
NASTOPI IN PREDSTAVITVE

KAZALO:

NASTOPI IN PREDSTAVITVE.....	1
1.TEMELJI NASTOPOV IN PREDSTAVITEV.....	4
1.1.OPREDELITVE.....	4
1.1.1.KAJ SO NASTOPI IN PREDSTAVITVE.....	4
1.1.2. NASTOPI, PREDSTAVITVE IN RETORIKA.....	4
1.2.PREDSTAVITVE, MANAGERJI IN STROKOVNJAKI.....	4
1.2.1.DOBRA PREDSTAVITEV.....	4
1.2.2.ODNOS DO PREDSTAVITEV.....	5
1.2.3.NADARJENOST ALI TRDO DELO.....	5
1.2.4.LASTNOSTI DOBREGA GOVORCA.....	6
2.NAČRTOVANJE NASTOPOV IN PREDSTAVITEV.....	6
2.1.VSEBINA NAČRTA.....	6
2.2.CILJI PREDSTAVITVE.....	6
2.3.UDELEŽENCI.....	7
2.4.NAČRTOVANJE VSEBINE PREDSTAVITVE.....	8
2.4.1. DOSEGANJE CILJEV.....	8
2.4.2. VSEBINA PREDSTAVITVE.....	8
2.4.3. IZBIRA SLOGA.....	8
2.5.NAČRTOVANJE POTEKA PREDSTAVITVE.....	9
2.5.1.PREDSTAVITEV KOT PREDSTAVA.....	9
2.5.2.ZAPOREDJE STOPENJ.....	9
2.5.3. ČASOVNI POTEK PREDSTAVITVE.....	9
3.PRIPRAVLJANJE PREDSTAVITVE.....	10
3.1.GRADIVO ZA GOVORNIKA.....	10
3.1.1.PRIPRAVLJANJE.....	10
3.1.2.GRADIVO IN TEKST.....	10
3.1.3.POSEBNOSTI GOVORNE BESEDE.....	10
3.1.4.SKRIPT.....	10
3.2.GRADIVO ZA UDELEŽENCE.....	11
3.2.1.PISNA GRADIVA.....	11
3.2.2.PROJEKCIJSKA GRADIVA.....	11
3.3.OPREMA IN PROSTOR.....	11
3.3.1.PROSTOR ZA GOVORCA.....	11
3.3.2.PROSTOR ZA OBČINSTVO.....	12
3.3.3.MOTNJE IN SODELOVANJE.....	12
3.3.4.OPREMA ZA PREDSTAVITEV.....	12
3.4.UREJENO PRIPRAVLJANJE NASTOPA.....	13
3.4.1.STOPNJA IN NAČIN.....	13
3.4.2.MED SNOVANJEM GRADIVA.....	13
3.4.3.PRED NASTOPOM.....	14
3.4.4.PRIPRAVE V SKUPINI.....	14
3.5.PRIVERJANJE PRIPRAV.....	14
3.5.1.POL URE PRED NASTOPOM.....	14
3.5.2.TIK PRED NASTOPOM.....	14
4.IZVEDBA NASTOPA.....	15
4.1.TEMELJNE VEŠČINE.....	15
4.1.1.STRAH PRED OBČINSTVOM.....	15
4.1.2.DEVETERO NASVETOV PRED TREMO.....	15
4.1.3.VEDENJE PRED OBČINSTVOM.....	16
4.1.4.GLAS IN GOVORJENJE.....	17
4.1.5.DIHANJE.....	17
4.2.KORAK PRED OBČINSTVO.....	17
4.2.1.MALO PREJ.....	17
4.2.2.PRVI TRENUTEK.....	17
4.2.3. ZACETEK.....	17

4.3.OSREDNJI DEL PREDSTAVITVE.....	18
4.3.1.GOVOREC IN POSLUŠALCI.....	18
4.3.2.POTEK OSREDNEGA DELA	18
4.3.3.TEŽAVE V OSREDNJEM DELU.....	18
4.4.SKLEPNI DEL.....	19
4.4.1. VRHUNEC PREDSTAVITVE IN SKLEPI.....	19
4.4.2.RAZPRAVA, ZAHVALA IN APLAVZ.....	19
4.4.3.ANALIZA NAPAK.....	20
4.4.4.VRSTE NAPAK.....	20
5.PO NASTOPU ALI PREDSTAVITVI.....	22
5.3.GOVORČEVE OBVEZNOSTI.....	22
5.4.OCENJEVANJE PREDSTAVITVE.....	22
6.POVZETEK POGLAVJA.....	23
7.VPRAŠALNIK.....	24

1. TEMELJI NASTOPOV IN PREDSTAVITEV

1.1. OPREDELITVE

1.1.1. KAJ SO NASTOPI IN PREDSTAVITVE

Nastopi in predstavitve so neposredno, predvsem govorno komuniciranje s številnimi udeleženci.

Nastopi so lahko družabni, namenjeni razvedrilu ali svečanim priložnostim – ob obletnici, podelitvi priznanja, na pogrebu in zato večinoma ne sodijo v poslovno komuniciranje. Nastopi so poleg družabnih lahko še informativni, kadar gre za seznanjanje številnih udeležencev z novimi znanji, spoznanji, navodili ipd. Nastopi so lahko namenjeni tudi vplivanju na ljudi.

