualny program z dokładnym czasem jego wystąpienia.
- ⑧ Jeśli to możliwe, poproście prelegenta o przygotowanie konspektu wystąpienia i przestanie go tydzień przed planowanym wydarzeniem. Możecie dołączyć konspekt do materiałów dla uczestników.
- ⑨ Trzy dni przed wydarzeniem zadzwońcie do waszego prelegenta raz jeszcze – warto upewnić się, że pamięta o swoim wystąpieniu i nie zdarzyło się nic, co mogłoby mu przeszkodzić.
- ⑩ Jeśli przewidujecie honorarium dla gościa, zawsze starajcie się je ustalić PRZED konferencją. Pamiętajcie, żeby wyjaśnić, czy macie na myśli kwoty brutto (z podatkiem) czy netto („do ręki”).
- ⑪ Nie później niż tydzień po spotkaniu, wyślijcie prelegentowi list z podziękowaniem – to miły sposób docenienia jego pracy i wysiłku.



⑫ Pamiętajcie, aby każdy z was, organizatorów, miał przy sobie zestaw numerów komórkowych i kontaktowych do zapraszanych gości. Niezbędna jest też własna NAŁADOWANA komórka lub dostęp do aparatu stacjonarnego. Pozwoli wam to sprawnie wyjaśnić sytuację, gdy gość się będzie spóźniał. A nie ma niczego gorszego dla organizatora niż niepewność czy zaproszony gość w ogóle dotrze...

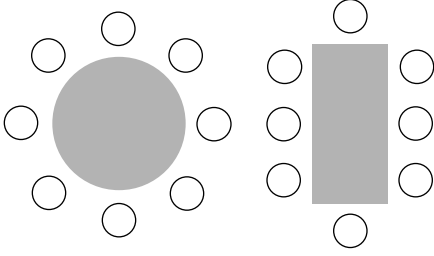
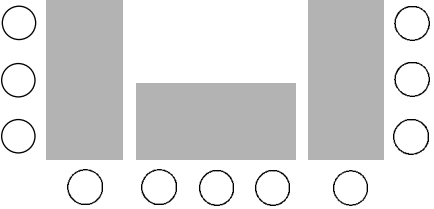
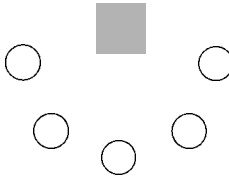


## Sposoby aranżowania przestrzeni

Zanim wybieriecie i zarezerwujecie salę na wasze spotkanie, zastanówcie się, jak zaplanujecie miejsca dla uczestników i prelegentów. To naprawdę wpływa na atmosferę podczas dyskusji. Pomyślcie więc, na czym zależy wam najbardziej?

Zazwyczaj stoły są ustawione tak, jak w kinie lub teatrze. Słuchacze siedzą na krzesłach na przeciwko stołu, przy którym zgromadzeni są prelegenci. Jesteśmy bardzo przyzwyczajeni do takiego ustawienia, ale czasem warto zastanowić się nad innymi układami sali. Układ „teatralny” utrudnia bowiem kontakty między uczestnikami spotkania (trzeba się odwracać, żeby zobaczyć uczestników z tyłu), często ci, którzy siedzą w dalszych rzędach mają trudności z zabraniem głosu i nawiązaniem kontaktu z występującymi przy prezydium, jest też bardzo formalny. Poniżej przedstawiamy kilka innych propozycji.



	Zalety	Wady
<p><b>1 Zamknięte koło lub prostokąt</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zachęca do kontaktu wzrokowego</li> <li>• szczególnie odpowiedni, gdy grupa pracuje nad problemami interpersonalnymi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• może zwiększać konflikty międzyludzkie i prowadzić do konfrontacji</li> <li>• brak punktu centralnego (zbieżnego)</li> <li>• nie ma wyraźnej przestrzeni, w której można by ustawić tablicę do zapisywania wspólnych ustaleń (tzw. pamięci grupowej)</li> </ul>
<p><b>2 Półkole lub otwarty prostokąt ze stołami</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• pozwala grupie skoncentrować się na „pamięci grupowej”</li> <li>• zmniejsza różnice statusu między ludźmi, gdy role są jasno określone</li> <li>• zmniejsza konflikty interpersonalne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• stoły stanowią barierę między ludźmi</li> </ul>
<p><b>3 Półkole bez stołów</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nie ma barier między ludźmi</li> <li>• można zmieścić w danym pomieszczeniu liczniejszą grupę</li> <li>• zwiększa koncentrację na zadaniu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• początkowo pewien dyskomfort u ludzi przyzwyczajonych do używania stołów</li> <li>• filiżanki, notesy, rzeczy osobiste muszą być umieszczane na podłodze</li> </ul>



