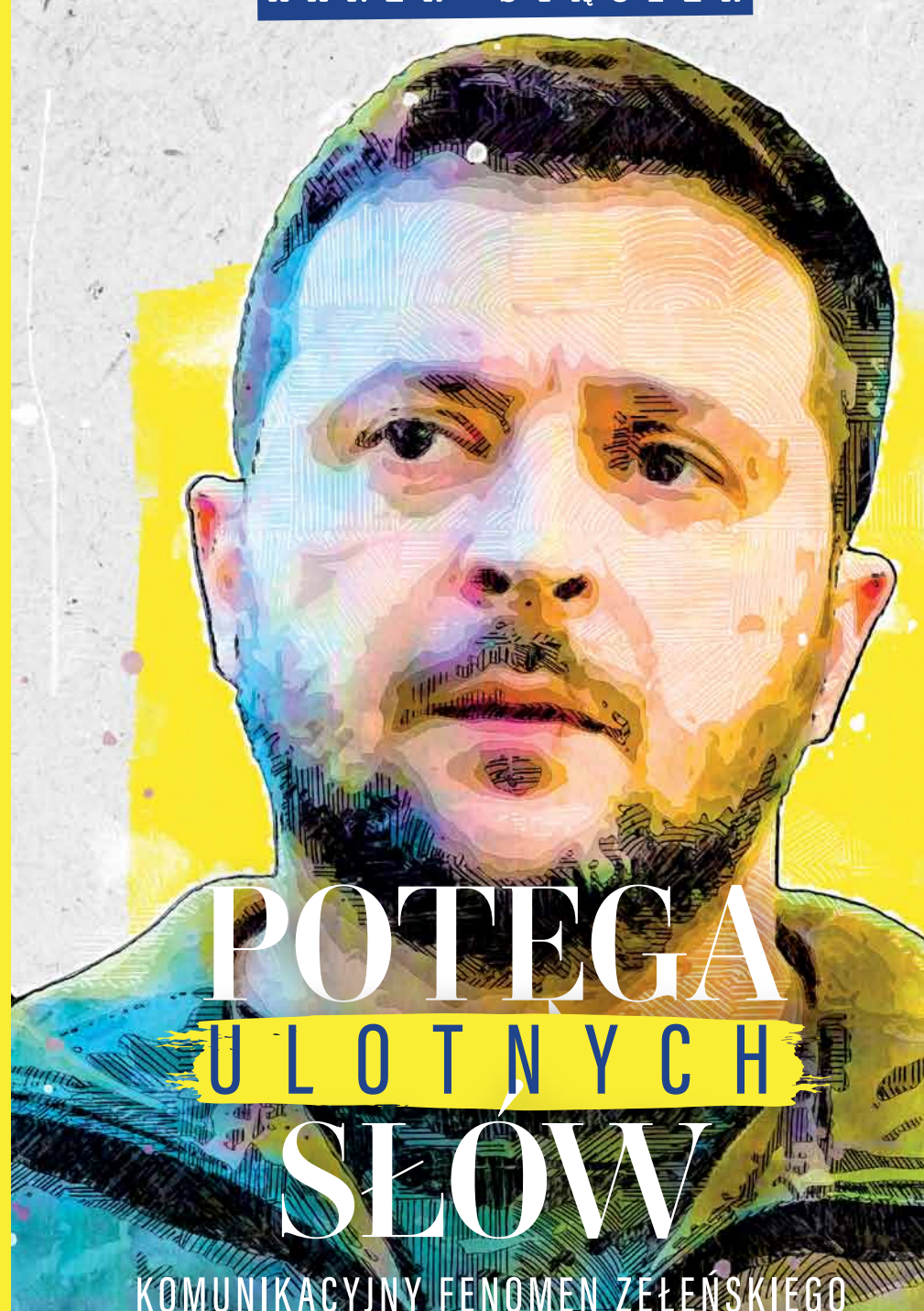


MAREK STĄCZEK



POTEGA ULOTNYCH SŁÓW

KOMUNIKACYJNY FENOMEN ZEŁŃSKIEGO



POTĘGA
ULOTNYCH
SŁÓW

Marek Stączek

Potęga ulotnych słów

Komunikacyjny
fenomen Zełńskiego

10 lekcji prezentacji

EDISONTEAM.PL

Warszawa 2022



© by EdisonTeam.pl
e-mail: marek.staczek@edisonteam.pl
www.EdisonTeam.pl

Redakcja: Elżbieta Wilk

Koordinacja projektu: Katarzyna Płaza

Projekt okładki: Radosław Czajkowski, 24/7Communication

Skład komputerowy: Aneta Krzywicka

Rok 2022

ISBN: 978-83-61485-43-8

Spis treści

Wstęp	7
Wprowadzenie	9
Część 1: Jak Zełenski zaczął budować swoją pozycję.	13
Lekcja: Chiasm, o pożytkach z przemysłnego krzyżowania słów.	
Część 2: Marka osobista Putina i wizerunek Zełenskiego.	23
Lekcja: Narracja, czyli dyskretny urok storytellingu.	
Część 3: „Logos” – treść i sposób mówienia.	39
Lekcja: Rekwizyt, czyli jak materializować niematerialne.	
Część 4: Personalizacja, rzecz o adekwatnym odczytaniu rzeczywistych potrzeb słuchacza.	51
Lekcja: Wirtualne okulary.	
Część 5: Różnorodność form wypowiedzi.	63
Lekcja: „Zrób sobie wroga”, czyli o sile natarcia w dobrej sprawie.	
Część 6: Jak Zełenski sięgał po nowych odbiorców.	71
Lekcja: Pomniejszająca prezentacja.	
Część 7: Droga Winstona Churchilla.	83
Lekcja: Cytowanie, czyli krótka pochwała zapożyczania.	

Część 8. Definiowanie retoryki jako realnego narzędzia pracy.	95
Lekcja: Metafora, czyli moc obrazu z innej bajki.	
Część 9. Skuteczne wykorzystanie mediów do propagowania swojej wizji.	113
Lekcja: Powtórzenie, o sile natrętnie powracającej frazy.	
Część 10. Cyzelowanie.	131
Lekcja: Potrójna perspektywa patrzenia na prezentację.	
Zakończenie. Cała sprawa jest (niestety) w toku.	141
Niezobowiązujące post scriptum.	142

Wstęp