Predstavitve so govori v poslovnem, tehničnem, ekspertnem, znanstvenem in drugem okolju – namenjene so ponavadi bolj specializiranemu občinstvu. Informativna predstavitve, predavanja, obsega predvsem podajanje informacij in se le redko kdaj konča z vprašanji in odgovori.

1.1.2. NASTOPI, PREDSTAVITVE IN RETORIKA

Ker gre predvsem za enosmerno govorno komuniciranje, dostikrat zamenjujemo nastope in predstavitve z govorništvom.

Govorništvo ali retorika je širok pojem, ki obsega spretnosti in znanja o govorništvu, zlasti v javnosti in je večšina slikovitega, dojemljivega in prepričljivega izražanja. Pri tem govorec skuša vplivati na poslušalce z vsebino in obliko govorjenja, podajanja ob tem pa skrbno sledi in spremlja odzive. **Govorništvo je pismenost v govorni besedi.** Kdor ga ne obvlada se ne zna sporazumevati in sporočati, torej ostaja sam in manj uspešen.

Nastopi in predstavitve ne obsegajo le govorne besede, temveč tudi druge oblike komuniciranja, tako besednega kot nebesednega saj je njihov namen vplivanje na poslušalce in se tudi ravna po konceptih in modelih vplivanja.

1.2. PREDSTAVITVE, MANAGERJI IN STROKOVNJAKI

1.2.1. DOBRA PREDSTAVITEV

Poslušalci, udeleženci predstavitve bodo le - to sprejeli le, če bo dovolj v skladu z njihovimi pričakovanji in interesi. Uspešna, dobra je tista predstavitve, ki prinese udeležencem osebno uspešnost in korist tistemu, kateri je bil pobudnik.

1.2.2. ODNOS DO PREDSTAVITEV

Predstavitve so pomembna oblika poslovnega komuniciranja, ki zavzema precejšen del dejavnosti managerjev in strokovnjakov v vsakem podjetju in so zato tudi pomembne sestavine njihove osebne uspešnosti in napredovanja. Vendar pa niso vsi managerji in strokovnjaki vneti za vodenje predstavite.

Mnogi se predstavitvam izogibajo in pravijo, da:

- nimajo kaj povedati,
- nimajo izkušenj v govorništvu,
- se slabo počutijo pred občinstvom, so nervozni, v zadregi,
- nimajo časa za temeljite priprave,
- govorijo z naglasom,
- niso usmerjeni navzven – ne znajo igrati,
- niso dovolj samozavestni.

Če gre za nastope in predstavitve tako poznamo štiri vrste ljudi:

- **Prvi se nastopu izogibajo** – storijo vse, kar le morejo samo, da jim ne bi bilo treba pred občinstvo;
- **Drugi se nastopa otepajo** – ker se bojijo govoriti in nastopati pred občinstvom. Če že morajo nastopati, počnejo to s težavo in odporom;
- **Tretji nastope sprejmejo** – ker jim v njihovem delokrogu ne kaže drugega.
- **Četrta se za nastope potegujejo** – uživajo v nastopih in predstavitvah.

1.2.3. NADARJENOST ALI TRDO DELO

Managerji in strokovnjaki, ki so šibki v nastopanju in predstavitvah, radi verjamejo, da gre nastopanje dobro od rok le tistim, ki so za to posebej nadarjeni. Vendar to ne drži.

Nastopanje pred javnostjo, predstavljanje in učinkovito govorništvo so veščine, ki terjajo seveda znanje osnovnih konceptov – poleg tega pa veliko priprav, precej vaj in obilico trdega dela.

TO JE VEŠČINA, KI SE JO JE POTREBNO NAUČITI!

Za obvladovanje te veščine vodi le ena pot – **trdna volja, prizadevnost in pridnost.** To je eno izmed področij v človeški dejavnosti, kjer vaja zares dela mojstra.

Uspešnost v nastopanju pač ne temelji predvsem na prirojenih sposobnostih, **temveč na pridobivanju znanja in spretnosti.**

1.2.4. LASTNOSTI DOBREGA GOVORCA

Lastnosti dobrega govorca so:

- **ve, da ima kaj povedati,**
- **najde si dovolj časa za priprave,**
- **nabira si vse več izkušenj,**
- **ljudje ga upoštevajo kot osebnost,**
- **samozavesten je, zaupa sam vase,**
- **je prepričljiv ,**
- **zna povedati kar je treba.**

2. NAČRTOVANJE NASTOPOV IN PREDSTAVITEV

2.1. VSEBINA NAČRTA

Nastopi in predstavitve so dejavnosti, ki terjajo obilo dela in skrbne priprave, zato jih kaže načrtovati. Poskušamo vnaprej odgovoriti na **sedmero osnovnih vprašanj:**

1.	Zakaj?	Kaj je cilj predstavitve in kaj želimo doseči z njo?
2.	Kaj?	Kaj naj bo vsebina, tema in o čem bo tekla beseda?
3.	Kdo?	Kdo naj poda predstavitev?
4.	Komu?	Kdo naj se udeleži predstavitve – komu je namenjena?
5.	Kako?	Kako naj predstavitve poteka – kaj in kako kaže povedati?
6.	Kdaj?	Kdaj in koliko časa naj poteka predstavitve?
7.	Kje?	Kje naj bo predstavitve?

