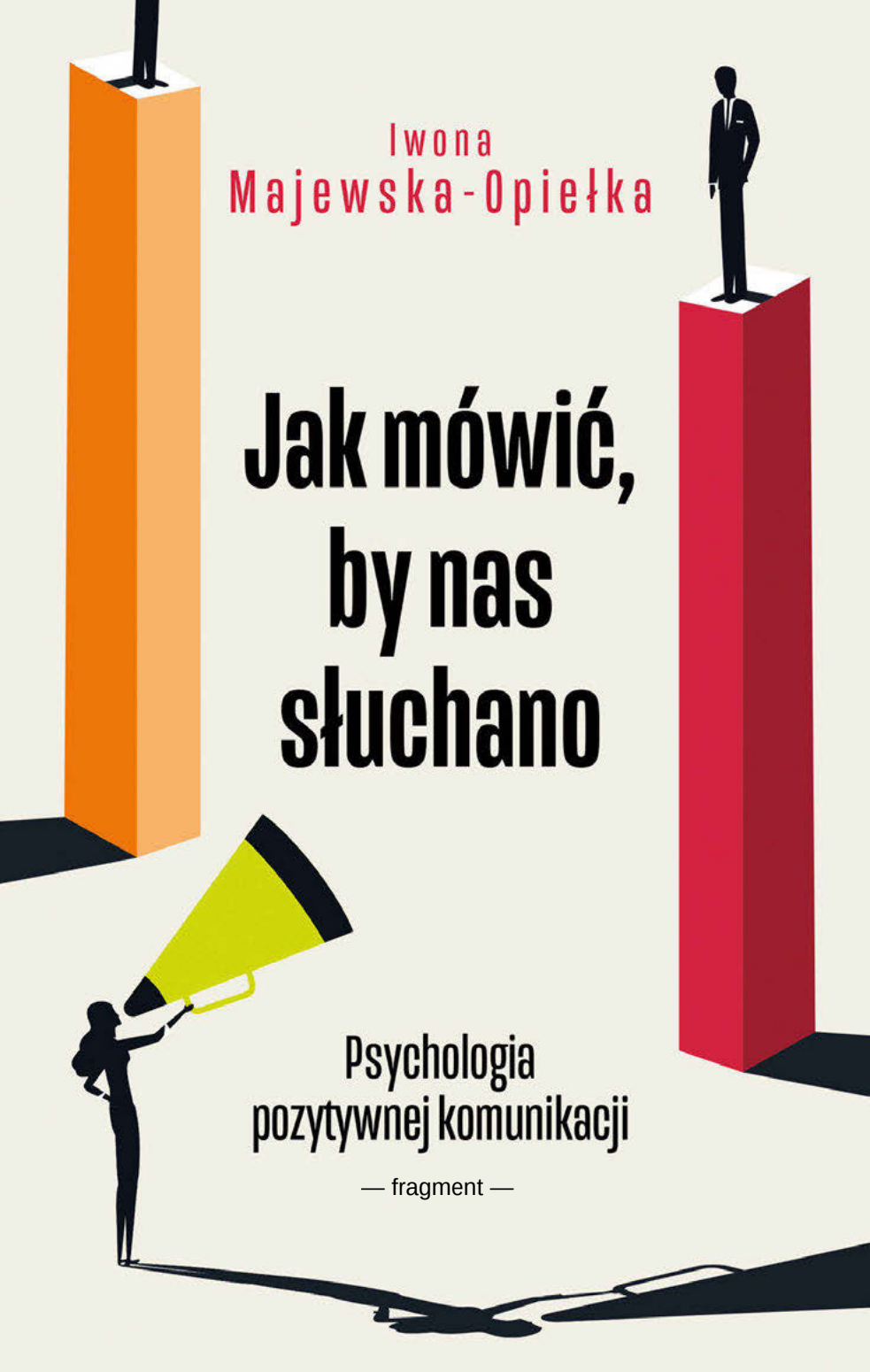


The book cover features a minimalist design with two tall, 3D rectangular pillars. The left pillar is orange and has a small black silhouette of a person standing on top. The right pillar is red and also has a small black silhouette of a person standing on top. In the bottom left corner, a larger black silhouette of a person is shown from the side, holding a large yellow and black megaphone. The background is a light cream color.