Dzień 24 lutego 2022 r. miał na mnie duży wpływ, podobnie jak na wszystkich w Polsce. Od samego początku wojny w Ukrainie moją głowę zaprzętały setki różnych rzeczy: modliłem się za mieszkającymi tam ludźmi, obawiałem się o los przyjaciół w Kijowie, martwiłem się sytuacją uchodźców w Warszawie i w naszym domu, popierałem inicjatywy organizowane przez organizacje pozarządowe i firmy, śledziłem najnowsze doniesienia dotyczące polityki międzynarodowej oraz reakcje świata na to, co działo się u naszych wschodnich sąsiadów, zarządzałem moim zespołem w agencji, odpisywałem na wiadomości wyrażające wsparcie od moich znajomych oraz współpracowników z całego świata, udzielałem klientom rad dotyczących komunikacji w czasie wojny.

Jako osoba zajmująca się komunikacją PR niejako automatycznie przyglądałem się wojnie z perspektywy zawodowej — nie jest to coś, co robiłem świadomie albo celowo, przychodziło mi to naturalnie. Widziałem, jak szybki może być obieg informacji i w jaki sposób wpływa on na opinię publiczną.

Obserwowałem, jak radzi sobie społeczeństwo, które od 70 lat nie doświadczyło żadnej wojny w bliskiej okolicy, jak ta wojna wpłynęła na działalność firm i jak wyglądała ich reakcja. Zastanawiałem się, jakie struktury były odpowiedzialne za bezprecedensowe zjednoczenie całej Europy, w jaki sposób memy czy żarty w mediach społecznościowych pomagały stworzyć coś w rodzaju „kultu wsparcia” dla Ukrainy.

Od niepamiętnych czasów dobór przedstawianych informacji, manipulacje medialne, pozycjonowanie przekazów, kontrolowane wycieki, komunikacja narracyjna i fake newsy stanowiły ważny element taktyki wojennej. Również w przypadku tego konfliktu obie strony chętnie sięgają po techniki komunikacyjne, aby wpłynąć na przebieg wojny. We współczesnym środowisku komunikacyjnym takie działania mogą szybko spowodować znaczącą zmianę w nastawieniu opinii publicznej. Tempo i skala bojkotu Rosji przez świat zachodni to coś, z czym nie spotkałem się nigdy wcześniej. Jako osoba zawodowo zajmująca się tym obszarem, uważnie śledziłem rozwój działań związanych z tą sytuacją i byłem bardzo zaskoczony tym, jak dużą rolę odegrała tutaj komunikacja.