2.2. CILJI PREDSTAVITVE

Nastopanje pred občinstvom se tako kot vso poslovno komuniciranje razlikuje od ostalega družabnega sporazumevanja po ciljnosti. **Dobra predstavitev je ciljna dejavnost.**

Značilnosti dobrih ciljev:

- cilji naj ne bodo preveč številni – osredotočimo se na najpomembnejše,
- cilji naj bodo realni, dosegljivi, izvirni in če je le mogoče izmerljivi,

-
- pri določanju ciljev upoštevamo kompleksnost obravnavanega področja in omejitve pri poslušalcih.

2.3. UDELEŽENCI

Predstavitve je seveda naravnana na udeležence, skuša vplivati na njihova stališča, delovanje in vedenje.

Že pred predstavitvijo si kaže pridobiti dovolj zanesljive informacije o udeležencih. Precej povedo že njihovi delokrogi, izobrazba, dosedanje delovanje.

Interesi udeležencev:

Udeleženci imajo svoje osebne interese in zastopajo interese svojih okolij - organizacij. Analiziranje teh interesov je bistveno za uspešno nastopanje – za dobro predstavitve; praviloma ima vsako občinstvo drugačen splet interesov.

Interesi poslovođnikov v srednje velikem industrijskem podjetju so lahko:

- **Glavni poslovodja:** učinkovitost in uspešnost podjetja; donosnost in konkurenčnost; notranja urejenost in razmerja med ljudmi; uspešni odnosi z zunanjimi okolji... .
- **Direktor razvoja:** hitrost udejanjanja zamisli; izločanje neobetavnih zamisli; predvidevanje bodočega razvoja tehnologij; pridobivanje, spodbujanje in obvladovanje strokovnih sodelavcev...
- **Direktor nabave:** analiziranje dobaviteljev in strategije do njih; načrtovanje in izvajanje načrtov; logistika transporta in zalog; varnost poslovanja; stroški...
- **Direktor proizvodnje:** uvajanje in opuščanje programov; načrtovanje proizvodnje, naročanje, dolžina serij; tehnološka organiziranost proizvodnje; usposabljanje, nagrajevanje, obvladovanje sodelavcev; prilagodljivost in učinkovitost...
- **Direktor trženja:** pridobivanje in obdelovanje informacij s tržišča; sodobnost izdelčne ponudbe; strategije cen; skladišča, logistika, razpečavne poti; komunikacijski splet; poprodajne storitve, servisiranje, vzdrževanje...
- **Direktor financ:** donosnost in gospodarnost; priskrba in struktura virov; usmerjanje in struktura sredstev; naložbe in kapital; načrtovanje, spremljanje, nadzorovanje in poročanje (controlling)...

Interesi članov upravnega odbora oz. nadzornega sveta v podjetju so dokaj drugačni:

- **Bančnik:** sinergije v podjetju; globalni cilji politike podjetja; pomembnejše strateške odločitve; varnost naložb, rentabilnost, delitev dobička...

-
- **Lastnik:** donosi, dividende; gospodarska moč; rast vrednosti premoženja; podoba podjetja v okolju in sodelovanje z njim; politika...
 - **Zaposleni:** poslovodstvo - učinkovitost, osebni razvoj, razvoj podjetja, varnost in tveganje; zaposleni - moč, plače, delovna mesta, sociala, ideološki vidiki...
 - **Drugi člani:** nagrade, prestiž, osebno tveganje

Poleg tega kaže upoštevati še interese mnogih zunanjih udeležencev podjetja ali organizacije, vseh tistih, ki morejo nanjo pomembneje vplivati.

2.4. NAČRTOVANJE VSEBINE PREDSTAVITVE

2.4.1. DOSEGANJE CILJEV

Pri načrtovanju vsebine predstavitve si moramo postaviti strategijo za doseganje ciljev, ki obsega:

- **Načine:** vsebino predstavitve in usmeritve, dokazila ter sloge predstavitve,
- **Urejenost:** temeljito načrtovanje, skrbne priprave in veščo izvedbo predstavitve,
- **Sredstva:** znanja in veščine o govorništvu, informacije, gradiva, prostor in opremo (avdiovizualno in ostale pripomočke) – skratka vse kar sodi k opremi.

2.4.2. VSEBINA PREDSTAVITVE

Snovanje vsebine poteka iz predstavitve teme, začetka ali uvoda, same predstavitve proti koncu in zaključki s sklepom.

Pripravimo **vsebinski načrt**, ki vsebuje pod osnovno temo več delnih tem, pod vsako izmed njih pa glavne vsebinske sklope (trditve, dokaze, informacije), kar naj obsega predstavitev.

2.4.3. IZBIRA SLOGA

Vsaka predstavitev je vsaj nekoliko drugačna, zato je nastalo **mnogo slogov**, ki jih uporabljajo vodje in govorniki.

Predstavitev je lahko **formalna** »uradna«, lahko pa tudi mnogo bolj sproščena **neformalna**.

Govorec prilagodi slog okoliščinam. Pri tem pazi, da je slog **naraven, pristen** kot pa izometničen. Slog ne sme ovirati sporočila.