Iwona
Majewska-Opiełka

Jak mówić, by nas słuchano

Psychologia
pozytywnej komunikacji

— fragment —

**Jak mówić,
by nas
słuchano**

Iwona
Majewska-Opiełka

Jak mówić, by nas słuchano

Psychologia
pozytywnej komunikacji



almapress

Redakcja: *Patrycja Pacyniak*
Korekta: *Agnieszka Adamska*
Skład: *Mirosław Tojza*
Projekt okładki: *Beata Kulesza-Damaziak, Studio KARANDASZ*

Copyright © by Oficyna Wydawnicza Alma-Press Warszawa 2024
Copyright © by Iwona Majewska-Opiełka 2024

Wszystkie prawa zastrzeżone. Książka ani żadna jej część nie może być przedrukowywana ani w żaden sposób reprodukowana lub odczytywana w środkach masowego przekazu bez pisemnej zgody Gdańskiego Wydawnictwa Psychologicznego.

ISBN 978-83-7020-921-6 (e-book)
— fragment —

Wydanie 3.
(1. w tej edycji. Dwa wcześniejsze wydania ukazały się nakładem wydawnictwa GWP)

Oficyna Wydawnicza Alma-Press Spółka z o.o.
ul. Łędzka 44a, 01-446 Warszawa
tel. (22) 877-27-04
e-mail: alma@almapress.com.pl
www.almapress.com.pl



Spis treści

Wstęp, czyli dlaczego ja	9
Wprowadzenie, czyli zacznijmy od początku	11
Rozdział I	
Mowa jest srebrem, a milczenie złotem, czyli warto słuchać	14
Rozdział 2	
Polski, czyli nasz język ojczysty	19
Rozdział 3	
Powiedział, co wiedział, czyli wiedza	26
Rozdział 4	
„Nie jestem oratorem”, czyli modlitwa św. Franciszka	33
Rozdział 5	
„Ma gadane”, czyli czy elokwencja wystarczy?	37

Rozdział 6

„Rymów nie dobieram i głosek nie składam”,
czyli talent czy praca? 42

Rozdział 7

Dlaczego chcesz być słuchany, czyli Twoje
motywy 45

Rozdział 8

Kto ma Ciebie słuchać, czyli jego
„dlaczego” 54

Rozdział 9

Pierwsze wrażenie, czyli jak zacząć 66

Rozdział 10

Siła emocji, czyli mówimy dalej 75

Rozdział 11

Trzeba „być kimś”, czyli Goethe miał rację .. 84

Rozdział 12

Mówienie jest sztuką, czyli ćwicz, ćwicz,
ćwicz 93

Rozdział 13

„Co Ci powiem, to Ci powiem”, czyli
jak mówić 102

Rozdział 14

Jak mówić, czyli drobne szczegóły
przekazu 114

Rozdział 15

Naucz się mówić, czyli zrób coś, aby Cię słuchano	132
--	-----

Rozdział 16

Czego lepiej unikać, czyli pułapki elokwencji	146
--	-----

Rozdział 17

Patrz na nich, czyli słuchacz w centrum Twojej uwagi	156
---	-----

Rozdział 18

Wielka improwizacja, czyli podłącz się do Źródła	162
Dodatek A	168
Dodatek B	170
Dodatek C	172
Dodatek D	174
Bibliografia	175



Wstęp, czyli dlaczego ja

Od ponad pół wieku mówię – i zwykle ludzie mnie słuchają. Odkąd pamiętam, potrafiłam zainteresować innych tym, co mam do powiedzenia. Mówienie uczyniłam swoim zawodem. Prowadzę szkolenia, wykładam, udzielam wywiadów albo wypowiadam się jako ekspert na tematy związane z kierowaniem ludźmi, rozwojem kobiet czy edukacją. Przekazuję wiedzę, nade wszystko jednak poprzez odpowiedni dobór słów i treści motywuję ludzi do lepszej pracy, pełniejszego życia, zmian w sposobie myślenia i działania.