# II Krótki przewodnik po sztuce wystąpień publicznych

## poradnik dla prelegentów



Zanim staniesz przed słuchaczami, odpowiedz sobie na kilka pytań. Pomogą ci one lepiej przygotować się do wystąpienia i przewidzieć z wyprzedzeniem te sytuacje, które mogą okazać się trudne.

■ **Kim jesteś? Kogo reprezentujesz podczas wystąpienia?** Kim jesteś dla słuchaczy? Mają do ciebie zaufanie czy raczej ty i twoja organizacja budzicie w nich pewien opór? Ułóż sobie w pamięci trzy zdania, którymi się przedstawiś słuchaczom – zadbaj o to, żeby zawierały te informacje, które są najbardziej potrzebne uczestnikom spotkania, żeby uwierzyli, że mają przed sobą osobę kompetentną.

**Można powiedzieć:**

■ Pan Kowalski zasiada w komisji transportu.

■ Jestem prezesem stowarzyszenia „Młodzi Góra”.

**a można:**

■ Na wniosek pana Kowalskiego podwojono ilość nocnych autobusów i zniesiono opłaty za parkowanie przy parkach i miejscach odpoczynku i rekreacji.

■ Jako prezes stowarzyszenia „Młodzi Góra” uzyskałam dla młodzieży z naszej gminy 150 tysięcy euro dotacji, dzięki czemu sto czterdzieści osób mogło wziąć udział z warsztatami doskonalenia zawodowego.

■ **Do kogo się zwracasz?** Dokładne określenie grupy, do której będziesz się zwracać, jest podstawowym elementem dobrego przygotowania wystąpienia i osiągnięcia sukcesu. Inaczej bowiem będziesz mówić do kolegów z pracy, inaczej do osób, które wprawdzie znasz, ale które nie są ekspertami w temacie, który prezentujesz, jeszcze inaczej do zupełnie obcych ludzi podczas targów.

■ **Jaki jest cel twojego wystąpienia?** Dlaczego zabierasz głos i co chcesz osiągnąć? Precyzyjne określenie celu, w jakim zwracasz się do swoich słuchaczy, jest o tyle istotne, że:

■ Masz szansę w jasny sposób przekazać im, czego oczekujesz od nich po zakończeniu wystąpienia (składać wnioski o dotacje, wziąć udział w referendum itd.)

■ Ułatwi ci selekcję materiału do prezentacji – w tym podjęcie najtrudniejszej decyzji: czego nie powiedzieć, żeby nie „zagadać” słuchaczy.

■ Pozwoli precyzyjnie skonstruować wypowiedź i odpowiednio dobrać argumenty.

■ **Co chcesz przekazać, by zrealizować swój cel?** O czym będziesz mówić? Jasna odpowiedź na te pytania pozwoli Ci sformułować przesłanie Twojego wystąpienia, np. przekonanie gości do udziału w referendum w sprawie przystąpienia do Unii Europejskiej, zachętę do udziału w programie, który prowadzi twoja organizacja itp.

■ **Jaką formę przybierze twoje wystąpienie?** Znając swoich odbiorców, cel wystąpienia i jego główną myśl, musisz dobrać do tego odpowiednią formę. Zastanów się, w jaki sposób dotrzesz do słuchaczy: prowadząc dyskusję, pokazując film, prezentując coś na foliach?

■ **Kiedy się ono odbędzie?** Czy godzina lub dzień wystąpienia wiążą się z jakimś innym ważnym wydarzeniem? Czy powinnaś lub powinieneś je uwzględnić w swojej wypowiedzi?

■ **Gdzie i w jakich warunkach będziesz przemawiać?** Znajomość miejsca i warunków, w których będziesz występować, ma dla Ciebie duże znaczenie. Jak duża będzie sala, w której będziesz występować? Jak umeblowane będzie pomieszczenie: czy będzie wyposażone w urządzenia nagłaśniające, czy będziesz mówić zza mównicy, stołu prezydyjnego, czy też stać przed publicznością? Warto sprawdzić to, aby uniknąć przykrych niespodzianek.