2.5. NAČRTOVANJE POTEKA PREDSTAVITVE

2.5.1. PREDSTAVITEV KOT PREDSTAVA

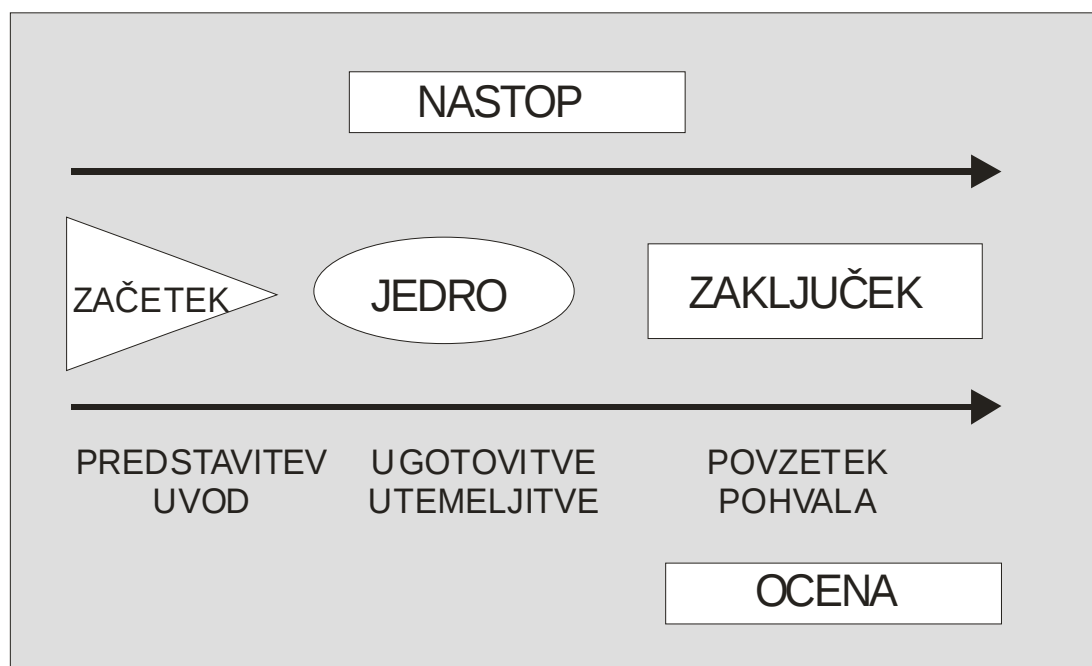
Vsaka dobra predstavitev, vsak uspešen nastop in vsak učinkovit govor je sočasno tudi **predstava**. Zato je smiselno uporabljati izkušnje in orodja, ki veljajo tudi v dramaturgiji, pri pripravljanju predstav, filmov, televizijskih oddaj in podobno.

Vsak izkušen in uspešen govorec ve, da je prav dramaturgija ključ do uspešnosti zato se izogiba improvizaciji in nastopanju po občutku.

2.5.2. ZAPOREDJE STOPENJ

Predstavitve so namenjene vplivanju na udeležence. Zato je smiselno zaporedje stopenj urediti po hierarhiji odločanja.

Sestavine poslovne predstavitve:



2.5.3. ČASOVNI POTEK PREDSTAVITVE

Zelo pomemben je časovni potek predstavitve. Čas za izvedbo je običajno omejen zato je izredno važno, da se izdelava pravilni časovni potek. Predstavitelj naj ne bo predolga, prav tako pa mora povedati in prikazati vse pomembne stvari.

Pomembno je tudi vztrajati pri odrejenem času.

3. PRIPRAVLJANJE PREDSTAVITVE

3.1. GRADIVO ZA GOVORNIKA

3.1.1. PRIPRAVLJANJE

Vsebino in strukturo uspešnega in učinkovitega govora ali predstavitve si kaže skrbno pripraviti ter zapisati:

- **Začetniki** napišejo popolno vsebino in izdelajo skript (vsebino z opombami za izvajanje),
- **Izkušeni govorniki** napišejo teze govora z opombami o izvedbi,
- **Vrhunski govorniki** tudi zelo redko nastopajo brez opomnika, pa četudi je to le listič.

3.1.2. GRADIVO IN TEKST

Praviloma se priprava nastopa začne z **zbiranjem gradiv** in sicer:

- prvo je zbiranje pisnih virov: literatura, mediji, dokumentacija,
- drugo je zbiranje znanja in izkušenj drugih: sodelavcev, prijateljev, znancev, poslovnih partnerjev, strokovnjakov,
- tretje je ustno pridobivanje informacij, ki jih kaže čim prej zapisati.

Sledi **urejanje in členjenje gradiva** po vidikih vsebine, po vidikih občinstva ali kako drugače.

Pisanje govora ali tez zanj se ravna po istih pravilih kot pisno komuniciranje.

3.1.3. POSEBNOSTI GOVORNE BESEDE

Govorjeno besedilo se bistveno razlikuje od pisnega. V njem je več stavkov, ki so med seboj povezani. **Govorjeno besedilo porabi več besed** (tudi do 40%) za posredovanje istega smisla vsebine.

Oblika govornega besedila je bližje dvogovoru kot pripovedi, ki je prisotna pri pisnem komuniciranju.

3.1.4. SKRIPT

Od besedila do učinkovite predstavitve, ki mora biti dobra predstava je kar dolga pot. Mnogi govorniki si potek govornega nastopa natančno zapišejo. Pripravijo **skript** – to je besedilo z navodili za učinkovito podajanje informacij. Osnova za skript je po načrtu predstavitve zapisano besedilo s širokimi robovi.