Niejednokrotnie słyszę, że mówię interesująco, że dobrze się mnie słucha, a niektórzy wypowiadają się o mojej pracy wręcz entuzjastycznie. Częste dowody wdzięczności świadczą o tym, że istotnie sprawiam słuchaczom przyjemność; liczne listy z opisem wprowadzonych w życie zmian dowodzą, że mnie posłuchali.

Wydaje się zatem, że jestem właściwą osobą do napisania książki o tym, jak zdobyć umiejętność mówienia w taki sposób, by nas słuchano.

Jednakże Czytelnik, który szuka zestawu technik uczących, co i jak robić oraz czego i dlaczego unikać, czyli gotowej recepty na to, by inni go słuchali, może poczuć się rozczarowany, nie znajdzie tu bowiem niczego takiego. Ta książka jest przede wszystkim o tym, jak stać się dobrym mówcą, jak opanować tę niełatwą sztukę. Mówi raczej o tym, jakim trzeba być, niż co robić, i dotyczy nie tyle rozwoju zdolności mówienia, ile rozwoju osobowości. Bo jak powiedział Johann Wolfgang von Goethe:

Aby zrobić coś, trzeba być kimś.



Wprowadzenie, czyli zacznijmy od początku

Od czego zaczniemy naukę mówienia w sposób wartki, ciekawy, przykuwający uwagę? Co przede wszystkim powinniśmy wiedzieć i umieć, żeby nas nie tylko słuchano, ale i posłuchano, czyli żeby zrobiono to, do czego namawiamy? Po pierwsze, musimy się nauczyć... słuchać innych. Po drugie, musimy się nauczyć języka, w którym chcemy się wypowiadać. Po trzecie, musimy nauczyć się tego, jak w ogóle należy się uczyć. Po czwarte, będą nam potrzebne pewne cechy charakteru.

Te cztery elementy będą się przewijać przez książkę w różnej konfiguracji. Trudno powiedzieć, który z nich jest najważniejszy. W dużym stopniu zależy to od celu, w jakim mówimy (od tego, co chcemy osiągnąć), a także od naszych odbiorców (od tego, jacy to ludzie). Kiedy chodzi nam jedynie o to, by słuchano opowiadanych przez nas dowci-

pów, z pewnością wystarczą w miarę sprawne posługiwanie się językiem oraz umiejętność słuchania, przydatna do odbierania reakcji słuchaczy na nasze słowa. Kiedy jednak chcemy zaciekawić własną osobą przypadkowych ludzi i zabłysnąć przed nimi, potrzebujemy nie tylko umiejętności słuchania, ale przede wszystkim wiedzy ogólnej oraz wystarczająco wysokiego poziomu samooceny. Gdy naszym celem jest dłuższe skupienie uwagi innych ludzi na tym, co mówimy, w grę wchodzi nie tylko ładny język i wiedza z określonej dziedziny, ale także pewne umiejętności oratorskie.

Oratorstwo to sztuka pięknego przemawiania.

Potrzebne nam będą również wysoka samoocena i zdolność panowania nad własnym ciałem oraz nad swoimi emocjami. Staje przed nami poważne wyzwanie, gdy zależy nam nie tylko na tym, by nas słuchano, ale także na tym, żeby nam uwierzono i zrobiono to, do czego namawiamy, bądź też żeby zrobiono to bez względu na pobudki. W pierwszym przypadku oprócz umiejętności językowych musimy również mieć autorytet. Musi stać za nami prawda naszych dokonań, niepodważalna słuszność prezentowanych przez nas idei, wielki entuzjizm lub charakter. W drugim przypadku potrzebna jest nam świetna znajomość właściwości języka. Musimy wiedzieć, jak

niektóre słowa wpływają na zachowanie ludzi, na zmianę nastroju czy opinii. Takie umiejętności są niezbędne politykom i twórcom reklam oraz osobom, które pracują w działach *public relations* powstających w coraz większej liczbie przedsiębiorstw.