■ **Ile masz czasu?** Woodrow Wilson zapytany, ile zajmuje mu przygotowanie przemówienia odpowiedział: „To zależy. Jeśli mam mówić przez 10 minut, potrzebuję tygodnia, jeśli 15 minut – 3 dni, 30 minut – 2 dni, jeśli mam mówić godzinę, mogę zacząć natychmiast.”



## Jak uniknąć nudy na spotkaniu?

Nudne spotkania na ogół wynikają z tego, że ich organizatorzy nie dostosowują ich programu do potrzeb uczestników. Innymi słowy, często zdarza się tak, że tematy poruszane na konferencjach są „ogólnie ciekawe”, ale nie zaspakajają konkretnych potrzeb uczestników. Wyobraźmy sobie na przykład typowe spotkanie pod hasłem „Polscy rolnicy w Unii Europejskiej”. Z punktu widzenia organizatorów, najprościej jest zaprosić 2-3 Ważne Osoby, które krótko przedstawią stan negocjacji, polskie stanowisko w tej sprawie i opiszą istniejące lub planowane programy pomocowe. Jednak nawet grupa, która wydaje się tak jednorodna jak rolnicy, w rzeczywistości składa się z:

- zwolenników i przeciwników integracji
- hodowców tzw. zwierząt unijnych i tych, które nie podlegają regulacjom unijnej polityki rolnej
- właściciele gospodarstw mało- i wielohektarowych
- tych, którzy utrzymują się wyłącznie z rolnictwa i tych, którzy żyją także z innych źródeł dochodów.

Okaże się więc, że podczas spotkania noszącego ten sam tytuł, można przekazywać zupełnie inne informacje. Pracując nad programem spotkania określcie cechy grupy, z którą się spotkacie:

- **wiek** – ile mają lat? Czy są od ciebie raczej starsi czy młodszy?
- **płeć** – jeśli są to np. same kobiety, możesz wszystkie materiały przygotować używając żeńskich form i zwrotów.
- **wykształcenie** – to zdecyduje o języku, przykładach i materiałach, których możesz użyć. Wielu ekspertów lubi posługiwać się skomplikowanymi wykresami, tabelami i schematami. Zadbaj o uczestników: przedstaw te same informacje w bardziej przystępny sposób – to żaden wstyd!
- **miejsce zamieszkania** – czy są jakieś szczególne cechy miejsc, z których pochodzą uczestnicy?
- **jaki jest poziom ich wiedzy dotyczącej integracji europejskiej?** – czy interesuje ich jakiś konkretny aspekt integracji czy potrzebują całkiem podstawowych danych?

Spróbuj określić cechy grupy, z którą pracujesz:

- **co ich interesuje, porusza?** – czym możesz ich zaangażować?
- **jaki styl komunikatu do nich trafi?** – formalny czy nieformalny, oficjalny czy nieoficjalny?
- **jakie wartości wyznają?** – czy są kwestie, które dla tej grupy mogą wydawać się szczególnie istotne?

Ważne dla organizatorów spotkania: Pamiętajcie, że im więcej wiecie o waszych uczestnikach przed ułożeniem ostatecznego programu, tym większą macie szansę ułożyć go tak, żeby zaspokoić ich oczekiwania. Jeśli czujecie, że wiecie za mało, spróbujcie zdobyć potrzebne informacje. Czasem wystarczą dwa-trzy telefony do potencjalnych uczestników, by ułożenie dobrego programu stało się dużo łatwiejsze. Dobrze sprawdzają się ankiety, w których uczestnicy mogą napisać o tym, czego najbardziej chcieliby się dowiedzieć podczas spotkania.



## Co zrobić, by spotkanie było ciekawe?

Najsukuteczniejsze są te wystąpienia, podczas których prezynterowi udaje się wzbudzić zaangażowanie słuchaczy. Jednym ze sposobów jest przygotowywanie „przynęt”, czyli takich elementów prezentacji, które pozwolą skupić ich uwagę. Każdy dobry prezynter dysponuje kilkoma rodzajami „przynęt”, które pomagają mu skupić uwagę słuchaczy. Możesz:

- **Przynieść ze sobą przedmiot, który zilustruje tezę Twojej wypowiedzi.**  
Na przykład: na jednym ze spotkań pokazano duże zdjęcia gospodarstw rolnych w Irlandii przed i po wejściu do Unii Europejskiej.
- **Poprosić publiczność, żeby coś zrobiła – dobre zwłaszcza na spotkaniach z młodzieżą.**  
Na przykład: niech każdy uczestnik pokaże na palcach ile lat już trwają negocjacje Polski w sprawie przystąpienia do Unii.