3.2. GRADIVO ZA UDELEŽENCE

3.2.1. PISNA GRADIVA

Osnovno pisno gradivo za vsakega udeleženca za predstavitev je **vabilo**. Zanj veljajo enako pravila kot vabilo za sestanek: **vsebuje naj jasne informacije o vsebini in izvajalcih predstavitve, kraju, času in trajanju**. Vabilo prejmejo udeleženci dovolj zgodaj, da se lahko pripravijo, vendar ne prezgodaj saj lahko pozabijo nanj.

Izčrpno gradivo kaže ponavadi poslati vnaprej ali razdeliti udeležencem ob prihodu. Vmesna stopnja so še **dopolnilne pisne informacije**, ki jih je mogoče razdeliti med deli daljše predstavitve in ki naj zbujajo in vzdržujejo pozornost udeležencev.

3.2.2. PROJEKCIJSKA GRADIVA

Pisna gradiva udeleženci na predstavitvi redko spremljajo – že zato, ker je težko sočasno poslušati govornika in iskati v pisnih gradivih ustrezno vsebino.

Pomnenje izvajanj, ki jih udeleženci vodijo in slišijo je nekajkrat boljše in večja, kot pomnenje še tako dobrega govornika.

Zato so dobra projekcijska gradiva nepogrešljiva sestavina dobre predstavitve.

Poznamo:

- **Prosojnice**, ki so najbolj razširjen pripomoček za projeciranje (vnaprej pripravljena, sprotne med predstavitvijo),
- **Diapozitive** dajejo odlično sliko,
- **Živi posnetki** (filmi).

3.3. OPREMA IN PROSTOR

3.3.1. PROSTOR ZA GOVORCA

Bistvene so tri presoje:

- Kje je mesto govorca?
- Kako je razporejeno občinstvo?
- Kakšne so splošne možnosti za delo v prostoru?

Mesto govorca se prilagodi priložnosti in kraju:

- v dvorani je govorec ponavadi za govorniškem pultu, za mizo na odru,

-
- v konferenčni sobi je govornično mesto za konferenčno mizo,
 - na prostem je govorec praviloma na vzvišenem mestu,
 - pri kosilu, večerji govorec bodisi ostane na svojem mestu – praviloma stoji pred stolom ali za njim – ali pa stoji pred gosti.

3.3.2. PROSTOR ZA OBČINSTVO

Pomembno je **primerno udobje** – primerni sedeži, mize za pisanje in podobno.

Trije važni elementi za ugodje udeležencev:

- Za sodelovanje je pomemben občutek **bližine govorniku**,
- Za učinkovito predstavitel je pogoj **zadostna vidljivost**,
- Ker je predstavitev ponavadi predvsem govorna je potrebno zagotoviti **primerno slišnost**.

3.3.3. MOTNJE IN SODELOVANJE

Še najboljše predstavitel lahko pokvarijo motnje, ki zadevajo udobje občinstva, vidljivost in slišnost. Pomembni sta primerna sobna temperatura in zadostno prezračevanje, vendar ne prepih. Na predstavitev ni dovoljeno kaditi, zato je potrebno zagotoviti kadilnice in odmore. Telefoni prav tako ne sodijo v prostor, kjer je predstavitev, posebni problem so prenosni mobilni telefoni, ki jih tudi marsikje prepovedujejo udeležencem.

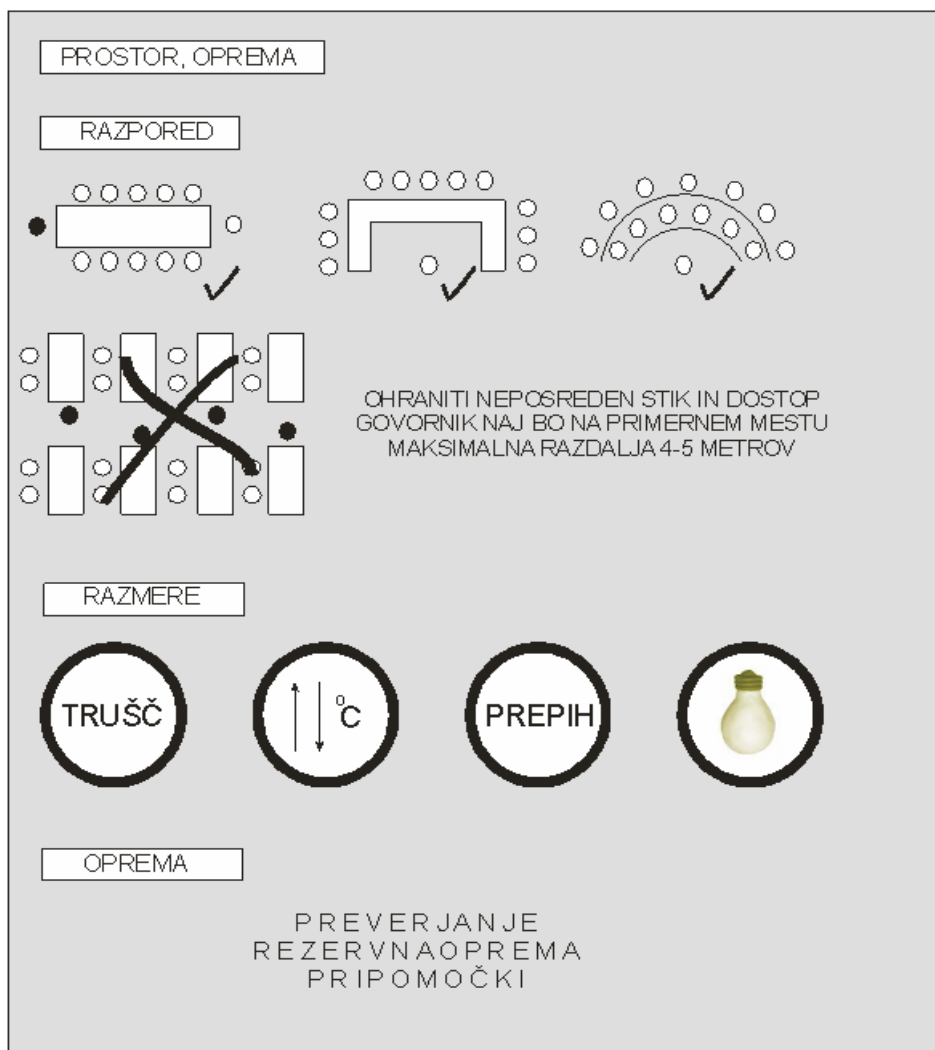
Za boljše sodelovanje je potrebno priskrbeti okrepčila med odmori.

