

---

**Mówca to... czyli jakie cechy  
ogólne powinna wypracować  
osoba przemawiająca  
publicznie – powszechnie  
pożądany wizerunek osoby  
publicznej**

---



Z wystąpieniami publicznymi musimy się mierzyć już od wczesnego dzieciństwa. W przedszkolu gramy swoje role w przedstawieniach okolicznościowych, w szkole podstawowej i liceum recytujemy wiersze i przygotowujemy prezentacje przyswajanego materiału. Bez nabycia umiejętności publicznego występowania w dzisiejszych czasach, w których poza wiedzą liczy się też sposób jej przekazywania, trudno żyć. Prezentacje, urzędowe mowy, rozmowy biznesowe i negocjacje – to codzienność współczesnego człowieka czynnego zawodowo. Zatem wszyscy to robimy, a co więcej – robić będziemy. Od sytuacji społecznych związanych z wystąpieniami nie ma ucieczki. Nie ma w nich nic niecodziennego, nic dziwnego. Dlatego warto podchodzić do nich jak do sytuacji zupełnie naturalnych, niepowodujących dodatkowego napięcia psychicznego. Po prostu – trzeba nauczyć się występowania.

Ci, o których mówimy „dobry mówca”, mają zespół dość podobnych cech pozwalających na zyskanie sympatii i zainteresowania słuchaczy. Jakie to cechy? Badano je wielokrotnie, prosząc odbiorców o podanie, czym ich zdaniem powinien cechować się dobry mówca. Po uśrednieniu wyników pozostają dwie istotne dla skutecznej komunikacji cechy – dobry mówca musi być MIŁY i KOMPETENTNY. Tak również skutecznego mówcę definiują grupy uczestników szkoleń, gdy zada im się o to pytanie.

**Mówca miły.** Jakie cechy powodują, że odbieramy mówcę jako osobę miłą? Przede wszystkim, występując publicznie, nie należy drażnić, powodować swoim zachowaniem dyskomfortu u odbiorców. Osoby zde nerwowane, stremowane lub agresywnie się zachowujące mają kłopot ze zdobyciem sympatii. Zatem, po pierwsze, stając przed audytorium, trzeba zadbać o to, by być wypoczętym i zrelaksowanym. Osoba zmęczona, przepracowana czy zwyczajnie niewyspana daje się łatwiej wyprowadzić z równowagi, reaguje emocjonalnie na zastrzeżenia, chce jak najszybciej skończyć wystąpienie, bo czuje, że tego dnia nie jest w formie. Po drugie, tempo wypowiedzi. Przyjęto, że podczas wystąpień publicznych warto mówić nieco wolniej, niż mówi się potocznie (około 10 procent wolniej). Ćwicząc wystąpienia przed ich wygłoszeniem, warto pamiętać, aby nie narzucać wypowiedzi zbyt ostrego tempa. Mówca zrelaksowany to taki, który mówi swobodnie i w sposób łatwy do zapamiętania. Po trzecie, nastawienie do przemówienia. Osoba, która traktuje

je jako zło konieczne, przykry obowiązek, który trzeba jak najszybciej wykonać, nie zyskuje sympatii słuchaczy. W podręcznikach dla mówców często pojawia się słuszna uwaga – występując publicznie, musisz CHCIEĆ TO ROBIĆ. Wtedy mówca jest zrelaksowany, mówi w naturalnym, łatwym do przyswojenia tempie i z przekonaniem do wypowiadanych tez. Pozostaje jeszcze często podnoszona przez psychologów pozytywna cecha mówcy – uśmiech. Uśmiech pomaga wtedy, gdy przekazuje się pozytywne treści. Może jednak zniszczyć wystąpienie i wizerunek, gdy jest nieadekwatny do sytuacji. Wyobraźmy sobie przemówienie prokuratora, który z szerokim uśmiechem proponuje surową karę za przestępstwo. Zostanie odebrany zapewne jako osoba, której przyjemność sprawia żądanie kar i wywoływanie cierpienia.