### ■ Zadać pytanie i poczekać na odpowiedź publiczności.

Na przykład: kiedy dokładnie odbędzie się referendum w sprawie wejścia Polski do Unii?

### ■ Zadać pytanie retoryczne, czyli takie, które nie wymaga odpowiedzi ze strony publiczności.

Pytanie takie powinno odwoływać się do wspólnego wszystkim doświadczenia; głównym zyskiem dla osoby, która występuje jest wtedy zbudowanie wspólnoty ze słuchaczami. Na przykład: Czy jest ktoś, kto uważa, że społeczeństwa Niemiec, Holandii czy Francji są gorzej rozwinięte od społeczeństwa polskiego?

### ■ Przytoczyć nieoczywiste dane.

Czy wiecie Państwo, że siedmiu na dziesięciu widzów telewizyjnych „Wiadomości” nie potrafi powtórzyć w poprawny sposób ani jednej podanej w nim informacji?

### ■ Odwołać się do wspólnego doświadczenia.

Na przykład: proszę państwa, podobnie jak większość osób, które tutaj siedzą, ja również spędziłem dużo czasu próbując przedrzeć się przez dokumenty programu SAPARD.

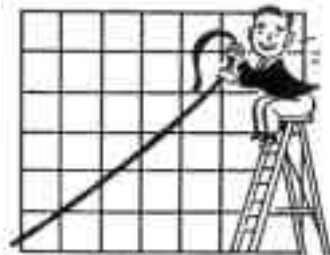
### ■ Opowiedzieć dowcip – UWAGA! – metoda dobra dla tych, którzy potrafią to robić!

### ■ Przytoczyć zastysznaną przed wejściem na salę historię.

Ta metoda skupiania uwagi słuchaczy również odwołuje się do jakiegoś wspólnego doświadczenia: historia zazwyczaj dotyczy dzielonych przez audytorium wątpliwości lub obaw. Pozwala w bezpieczny sposób nazwać negatywne uczucia publiczności – spotkałam przed wejściem panią, która opowiedziała mi historię wprowadzania ISO w jej firmie. Jak się państwo domyślcie, była to historia walki człowieka z procedurą. Wiem, że jest to dość powszechny sposób postrzegania tego certyfikatu.

Dobra „przynęta” zawsze wspiera cel prezentacji. Zanim więc zdecydujesz się na co „złapiesz” swoich słuchaczy, zastanów się, co jest dla ciebie najważniejsze: zbudowanie wspólnoty? sprowokowanie słuchaczy do wyrażenia ich stosunku do przedstawianej sprawy? wzbudzenie zainteresowania? Powyższe przykłady opisują tylko niektóre sposoby nawiązywania kontaktu z publicznością. To, w jaki sposób to zrobisz, zależy przede wszystkim od twojej kreatywności.

## Struktura: czas i sposób przekazywania informacji



Uporządkowanie wypowiedzi według przejrzystej struktury służy obu stronom: zarówno tym, którzy występują, jak i tym, którzy słuchają. Prezenterom ułatwia ona uporządkowanie zebranego materiału i wybór tych informacji, które warto przekazać podczas wystąpienia. Słuchaczom ułatwia zapamiętanie i podążanie za tokiem myślenia osoby, która mówi.

### ■ Wstęp

Możesz zacząć wystąpienie na wiele różnych sposobów - żartem bądź anegdotą, pytaniem, cytatem itp. Powinieneś jednak pamiętać, by twoje uwagi pasowały do okoliczności, w jakich występujesz. Jednym z najbezpieczniejszych sposobów rozpoczęcia wystąpienia jest właśnie przypomnienie okazji, z okazji której występujesz lub też skomplementowanie publiczności. Potem szybko przejdź do tematu wystąpienia.