3.3.4. OPREMA ZA PREDSTAVITEV

Oprema za predstavitev je sestavni del in najpogosteje se uporablja:

- **Ozvočenje**, ki lahko ima več slabosti kot prednosti. Najbolje je če lahko shajamo brez njega,
- **Prikazovalna oprema**, ki sega od preproste table do najsodobnejših računalniških projekcij,
- **Prevajanje** seveda po potrebi.

Prostor, oprema, razpored, razmere:



3.4. UREJENO PRIPRAVLJANJE NASTOPA

3.4.1. STOPNJA IN NAČIN

Za pripravljanje pred nastopom je najboljši način **vaja**.

Za vajo je najpomembnejše, da so kar najbolj podobne pravemu nastopu. Ponavljanje besedil v mislih ni niti približno tako učinkovito, kot na glas; sem spadajo tudi prikazi pa kretnje in gibanje v prostoru med predstavitvijo.

3.4.2. MED SNOVANJEM GRADIVA

Nastopanje in govorništvo (retorika) terjata znanje in sta veščini, ki se jih govorec nauči z vajo. Zato je prav, da opazuje druge in vedno znova vadi in vadi. **To je področje kjer vaja dela mojstra.**

3.4.3. PRED NASTOPOM

Vsebino predstavitve govorec že med snovanjem gradiva večkrat premisli. Zastavi si tako imenovano »rdečo nit«, ki je zaporedje bistvenih korakov.

Predstavitev ni samo podajanje vnaprej pripravljene vsebine. Izkušeni govorec si vedno pripravi **rezervno snov**, ki naj obsega tudi odgovore na zastavljena vprašanja.

3.4.4. PRIPRAVE V SKUPINI

Priprave za poslovne nastope in predstavitve pogostokrat pripravlja **skupina**. To omogoča skrajšanje časa priprav, saj potekajo pripravljalne dejavnosti vzporedno, povrh pa so priprave vsebinsko popolnejše zaradi složnega delovanja večih sodelavcev, morebiti celo več govorcev za isto predstavitev.

3.5. PRIVERJANJE PRIPRAV

3.5.1. POL URE PRED NASTOPOM

Izkušen govorec je v prostoru, kjer bo predstavitev, vsaj pol ure pred začetkom. S seboj ima podroben seznam, opomnik. Preveriti pa mora:

- **lastna gradiva,**
- **tehnično opremo,**
- **razpored sedežev,**
- **gradiva za udeležence,**
- **prostor.**

Pameten govorec ima pripravljeno tudi »katastrofalno« varianto; če odpove projektor, ozvočenje, če mora skrajšati predstavitev....

3.5.2. TIK PRED NASTOPOM

Vsaj deset minut pred nastopom naj bo organizacijskih skrbi konec. Govorec potrebuje nekaj časa, da se zbere in pripravi za nastop, ki ga je snoval in pripravljajl toliko ur.

4. IZVEDBA NASTOPA

4.1. TEMELJNE VEŠČINE

4.1.1. STRAH PRED OBČINSTVOM

Trema je naraven pojav, občutimo jo vselej, kadar smo pod pritiskom. Ob nastopu pred bolj ali manj številnim občinstvom vsakega stisne pri srcu. Trema imajo tudi najboljši in najbolj izkušeni govorniki.

Strah pred občinstvom je sicer neutemeljen, še zlasti, če govorec ve kako obvladovati občinstvo. Pred pogoj zato pa je seveda spoznati občinstvo.

4.1.2. DEVETERO NASVETOV PRED TREMO

Devetero nasvetov za premagovanje treme:

1 BODI PRIPRAVLJEN IN UREJEN

Skrbno opravljeno snovanje in pripravljane predstavitev je najboljšo jamstvo, da bo steklo vse tako, kot je treba. Govorec pozna rdečo nit in mejnike v poteku predstavitve, preveril je priprave, pred njim je listek z opomnikom. Vse je v redu!

2 ZAČETEK V MISLIH

Ker ni razloga, da ne bi bilo vse v redu, si govorec pred nastopom nekajkrat v mislih »zavrti film« s predstavitvijo: vidi se, kako se pozdravlja z udeleženci, kako stopa prednje, kako jim govori, odgovarja na vprašanja, požanje tiho ali celo glasno priznanje. Misli se ustavljajo pri vsaki podrobnosti, utirajo pot za dober nastop.