Public relations (PR) to świadome, zaplanowane, systematyczne działania mające na celu tworzenie, utrwalanie oraz rozwijanie komunikacji zarówno wewnątrz organizacji, jak i pomiędzy organizacją a społecznością, w której ta funkcjonuje, a także doprowadzanie do wzajemnego zrozumienia między nimi.

Widzimy zatem, jak wiele potrzebujemy, by mówić tak, aby nas słuchano. Na każdy z tych tematów można napisać oddzielną książkę. Sadzę jednak, że przedstawione tu zagadnienia mogą pomóc w każdej sytuacji.



Mowa jest srebrem, a milczenie złotem, czyli warto słuchać

W tytule tego rozdziału przywołuję znane wszystkim i często powtarzane powiedzenie, które – jak sądzę – warto przemyśleć. Czasami bowiem powtarzamy jakieś zdania, nie zastanawiając się nad ich sensem, nie mówiąc już o korzystaniu z mądrości, jaką ze sobą niosą. Tak jest i w tym przypadku. Społeczeństwa Zachodu od małego uczą swoich członków wszelkiego rodzaju ekspresji słownej: mówienia, wypowiadania się, pisania. Uczą tego rodzice, dziadkowie, nauczyciele, trenerzy. Niewiele osób zachęca do słuchania, a jeszcze mniej go uczy. Tymczasem, mając dwoje uszu i tylko jedno usta, moglibyśmy zachowywać takie proporcje w komunikacji. Byłoby to pożyteczne dla naszych kontaktów, dla naszych wypowiedzi i dla zbyt głośnego świata.

Trzeba nauczyć się słuchać, by móc pięknie i ciekawie mówić.

Zastanówmy się nad tym, jakie korzyści wyciąga z uważnego i prawdziwego słuchania przyszły mówca. Ludzie mogą pozostawać w satysfakcjonujących relacjach komunikacyjnych, co wyraża się chęcią przebywania ze sobą i dzielenia się myślami, a to z kolei prowadzi do wzajemnego zrozumienia. Wbrew pozorom nie dotyczy to jedynie bliskich relacji, ale wszelkich związków, w których mamy do czynienia z komunikacją.

Często jeżdżę taksówkami i zwykle rozmawiam z kierowcą. Rozmowa jako taka charakteryzuje się tym, że (przynajmniej) dwie osoby z zainteresowaniem i przyjemnością wymieniają poglądy, czyli słuchają, radzą, pytają... Słuchają! Zwykle odbywa się to właśnie w taki sposób i wtedy obie strony (ja na pewno) odczuwają radość z rozmowy. Jest jednak dwóch kierowców, których już od dawna nie słucham. Obaj panowie tylko mówią, nie słuchają moich komentarzy i sprostowań, nie dostrzegają oznak zdziwienia. Nie zwracają uwagi na moje reakcje. Nie nawiązują ze mną kontaktu, a w tej sytuacji to oni są za to odpowiedzialni. W teorii komunikacji takie typy nazywa się „egoistycznymi gadułami”. Tacy ludzie nie mają szans skorzystać z dobrodziejstw słuchania. W tym szczególnym przypadku jest jeszcze jedna przyczyna tego, że ich nie słucham: wypowiedzi kierowców zmierzają w kierunku, którego nie lubię – są bezzasadnym oskarżaniem innych, naiwnym tłumaczeniem swoich błędów albo

opowiadaniem historii z cyklu „świat jest do niczego”. Odpowiadam im zdawkowym „mhm” albo milczę, pogrążona we własnych myślach. Czasem zaczynam się wręcz irytować i zastanawiać, czy mogłabym wykluczyć owych dwóch nieumiejących się komunikować kierowców już podczas zamawiania taksówki. To oczywiste, że nie mam również ochoty obdarowywać ich napiwkami. Gdyby pozwolili mi się wtrącić, mogłabym skierować rozmowę na inne tory¹.

Nie bądź egoistycznym gadułą.