Dobry wstęp pomoże Ci skupić na sobie uwagę publiczności. Powinien zawierać następujące treści:

- 1 Powitaj publiczność.
- 2 Przedstaw się dlaczego tu jesteś.
- 3 Przedstaw temat.
- 4 Skup uwagę publiczności „przynętą”.
- 5 Przedstaw cele wystąpienia i korzyści dla słuchaczy.
- 6 Zaprezentuj spis treści główne punkty twojego wystąpienia.
- 7 Określ, jak długo będziesz mówić.
- 8 Zaproponuj czas na pytania.



## Pomoce wizualne, których można użyć w trakcie wystąpienia

Propozycja	Zalety	Wady
<b>Przedmioty, gadżety</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• są bardzo realistyczne</li><li>• odwołują się do bezpośredniego doświadczenia, odpowiednie dla wszystkich typów publiczności</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• odwracają uwagę od występującej osoby</li><li>• nie są widoczne podczas prezentacji dla większych grup</li></ul>
<b>Odręcznie przygotowane plakaty, folie, opisy na tablicy</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• w przygotowanie ich można zaangażować słuchaczy</li><li>• odwołują się do spontaniczności</li><li>• tworzą twórczą, nieformalną atmosferę</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• mogą sugerować brak przygotowania osoby występującej</li><li>• zabierają czas podczas prezentacji</li><li>• wymagają dużej sprawności w czytelnym i szybkim pisaniu</li><li>• są nieodpowiednie w sytuacjach oficjalnych</li></ul>
<b>Papierowe plakaty, po których można pisać flamastrami (flipcharty)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• są bardzo wygodne, wszędzie je można zabrać</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• nie są czytelne dla grup liczniejszych niż 30 osób</li><li>• są nieodpowiednie w sytuacjach oficjalnych</li></ul>
<b>Materiały drukowane, rozdawane w trakcie spotkania (handouty)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• stwarzają możliwości sprawnego przygotowywania notatek</li><li>• są odpowiednie dla wszystkich typów publiczności</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• odwracają uwagę od prezentera</li></ul>
<b>Przezroczca przygotowane na komputerze</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• wyglądają profesjonalnie</li><li>• pokazują, że prezeser jest przygotowany do wystąpienia</li><li>• są widoczne w oświetlonym pomieszczeniu</li><li>- nie trzeba gasić światła</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• nie powinno ich być zbyt wiele, bo prezentacja stanie się monotonna</li><li>• wymagają dobrego oświetlenia sali z tyłu</li></ul>
<b>Prezentacje z użyciem komputera</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• sprawiają wrażenie wysokiego profesjonalizmu</li><li>• można w atrakcyjny wizualnie sposób przekazać treści</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• wymagają specjalistycznego sprzętu</li><li>• w przypadku jakiegokolwiek awarii prezeser pozbawiony jest najistotniejszej części wystąpienia</li><li>• są najmniej interaktywne: publiczność występuje tylko w roli widza</li></ul>

### ■ Rozwinięcie

Cel: przedstawienie uzasadnienia i ilustracja głównych punktów wystąpienia (co najmniej dwa, nie więcej niż pięć).

Każdy z takich punktów składa się z następujących części:

1 Tematy punktu głównego.

2 Uzasadnienia postawionej tezy:

- szczegółowe informacje
- sprawdzone fakty
- cytaty, wyniki badań (powołuj się na wiarygodne źródła, ilustracje, porównanie, interesujący przykład)

3 Powtórzenie tezy.

■ **Zakończenie wystąpienia pozwala słuchaczom uporządkować zebrane informacje a Tobie daje ostatnią szansę, żeby raz jeszcze przekazać główne myśli i najważniejsze wnioski.**

**Najważniejsze punkty to:**

1 Zapowiedź zakończenia służy wzmocnieniu uwagi.

2 Podsumowanie: przypomnienie celu, tematu, głównych punktów wystąpienia.

3 Ostateczna konkluzja: apel o podjęcie działań, zalecenia, wezwanie.

4 Pozytywne zakończenie:

- anegdota, żart, pytanie retoryczne
- podziękowanie
- pożegnanie się z publicznością



# III Mini poradnik dla prowadzących spotkania



## Sposoby prowadzenia spotkań: Lepiej zapobiegać niż leczyć, czyli jak zapobiegać konfliktom podczas spotkania na trudny temat.

Jeśli chcesz uniknąć niepotrzebnych sytuacji konfliktowych, na początku zebrania...