**Mówca kompetentny.** Bycie miłym dla słuchaczy nie wystarczy, gdy brakuje wiedzy i kompetencji w jej przekazywaniu. Cóż z tego, że na mównicy lub w sali prezentacyjnej pojawi się mówca, który swobodnie i z uśmiechem będzie błędził wokół ważnych spraw, pokazując, że wie o nich mniej niż jego słuchacze? Zapewne takie przemówienie nie zostanie dobrze przyjęte, a mówca zostanie źle zapamiętany. Budując swoją kompetencję do występowania, warto pamiętać o możliwościach percepcyjnych słuchaczy. Ci skupiają się na wyławianiu sensu wystąpienia, jego głównych tez. Wiele treści zwyczajnie im umyka, ponieważ chcą zrozumieć, co i dlaczego jest głównym wątkiem przemówienia. Zatem konkretne przesłanie – jedno główne wsparte dwoma pobocznymi, które pracują na potwierdzenie ważności głównego – to klucz do bycia mówcą łatwo zapamiętywanym. Gdy chcę przekazać odbiorcom jakąś treść, wybieram to, co w tym konkretnym przemówieniu najważniejsze – wokół tego trzonu buduję wypowiedź. Aby wzmocnić brzmienie najważniejszej tezy, dodaję do niej maksymalnie dwie dodatkowe, by wzmocnić swój tok rozumowania. Dziennikarz przekazujący informację, że doszło do wypadku drogowego, w którym są zabici i ranni, stanie się w pełni zrozumiały, gdy na przykład ustali, że głównym faktem jest to, że zginęło dwanaście osób, i wokół tej informacji umieści dwie dodatkowe – wypadek spowodowała cysterna, a kilkunastu rannych trafiło do szpitala. Gdy spróbuje przekazać więcej faktów, zapewne odbiorcy będą mieli kłopoty z zapamiętaniem nadmiaru informacji. Mówca kompetentny to ten, który w swoim przemówieniu zawiera konkretne przesłanie informacyjne dla odbiorców. Ale nie tylko. Obserwując osobę przekazującą ważne treści, słuchacze chcą mieć poczucie, że mówi do nich ktoś, kto ma doświadczenie w danej dziedzinie, ktoś, kto wie, o czym mówi. Budowanie wizerunku osoby kompetentnej przebiega też

na poziomie świadomego i kontrolowanego odwoływania się do własnych doświadczeń i przywoływania ich w celu wywołania u odbiorców poczucia obcowania z osobą kompetentną. Oglądając w telewizji wypowiedzi znanych osób, fachowców w swoich dziedzinach, nabieramy do nich szacunku, mimo że nie znamy bliżej ich dokonań, a gdy opowiadają nam o nich, odwołują się do własnych doświadczeń. Warto podczas przygotowania wystąpienia publicznego przemyśleć, czy i w którym jego miejscu można dodać na przykład: „W czasie mojej blisko trzydziestoletniej pracy w tym zawodzie...”, „Przypadek, którym się zajmujemy dziś, nie jest dla mnie nowy, z podobnymi sytuacjami spotykam się w swojej pracy średnio...”, czy zwyczajnie przytoczyć studium przypadku z naszej wcześniejszej praktyki. Mówca kompetentny to człowiek konkretny, praktyk znający się na rzeczy i wreszcie osoba, która o trudnych sprawach potrafi mówić jak najprostszym językiem. Warto wziąć pod rozważenie to, że w meandry językowe czy język branżowy uciekają najczęściej ci mówcy, którzy mają niewielkie doświadczenie zawodowe lub niewielkie doświadczenie w skutecznym prezentowaniu treści słuchaczom. Mówią, są słuchani, ale nie są zapamiętywani.

Dobry mówca, czyli mówca miły i kompetentny, to osoba:

- zrelaksowana i wypoczęta
- mówiąca w równym, nieco wolniejszym niż potocznie tempie
- przekonana do wypowiedzianych przez siebie treści
- konkretna w działaniu
- odwołująca się do własnych doświadczeń
- wzmacniająca swoje wypowiedzi studiami przypadków.

Nie wygląda to na specjalnie trudne zadanie...