Potem zaś pojawił się Wołodimir Ołeksandrowycz Zeleński. Zeleński zajmuje bardzo ważne miejsce w sercach ludzi na całym świecie. Był dla nas źródłem inspiracji, gdy przewodził swojemu krajowi w trakcie wojny. Obserwaliśmy go z mieszaniną fascynacji i podziwu. Zeleńskiego podziwia się za jego odwagę, współczucie, skromność, odpowiedzialność, spójność, determinację i charakter. Jego nieustające prośby o pomoc z Zachodu, bezpośredniość

w kontaktach z żołnierzami, widoczna troska o lud Ukrainy oraz śmiałe i jednoznaczne oświadczenia znacząco wpłynęły na przebieg konfliktu. W trakcie wojny przeistoczył się z Prezydenta w autentycznego Przywódcę (przez bardzo duże „P”).

Przywództwo Zeleńskiego stało się źródłem inspiracji i motywacji nie tylko dla narodu ukraińskiego. Inspiruje ono również ludzi na całym świecie, w tym także specjalistów od komunikacji. Coachowie przywództwa, specjaliści od strategii komunikacyjnych, liderzy zespołów, osoby odpowiedzialne za PR, dowódcy wojskowi, a nawet projektanci mody mogą się wiele dowiedzieć, analizując zachowania Zeleńskiego oraz jego strategię i taktykę.

W niniejszej książce Marek Stączek pokazuje konkretne wnioski płynące z przywództwa Zeleńskiego w czasie wojny. Dotyczą one inteligencji emocjonalnej, sposobów komunikacji oraz znaczenia symboliki i mogą być bezpośrednio wykorzystane w pracy osób zawodowo zajmujących się komunikacją.

Mam nadzieję, że z tej książki wszyscy czytelnicy wyciągną wiele istotnych lekcji.

Mam również nadzieję, że świat wyniesie z tej wojny jeden najważniejszy wniosek: że czas już położyć kres wszystkim wojnom!

Dirk Aarts

Dyrektor Generalny
24/7Communication

Wprowadzenie

Gdy 12 września 2022 r. rosyjskie rakiety uderzyły w infrastrukturę energetyczną wschodniej Ukrainy, Zełenski zwrócił się do Rosjan:

„Bez gazu czy bez was? Bez was!
Bez światła czy bez was? Bez was!
Bez wody czy bez was? Bez was!
Bez jedzenia czy bez was? Bez was!

Chłód, głód, ciemność i pragnienie nie są dla nas tak straszne i śmiertelne, jak wasza „przyjaźń i braterstwo”. Ale historia postawi wszystko na swoim miejscu. A my będziemy mieć i gaz, i prąd, wodę i jedzenie... i to bez was”!

Takie mowy nie spadają z nieba. Nie rodzą się ot tak, bez przygotowania. Bez znajomości warsztatu, czy bez talentu. W przytoczonej wypowiedzi widać rytm, pasję i dosyć łatwo można przewidzieć wrażenie, jakie wywoła na publiczności. To jednoznaczny dowód, że osoba, która ją wygłasza, posiadała zdolność do publicznego mówienia w stopniu, do którego dociera niewielu, bo z wielkiego grona mówców, czy

prezenterów tylko garstka wie, jak sięgnąć po potęgę ulotnych słów.

Na zdarzenia, które stanowią podstawę tej książki, można patrzeć jak na klasyczne spotkanie Dawida z Goliatem. Z lewej stoi młodziutki Dawid, chłopaczek ze szkolnego teatryku, nastolatek z kabaretowej grupy, młody mężczyzna, który dopiero co zszedł z filmowego planu, gdzie grał komiczną postać sługi narodu. Po prawej butny i ufny w swoją siłę Goliat. Szlify odebrał w szeregach KGB, mówi się o nim: „skuteczny i okrutny”. Teraz spokojnie mierzy swojego przeciwnika i myśli: „Tak nisko mnie cenia? Z kimś takim mam walczyć?”. Nawet nie przypuszcza, że kamień z napiętej procy już tnie przestrzeń, a nad ubitą ziemią, rozchodzi się niepokojąco dziwny świst powietrza. W jego stronę pędzi już nieuchronne przeznaczenie.

Oczywiście, czytelnik doskonale wie, że w przypadku, o którym tu mowa, nie ma procy – jest zwykły smartfon i codzienne relacje zamieszczane na twitterze. Jest też dość oczywiste, że na taki opis pozwolić sobie może obserwator, który kończył pisanie książki w 200 dniu wojny. Na początku wyglądało to zupełnie inaczej – wiało zimnem i grozą. Dziś słońce przebija się zza chmur i jest coraz cieplej. Zatem zapraszam – posłuchajcie o komunikacyjnym fenomenie Zełńskiego.