... uzyskaj zgodę uczestników co do:

- Celu i pożądanego wyniku zebrania (np. stworzenie listy postulatów).
- Programu.
- Sposobu pracy.
- Zasad współpracy obowiązujących wszystkich uczestników podczas zebrania (np. nie przerywamy sobie, okazujemy sobie szacunek, nie stosujemy ataków personalnych, nie wychodzimy wcześniej, mówimy nie dłużej niż 3 minuty, wyłączamy telefony komórkowe).

## Podczas spotkania:

- Przypominaj ustalone procedury obradowania.
- Proponuj nowe techniki obradowania (np. podział na mniejsze zespoły robocze).
- W trudnych momentach odwołuj się do zasad.
- Dbaj o przerwy podczas spotkania.
- Zadawaj pytania otwarte (czyli takie, które wymagają opisowej odpowiedzi).
- Bądź pozytywnie nastawiony do uczestników – zachęcaj do wypowiedziania się.

## Reakcje w sytuacjach trudnych

Poniższe metody radzenia sobie z trudnymi uczestnikami spotkań mają walor uniwersalny. Nie zawsze jednak osoba prowadząca spotkanie ma pełną możliwość stosowania tych technik. Radzimy zatem bardzo uważnie i z namysłem podejmować decyzję o użyciu środków interwencyjnych, zwłaszcza silniejszych.



- **Stosuj „bumerang”** – jeśli ktoś głośno mówi np. „O nie, to jest zupełnie bez sensu” możesz odpowiedzieć „Rozumiem, że nie podoba ci się ta propozycja. Co proponujesz w zamian, żeby miało to szansę powodzenia?”
- **Utrzymuj temat dyskusji** – nawet jeśli uczestnicy mają wielką ochotę pogadać np. o tym, jakie mieli przygody pisząc raporty finansowe z dotacji, staraj się im przypomnieć, że właściwy temat waszego spotkania to... Uważaj jednak, żeby nie przerywać dyskusji na temat, który, mimo iż odmienny od planowanego, jest naprawdę ważny dla uczestników. W takim przypadku zastanówcie się spokojnie co robić – może ta zmiana jest w gruncie rzeczy bardziej korzystna niż konsekwentne trzymanie się planu?
- **Nazwij to, co się aktualnie dzieje na zebraniu** – jeśli przed chwilą miała miejsce bardzo żywa dyskusja, powiedz np.: „przed chwilą starty się ze sobą dwa odmiennie stanowiska. Pan Kazimierz mówił o negatywnych konsekwencjach zamykania małych szkół, pani Halina o zasadach przygotowywania budżetu gminy. Dyskusja była bardzo emocjonująca. Proponuję jednak ...”.

- **Nie nastawiaj się obronnie** – pamiętaj, jako prowadzący dbasz o to, żeby dyskusja była żywa i angażowała uczestników. Jeśli ktoś atakuje twoje osobiste poglądy, przyjmij to. W końcu spotkanie nie miałoby sensu gdyby wszyscy myśleli tak samo.
- **Wykazuj poczucie humoru** – ono często rozładowuje trudne sytuacje i wprowadza dobry nastrój.
- **Chroń innych przed atakami personalnymi** – to twój obowiązek jako gospodarza! Nie udawaj, że nic się nie stało!

## Jak sobie radzić z trudnymi pytaniami?

Trudne pytania często padają podczas spotkań dotyczących Unii Europejskiej, zwłaszcza, jeśli uda się zaprosić osoby o odmiennych poglądach. Jeśli usłyszysz pytanie, które wprawi cię w zakłopotanie, przypomnij sobie, że:

### Są trzy rodzaje pytań:

- ① informacyjne-zadane, by uzyskać bardziej wyczerpujące i szczegółowe informacje, wyjaśnić wątpliwości
- ② krytyczne-zadane, by wyrazić odmienną opinię
- ③ agresywne-zadane, by wyrazić negatywne emocje wobec mówcy

Osoby zadające pytania są nastawione albo na uzyskanie informacji, albo na wyrażenie własnego zdania, opinii wobec tego, co mówisz lub wobec ciebie jako osoby.

Tylko w przypadku pytania informacyjnego osoba je zadająca nastawiona jest na odbiór (wysłuchanie odpowiedzi). W pozostałych przypadkach osoba zadająca pytanie chce ci coś powiedzieć, na przykład wyrazić swoją opinię. Ważne, byś zrozumiał/a, jaki cel przyświeca osobie zadającej pytanie.