Przygotowując wystąpienie, często zastanawiamy się nad tym, czy są tacy, którzy mówienie na forum mają we krwi, przychodzi im to łatwo, bo bycie dobrym mówcą to zespół cech wrodzonych. I tak, i nie. W pewnym sensie osobom otwartym na świat, ufnym i z natury życzliwym łatwiej wyjść i przemawiać. Ale z kolei nawet wycofana i ostrożna w zawieraniu nowych znajomości osoba, która opowiada o swojej życiowej pasji, może porwać audytorium i stać się dobrym mówcą. Z doświadczenia codziennych spotkań z politykami, celebrytami, biznesmenami i handlowcami trenerzy wizerunku wysnuli wnioski, że bardzo rzadko zdarza się ktoś o tak silnych złych cechach osobowości, że nie da się stworzyć z niego komunikatywnego mówcy. Najczęściej – jeśli tylko zdajemy sobie sprawę z konieczności występowania publicznego i chcemy poprawić jakość naszych przemówień – wszystko da się

zrobić. Na przykład w czasie godzinnego przemówienia publicznego mówca nie ma przecież obowiązku otwierania się szeroko przed słuchaczami i pokazywania wszystkich swoich cech. Wystarczy, że ma pełną świadomość tego, kim jest, i wie, kogo audytorium chce zobaczyć. Występowanie publiczne to w dużej mierze spełnianie oczekiwań i realizowanie wyobrażeń słuchaczy. Mówca nie jest tym, który wkłada do głowy odbiorców porcje informacji, aby zapamiętali i przyswoili wszystko, co im mówi.

Przemówienie to czas na przekonanie do pewnego toku rozumowania, do przyjęcia tezy mówcy.

Jakie cechy mogą nam pomóc w byciu zrozumiałym mówcą? Przede wszystkim warto zdać sobie sprawę z tego, kim jesteśmy. Najgorsze, co może przytrafić się mówcy w czasie wystąpienia, to moment, w którym ktoś ze słuchaczy przyłapie go na mówieniu nieprawdy, posługiwaniu się jako własnymi przykładami z doświadczenia innych ludzi, opowiadaniu o sytuacjach, w których się nie znalazł, i traktowaniu ich jako zdarzenia z własnej pracy. Mówca nie może pod żadnym pozorem kłamać podczas budowania własnego wizerunku! Dlatego lepiej powiedzieć mniej, niż pozwolić na to, aby słuchacze dostrzegli w wystąpieniu niekonsekwencje lub niewiedzę.

### **Przykład**

W czasie obrony pracy magisterskiej jedna z recenzentek zadała magistrantowi pytanie, dlaczego w swojej rozprawie wciąż używa sformułowania „występek”? To sformułowanie w pracy zostało dokładnie omówione, zdefiniowane i uzasadnione. Pytanie, mimo całej kompetencji zawodowej zadającej je profesor, świadczyło o tym, że nie czytała pracy bądź zrobiła to pobieżnie. Jej zachowanie wywołało oburzenie komisji i osoby zdającej egzamin, w ich świadomości zapisała się jako ktoś, kto nie powinien zasiadać w gremium egzaminacyjnym.

Skoro wystąpienie publiczne to w dużej mierze realizacja oczekiwań audytorium, warto się zastanowić, jak nie doprowadzić do sytuacji, w której to słuchacze pouczają mówcę przy jego biernej postawie.

Mówca przychodzi do swoich odbiorców z przygotowanym czytelnym przekazem. Chce, aby audytorium zapamiętało to, co ma do powiedzenia, i wyszło z przekonaniem co do racji mówcy. A często dzieje się tak, że dochodzi do sporów, nawet kłótni, potężnych rozbieżności w stanowiskach. Dlaczego? Zwykle dzieje się tak wówczas, gdy podstawowe oczekiwania odbiorców nie zostaną zaspokojone.