3 VAJE, VAJE, VAJE

Dober govorec ima za seboj poleg nekaj tihih vaj vsaj eno do dve generalki, med katerima je opravil predstavitev natančno tako kot kasneje pred občinstvom: stoje, na glas, s prikazi. Pomagal mu je kritičen poslušalec, ogledal si je video posnetek, spoznal in popravil napake. Prireditelji nekaterih velikih mednarodnih konferenc pripravijo govorcem poseben prostor, kjer lahko malo pred nastopom, nemoteno, opravijo še eno vajo. - Trema? Zakaj le neki!

4 DIHANJE

Zaradi tesnobe začne neizkušen govorec plitvo dihati, vse bolj mu zmanjkuje zraka, vse slabše se počuti. Izkušen govorec zato tik pred začetkom nastopa - neopazno za vso okolico - nekajkrat globoko vdihne in izdihne, ustvari zalogo kisika za prvih nekaj trenutkov. - Takoj se počuti bolje!

5 VSE JE V REDU

Govorec se zavestno otrese misli na tesnobo, na tremo. Vsakokrat, kadar vdihne, reče sam pri sebi »vse je...«, in ko izdihne » ...v redu«, prežene vse druge misli, se osredotoči. Po ducatu vdihov, čez minuto ali dve, se pomiri, zave se, da je zares »vse v redu«.

6 SPROSTITEV

V tesnobi se napnejo mišice, dihanje je plitvo, roke se tresejo. Marsikateri govorec si pomaga z minutko skrite telovadbe. Zavestno, lepo po vrsti napne in sprosti mišice, najprej v stopalih, potem v mečih, v stegnih, v trebuhu, v prsih, v rokah, v tilniku - nevidno se pretegne in sprosti. Tega ne vidi nihče, pomaga pa.

7 GIBANJE

Začetnik se ob začetku nastopa vkoplje za govorniški pult, se ga krčevito oklene in se sključi, da bi ga videlo čim manj ljudi. Nikar: govorec stopi pred ljudi, vselej si zagotovi dovolj prostora za korak v vsako smer, naravno giba z rokami in nogami. To sprošča napetost in daje naraven videz - po nekaj poskusih pa preraste v prijetno navado.

8 POGLED

Začetnik se vstopi pred občinstvo in se zazre nekam mimo, v neznano - v njem pa je tesnoba, češ gledajo me ! To je res - udeleženci ga večinoma gledajo naklonjeno, radovedno, če se le za trenutek premaga in se ozre v oči najbližjih udeležencev, se jim nasmehne - ugotovil bo da je vse v redu. Pogled v oči, ki se seli od udeleženca do udeleženca, je dragocena vez, ki daje govorniku trdnost in mu sproti govori, kako sprejemajo njegove besede.

9 POŽIREK VODE

Za pomirjenje pred nastopom je seveda dober le kozarec vode, nikakor pa ne alkohol, pomirjevala ipd. Mnogo je govorcev, ki pravijo, da je bolje nastopati s praznim kot s polnim želodcem. Med samim nastopom, pa požirek vode govornika umiri, sprosti in nemalokrat reši iz zadrege saj si s tem najde nekaj sekund dragocenega časa za razmislek kar poslušalci v glavnem ne opazijo.

4.1.3. VEDENJE PRED OBČINSTVOM

Osnova vedenja pred občinstvom je uporaba splošnih veščin govornega in negovornega komuniciranja.

Dober govornik **stoji** pred občinstvom in sicer trdno in uravnovešeno na obeh nogah, je pokončen in zravnčan, ne živčno napet, pa tudi ne malomarno sproščeno, vendar je pazljiv in osredotočen na predstavitev in na občinstvo.

4.1.4. GLAS IN GOVORJENJE

Govorica zmore mnogo več, kot pisno besedilo. **Predvsem naj bo naravna, takšna, kakršen je govorec, razodeva naj njegova čustva saj je le tako prepričljiva.**

Veščine učinkovitega govornika so:

- **glasnost,**
- **višina glasu,**
- **hitrost,**
- **odmori,**
- **narečja,**
- **razumljivost.**

4.1.5. DIHANJE

Pomembno je dobro gospodarjenje z zrakom, saj le tako lahko zagotovi jasno in razločno govorjenje. Pomembno je učinkovito vdihavanje in izdihavanje. Dober trening je predvsem globoko dihanje pred nastopom.

4.2. KORAK PRED OBČINSTVO

4.2.1. MALO PREJ

Govorec še enkrat, v mislih, s hitrim pogledom preveri ali je vse na svojem mestu. Morda je še čas za dogovor z morebitnim pomočnikom.

Govorec si privošči **še pogled v zrcalo**: obleka, gumbi, kravata, pričeska – popravljanje teh reči pred občinstvom ni dober uvod.

4.2.2. PRVI TRENUTEK

Govorec stopi pred občinstvo, gre na svoje mesto, nekajkrat globoko vdihne in izdihne, da bo lažje začel govoriti. Na svojem mestu si uredi pripomočke. Olika narekuje, da se govorec predstavi, če že ni bil prej predstavljen.

Vsekakor je prvi trenutek odločilen za velik del uspeha nastopa.

4.2.3. ZAČETEK

Začetek predstavitve ni sam sebi namen, je le priprava za jedro, ki je najpomembnejši del predstavitve. **Začetek naj ne traja predolgo** – čeprav brez njega ne gre.