Słuchanie jest ważne również podczas przemawiania do większych grup. Komunikować się z grupą – to umieć mówić coś do wszystkich, adresując to do każdego z osobna, i powiedzieć coś każdemu z osobna, mówiąc jednocześnie do wszystkich. Aby móc tak mówić, trzeba mieć odpowiednie informacje o słuchaczach i wyzwolić w nich właściwe nastawienie. Gotowość odbiorców do słuchania bowiem w dużym stopniu decyduje o jego powodzeniu. Słuchanie odgrywa w tych relacjach dużą rolę.

¹ W dodatku C znajdziesz proste wskazówki, jak słuchać, zwłaszcza w trakcie rozmowy empatycznej, czyli takiej, w której szczególnie zależy nam na zrozumieniu rozmówcy, na wczuciu się w jego sytuację.

Korzyści płynące ze słuchania

- Budowanie przyjaznego klimatu – ludzie chcą być słuchani; kiedy ich słuchamy, czują się ważniejsi i wierzą, że mamy w stosunku do nich uczciwe zamiary.
- Zdobywanie wiedzy o przyszłych odbiorcach, o ich zdolnościach percepcyjnych, umożliwiającej posługiwanie się odpowiednim językiem i właściwymi innymi formami komunikacji.
- Zdobywanie wiedzy o potrzebach słuchaczy, pozwalającej na odwoływanie się do tych potrzeb i – w miarę możliwości – reagowanie na nie lub ich zaspokajanie.
- Zdobywanie wiedzy o sytuacji, w jakiej znajdują się osoby słuchające – to umożliwia dobranie odpowiednich środków przekazu, wybór tematu i miejsca, przeznaczenie odpowiedniej ilości czasu.
- Nabywanie wiedzy ogólnej – od innych można się wiele nauczyć.
- Zdobywanie wiedzy na temat mówienia – można się nauczyć, jaki sposób mówienia jest odbierany najlepiej.
- Zdobywanie wiedzy, która pozwala nam potem zabłysnąć dobrą pamięcią czy odwołaniem się do czyjejs wypowiedzi.

- Zdobywanie wiedzy chroniącej przed powtarzaniem się, przed mówieniem tego, co powiedział już ktoś inny.
- Umożliwianie znalezienia odpowiednich argumentów, przykładów czy po prostu słów.
- Pobudzanie do refleksji nad własnym sposobem mówienia.

Warto zatem pamiętać, że jeśli tylko jest taka możliwość, to należy słuchać swoich słuchaczy... Nawet podsłuchać, przechadzając się pomiędzy nimi czy siedząc w jednym pomieszczeniu. Wsłuchiwanie się w głos naszych słuchaczy, odbiorców czy wyborców może znacznie zwiększyć szansę na to, że będą chcieli nas słuchać. Słuchając innych, uczymy się również mówić tak, by inni chcieli z uwagą poświęcać nam swój czas. Korzystamy niejako, często nieświadomie, z najlepszych wzorów.

— koniec darmowego fragmentu —
zapraszamy do zakupu pełnej wersji



Dzięki tej książce dowiesz się, w jaki sposób komunikować się z dużym audytorium i przekonać innych do swoich racji, ale również jak zabłysnąć elokwencją podczas mniej oficjalnych spotkań. Autorka przedstawia proste metody pomagające przełamać naturalny lęk przed publicznymi wystąpieniami oraz podpowiada, jak się prezentować w trakcie mówienia. Podkreśla również, że ważny jest całokształt występu, a nie tylko treść przemówienia.

Pisze o sposobach w jaki można zainteresować słuchaczy, podkreśla wagę improwizacji. Zwraca też uwagę na pułapki elokwencji, nie pomijając drobnych, ale ważnych szczegółów przekazu. Przypomina, że dzięki systematycznym ćwiczeniom każdy może stać się mówcą doskonałym.

Pozycja obowiązkowa nie tylko dla wykładowców, managerów czy trenerów. Pomaga również lepiej komunikować się z najbliższymi.

**Doskonały wybór dla osób,
które chcą opanować lub udoskonalić
umiejętności oratorskie.**