Dobry mówca powinien pamiętać o tym, że w sali, w której przemawia, ścierają się ze sobą różne postawy i reakcje ludzkie. Można nad nimi zapanować, choć często trudno je przewidzieć. Warto pamiętać o tym, że na mówcy spoczywa nie tylko obowiązek dbania o spójność i komunikatywność przekazu, ale także dostosowania się do zachowań odbiorców. Czy mamy zatem być tacy jak oni? Wręcz przeciwnie. W czasie wystąpień publicznych, prezentacji, rozmów z mediami działa zasada komplementarności reakcji. Obraz staje się pełny i zbilansowany, gdy obie strony – mówca i słuchacz lub pytający i odpowiadający – uzupełniają się wzajemnie. Gaduła posadzony naprzeciwko innego gaduły będzie za wszelką cenę starał się utrzymać przy głosie i nie stać się słuchaczem. Podobnie mówca przygotowany tylko na odtworzenie wyuczonej treści może mieć kłopoty z audytorium nastawionym na polemikę, pytania i zaprezentowanie swojego poglądu. Taka sytuacja nie zdarza się w czasie zaplanowanej i usystematyzowanej mowy urzędowej, ale może się zdarzyć w kontaktach z mediami lub podczas sympozjum naukowego albo w czasie innego wystąpienia publicznego. Dobry mówca to dobry obserwator, który potrafi błyskawicznie zdiagnozować oczekiwania słuchaczy i dopasować formę swojego wystąpienia. Pierwsze minuty na scenie albo podczas prezentacji warto poświęcić na dokładną obserwację odbiorców. Czy mamy w sali osoby aktywnie słuchające – utrzymujące kontakt wzrokowy, mimiką zdradzające zainteresowanie treścią. Popatrzmy, czy audytorium nie zdradza już na starcie swoich oczekiwań wobec prezentacji – nie zaczyna zadawać pytań, nie sugeruje, jakiego spodziewa się spotkania. Doskonałym przykładem są grupy oficerów służb mundurowych. To znakomici odbiorcy przekazu, ale podanego w konkretny, określony sposób. Potrzebują wiedzy skondensowanej, ujętej w krótkich i treściwych definicjach. Pracując intensywnie, często proszą o choć kilkuminutowe przerwy mniej więcej raz na godzinę prezentacji. Spełnienie ich oczekiwań nic mówcy nie kosztuje, a daje znakomity efekt. Utrzymany jest dobry kontakt na linii nadawca–odbiorcy komunikatu oraz wysoka percepcja informacji przez słuchaczy.

Zatem skuteczna komunikacja to komunikacja przebiegająca komplementarnie: Gdy audytorium siedzi nieruchomo i czeka na podanie tezy – czas na wykład. Gdy natomiast słuchacze stają się rozmówcami, żywo gestykują, wymieniają się uwagami na temat przemówienia – czas na zmodyfikowanie działania i kontrolowaną dyskusję.

### **Ćwiczenie na zakończenie**

W tym zadaniu nie ma dobrych i złych rozwiązań. Usiądź, proszę, spokojnie, ćwiczenie zajmie Ci pięć minut. Wypisz trzy własne cechy, które uważasz za przydatne w czasie wystąpienia publicznego – zarówno mowy urzędowej, jak i prezentacji albo wypowiedzi medialnej. Wypisz też trzy cechy, które Twoim zdaniem utrudniają takie działania. Przygotowując się do kolejnego wystąpienia publicznego, spróbuj zbudować i poprowadzić je tak, aby trzy Twoje przydatne cechy mogły zostać odebrane i zapamiętane przez odbiorców. Pomaga!

---

**Język wystąpienia publicznego,  
poprawna wymowa  
i akcentowanie logiczne,  
sposoby przygotowywania  
przemówień, mów urzędowych,  
komunikatów medialnych,  
spełnianie powszechnych  
oczekiwań odbiorców wobec  
mówcy**

---



Język, jakim mówimy do naszych słuchaczy, ma ogromne znaczenie w zapamiętywaniu treści i budowaniu wizerunku mówcy. Odpowiedź na pytanie, jakim językiem mówimy w czasie wystąpień publicznych, jest oczywista – językiem prostym. Czym jednak jest ów prosty język? Inaczej definiują go bywalcy ław oskarżonych w sądach, inaczej koledzy po fachu podczas naukowych zjazdów, a jeszcze inaczej widzowie czy słuchacze mediów elektronicznych. „Język prosty” to odpowiedź niekompletna. Podczas wystąpień publicznych zadaniem mówcy jest mówić językiem adekwatnym do sytuacji i zrozumiałym dla odbiorców wystąpienia. Zdania w takiej wypowiedzi są krótkie, konkretne i przenoszą czytelną treść. Budując wypowiedzi w taki sposób, mamy sporą szansę na to, że wypowiedź zostanie zapamiętana przez odbiorców.