## Schemat postępowania:

- ① Pytanie.
- ② Powtórz własnymi słowami wypowiedź pytającego (parafrazuj).
- ③ Zaczekaj na jego reakcję.
  - Jeśli pytanie było informacyjne, powtórz je jeszcze raz lub potwierdzi, że dobrze je zrozumiałeś. Odpowiedz na nie!
  - Jeśli pytanie jest krytyczne lub agresywne, twoja parafraza zachęci pytającego do dalszej wypowiedzi. Słuchaj uważnie!
    - zdobywasz cenne informacje na temat jej/ jego opinii, masz szansę lepiej zrozumieć jej lub jego tok myślenia wywołany twoją prezentacją,
    - możesz zareagować w bardziej wyczerpujący sposób ku pożytkowi wszystkich,
    - jeśli była to agresja, agresor (i słuchacze) zauważy jej nieskuteczność i nieodosowność.
  - Podziękuj za wypowiedź.
  - Dowartościuj!



### Jak sobie radzić z pytaniami?

- ① Zapewnij sobie kontrolę nad pytaniami: zapowiedz na wstępie, w jaki sposób zamierzasz odpowiadać na pytania. Są trzy możliwości odpowiadania na pytania:
  - w trakcie prezentacji (to jest dość trudne, traci na tym ciągłość wywodu),
  - po omówieniu każdego punktu prezentacji,
  - po zakończeniu prezentacji.

- ② Uważnie i z szacunkiem słuchaj każdego pytania.
- ③ Streść pytanie (sparafrazuj je):
  - upewnij się, czy je dobrze zrozumiałeś,
  - usłyszysz je wyraźnie cała publiczność.
- ③ Odróżniaj pytania informacyjne od krytycznych i agresywnych.
- ④ Na pytania informacyjne odpowiedz, na krytyczne daj się wypowiedzieć.
- ⑤ Zdobądź wyjaśnienia terminów użytych w pytaniu.
- ⑥ Mów krótko i na temat. Nie wprowadzaj nowych elementów, ogranicz się do odpowiedzi na pytania.
- ⑦ Na każde pytanie odpowiadaj osobno. Jeśli ktoś zada kilka pytań jednocześnie, spytaj, które z nich jest dla niego najważniejsze, lub odpowiedz na to, na które najłatwiej ci odpowiedzieć.
- ⑧ Jeśli ktoś ma trudności ze sformułowaniem pytania, pomóż mu.
- ⑨ Jeśli pytanie zawiera nieprawdziwe informacje, zaprzecz im, nie powtarzając; dopiero wtedy odpowiedz na pytanie.
- ⑩ Nie bój się powiedzieć nie wiem; zapewnij publiczność, że zdobędziesz odpowiednie informacje.
- ⑪ Gdy odpowiesz na wszystkie pytania, powtórz konkluzję swojego wystąpienia. Jeśli tego nie zrobisz, publiczność zapamięta odpowiedź na ostatnio usłyszane pytanie.



### **Parafraza, czyli powtórzenie wypowiedzi rozmówcy własnymi słowami.**

#### **Dlaczego?**

- Pokazuje, że uważasz i rozumiesz, co zostało powiedziane.
- Podkreśla zainteresowanie tym, co rozmówca ma do powiedzenia.
- Pozwala na sprawdzenie, czy właściwie rozumiesz intencje rozmówcy (jeśli źle zrozumiałeś, rozmówca ma szansę skorygować twój błąd, jaśniej przedstawić swoją myśl).
- Pozwala na uporządkowanie treści przekazywanych przez rozmówcę.
- Jeśli parafrazujesz pytanie, daje ci to czas na skonstruowanie odpowiedzi.

#### **Parafraza nie powinna ani zawierać interpretacji, ani podsuwać rady czy rozwiązania problemu. Nie powinna zawierać nic więcej niż usłyszałeś. Powiedz na przykład:**

- „Rozumiem, że...”(Ponownie przedstaw (własnymi słowami)wypowiedź rozmówcy) lub:
- „Chodzi pani/panu o (Streść swoimi słowami usłyszaną wypowiedź) Czy tak?”
- „Z tego, co pani/pan mówi, wynika, że...”
- „Jeśli dobrze rozumiem pańskie pytanie, chodzi o... Czy tak?”
- „Rozumiem, że pyta pan/pani o...”