Marek Stączek

Jeżeli
chcesz

posłuchać nowych historii,
sięgnij po



dowiedzieć się więcej
o storytellingu,
sięgnij po



nauczyć się budować
markę osobistą
z użyciem story,
sięgnij po



Materiały dostępne na stronie www.edisonteam.pl

EDISONTEAM.PL

EdisonTeam.pl to renomowana firma zrzeszająca trenerów-praktyków, osoby z wieloletnim doświadczeniem zawodowym. Oferowane szkolenia i projekty doradcze koncentrują się na realizacji dwóch zasad:

„Blisko rzeczywistości – daleko od fikcji”. Ideą szkoleń jest jak najbliższe odtworzenie sytuacji z życia zawodowego. Materiały poddawane analizie podczas zajęć to przypadki, z którymi możemy spotkać się na co dzień.

„Praktyczne umiejętności”. W proponowanych warsztatach rozwijane są takie umiejętności, jak sztuka prezentacji i przekonującego argumentowania, storytellingu, kreatywnego myślenia, kontaktów z mediami.

Więcej informacji – **www.EdisonTeam.pl**

PRZEMÓWIENIA ZEŁENSKIEGO INSPIRUJĄ, A NAWET ZACHWYCAJĄ. ZNACZNA GRUPA LIDERÓW POLITYCZNYCH I BIZNESOWYCH JEST POD WYRAŹNYM WRAŻENIEM JEGO WYSTĄPIEŃ I PREZENTACJI. MAREK STĄCZEK PRÓBUJE ODPOWIEDZIEĆ NA PYTANIA: DLACZEGO TAK JEST? CO STOI ZA KOMUNIKACYJNYM FENOMENEM ZEŁENSKIEGO? W TREŚCI SVOJEJ KSIĄŻKI PODAJE CZYTELNIKOWI KLUCZ DO ODPOWIEDZI NA TO PYTANIE, ODWOŁUJĄC SIĘ DO PORÓWNAŃ ZEŁENSKIEGO Z WINSTONEM CHURCHILLEM, ZESTAWIAJĄC JEGO STYL Z KONCEPCJĄ SKUTECZNEGO RETORA WYPRACOWANĄ PRZEZ OJCÓW RETORYKI, CZY WRESZCIE ROBIĄC NAWIĄZANIA DO WIEDZY Z ZAKRESU PSYCHOLOGII PERSWAZJI.

KĄŻDY Z DZIESIĘCIU ROZDZIAŁÓW KOŃCZY SIĘ PRAKTYCZNĄ LEKCJĄ, W KTÓREJ OSOBY PRAGNĄCE DOŚWIADCZYĆ POTĘGI ULOTNYCH SŁÓW, ZNAJDĄ PODPOWIEDZI, JAK MOŻNA TO ROBIĆ.

TO PIERWSZA TEGO TYPU LEKTURA NA RYNKU POLSKIM, W KTÓREJ AUTOR ANALIZUJE KONKRETNE WYSTĄPIENIA PREZYDENTA UKRAINY, POKAZUJE, JAKIE NARZĘDZIA I TECHNIKI BYŁY W NICH ZASTOSOWANE, A NASTĘPNIE UCZY, JAK MOŻNA OSIĄGNĄĆ PODOBNY EFEKT.



MAREK STĄCZEK

PISZE TEKSTY WYSTĄPIEŃ ORAZ KSIĄŻKI Z ZAKRESU PSYCHOLOGII W BIZNESIE.

PROWADZI DORADZTWO W ZAKRESIE PRZYGOTOWANIA DO WAŻNYCH WYSTĄPIEŃ ORAZ SZKOLENIA I WARSZTATY Z WYKORZYSTANIEM DOŚWIADCZENIA Z WŁASNEJ PRACY ZAWODOWEJ (PRZEZ CZTERY LATA – CZŁONEK ZARZĄDU).

SPECJALIZUJE SIĘ W DORADZTWIE I SZKOLENIACH Z ZAKRESU SZTUKI STORYTELLINGU, PREZENTACJI PUBLICZNEJ, KREATYŹNOŚCI. JEST POMYSŁODAWCĄ AUTORSKIEJ KONCEPCJI STORYTELLINGU I AUTOREM KSIĄŻEK Z TEGO OBSZARU, W TYM "STORYTELLING. SZTUKA OPOWIADANIA CIEKAWYCH I PRZEKONUJĄCYCH HISTORII", "KOMUNIKACJA KREATYWNA. JAK BYĆ DOBRYM MÓWCĄ I SPRAWNYM ROZMÓWCĄ", "SKUTECZNA PREZENTACJA PUBLICZNA".