Niewłaściwe dobieranie słów do potrzeb i możliwości słuchaczy kończy się zawsze tym samym – audytorium odrzuca treść przemówienia i nie ufa mówcy.

Czy oznacza to, że na potrzeby audytorium branżowego wolno nam zamknąć się w świecie zawodowego języka i tylko za jego pomocą budować swoje wystąpienia? Zdecydowanie nie. W wystąpieniu branżowym także obowiązuje zasada mówienia językiem prostym i adekwatnym do sytuacji. Podczas prezentacji lub przemówienia, niezależnie od stopnia zażyłości z odbiorcami, za każdym razem mówca od nowa buduje z nimi relacje. Na początku spotyka się z nieufnością i jest z uwagą obserwowany. Audytorium patrzy na niego, wykorzystując swoje dotychczasowe doświadczenia związane z tego rodzaju sytuacjami, obawia się, że znowu będzie musiało nadmiernie skupiać uwagę i koncentrować się na zrozumieniu skomplikowanych treści. Aby rozwiązać obawy odbiorców, pozwolić im na zrelaksowanie się i spokojne słuchanie wystąpienia, warto mówić językiem używanym w świecie wykształconych ludzi, tak aby osoba na podobnym poziomie intelektualnym reprezentująca inną branżę również zrozumiała, o co chodzi.

Wystąpienie publiczne to sztuka bezkonfliktowego dotarcia z treścią do świadomości odbiorcy. Nadmiar pojęć branżowych i posługiwanie się branżowym żargonem utrudnia to zadanie, powoduje, że słuchacze męczą się, tłumacząc sobie w myślach to, co mówca chce im przekazać.

Ba, łatwo o nieporozumienie. Ktoś nieuważnie słuchający lub znużony trudnym przekazem może opacznie zrozumieć kilka kolejnych zdań i wszcząć rozpraszającą i zabierającą czas dyskusję.

Zatem mówimy do ludzi językiem prostym i adekwatnym do ich możliwości percepcyjnych. Budujemy krótkie i konkretne zdania. Unikając języka branżowego, staramy się nie wpaść w pułapkę używania sformułowań potocznych. Mówiąc, reagujemy na potrzeby i oczekiwania odbiorców.

Na czym polega sztuka wypowiadania zdań tak, aby konkretna treść została wzmocniona i zapamiętana przez odbiorców? To bardzo proste. Zastanówmy się nad akcentem zdaniowym w języku polskim. Ów akcent zdaniowy to logiczne wzmocnienie jednego z wyrazów w zdaniu. Tego, który naszym zdaniem jest najważniejszy. W zdaniu może to być wyraz dowolny.

### Przykład

Chory miał objawy zapalenia płuc.

Oto zdanie wypowiedziane w sposób całkowicie neutralny. Każdy wyraz jest równoprawny i ma takie samo zabarwienie emocjonalne. Wypowiadanie zdań w sposób neutralny podczas występu publicznego sprawia, że odbiorcy postrzegają mówcę jako zdystansowanego do omawianych treści. Brak akcentu zdaniowego sugeruje brak zainteresowania treścią. A można inaczej:

**Chory** miał objawy zapalenia płuc.

Chory **miał** objawy zapalenia płuc.

Chory miał **objawy** zapalenia płuc.

Chory miał objawy **zapalenia płuc**.

To zdanie z zaznaczonym akcentem logicznym (zdaniowym). Pogrubienie wskazuje, na czym skupia się w tym zdaniu mówca. Gdy zaakcentuje słowo „chory” – do świadomości odbiorców dotrze czytelny przekaz, że osoba mówiąca nie ma wątpliwości co do stanu pacjenta. Gdy położy nacisk na słowo „miał” – w świadomości odbiorców zapisze się obraz stanu pacjenta w chwili kontaktu z lekarzem. Kiedy mocno zaakcentuje słowo „objawy” – odbiorcy zapamiętają, że pacjent został zbadany i miał objawy schorzenia. Jeśli z kolei mówca akcentem zwróci uwagę na słowa „zapalenia płuc”, odbiorcy zapamiętają najlepiej to, jaka była diagnoza.

Akcentować można każde słowo w zdaniu. Kompetentny mówca umie w taki sposób rozkładać akcenty logiczne, aby odbiorcy, słuchając,