4.3. OSREDNJI DEL PREDSTAVITVE

4.3.1. GOVOREC IN POSLUŠALCI

Govorec predvsem pazi, da ohrani pozornost poslušalcev in stik z njimi. Zato dobra predstavitev nikdar ni monolog, temveč pogovor.

Dober govorec spretno uporablja retorična sredstva kot:

- **nazornost,**
- **učinkovitost,**
- **napetost,**
- **komunikativnost.**

Med daljšo predstavitvijo postanejo udeleženci vse bolj utrujeni zato skuša utrujenost pregnati s presenetljivo ugotovitvijo, zanimivim primerom, šalo in podobno.

4.3.2. POTEK OSREDNEGA DELA

Glavni del predstavitve je osrednji del, kjer govorec udeležencem »**pove kar jim ima povedati**«. Govorec naj bo predvsem sproščen v govorici in v kretnjah.

Govorec nenehno nadzoruje **časovni potek**, če mu čas uhaja, mirno izpušča manj pomembne sestavine.

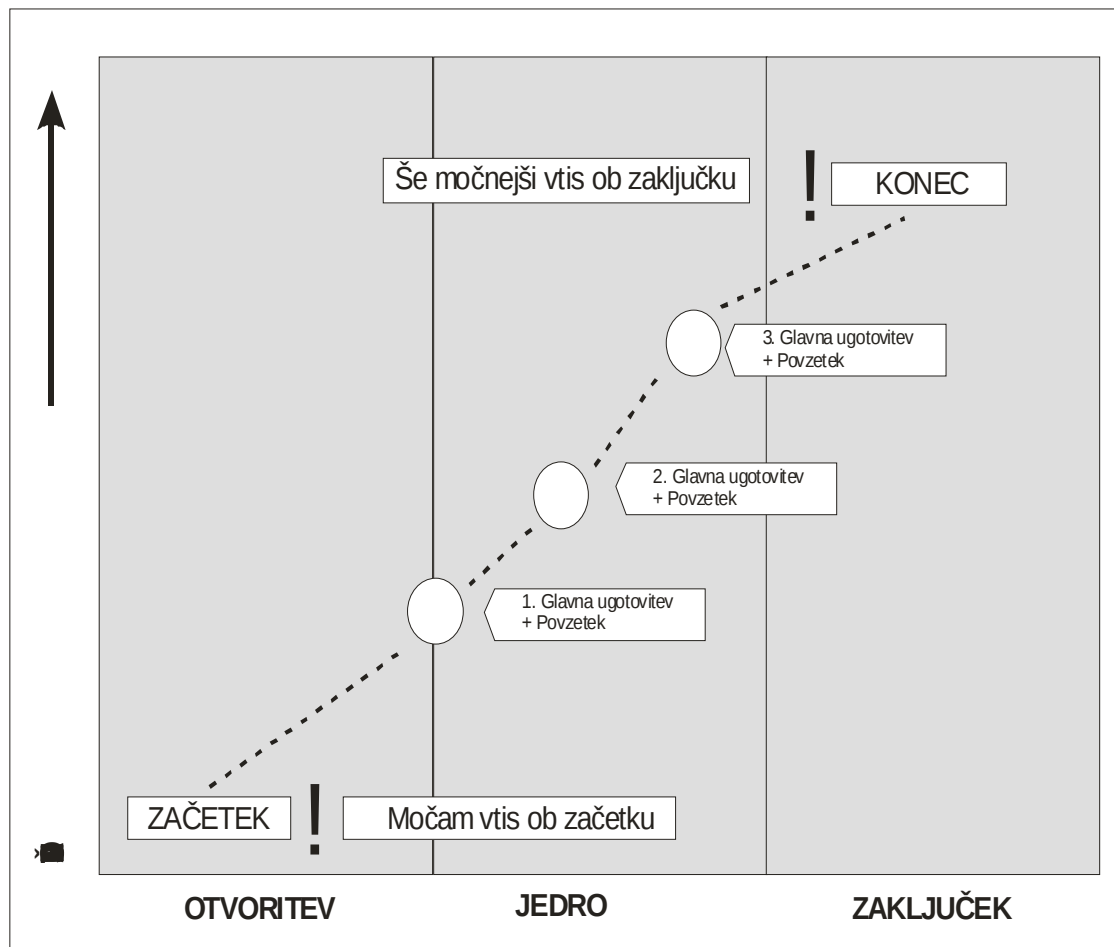
Nastop naj bo brezpogojno končan v napovedanem času – raje nekaj prej, kajti zavlačevanje je jamstvo za neuspeh.

4.3.3. TEŽAVE V OSREDNJEM DELU

Najpogostejša težava je »izgubljena rdeča nit«, ko govorec ne ve več kaj je pravkar pripovedoval.

Pogostokrat prekinejo in zmedejo govorca razni ugovori in medklici ali celo nasprotovanje in podobno.

Potek predstavitve:



4.4. SKLEPNI DEL

4.4.1. VRHUNEC PREDSTAVITVE IN SKLEPI

Sklepni del naj bo vrhunec dobre predstavitve. Poslušalci si praviloma najbolj zapomnijo konec, zato govorec ob koncu ponovi glavne ugotovitve. **Govorec skrbno načrtuje sklepe besede, si jih zapiše v skript, jih pomni in primerno razloži.**

Sklepni del predstavitve v veliki meri odloči ali je govorec dosegel cilj ali ne.

4.4.2. RAZPRAVA, ZAHVALA IN APLAVZ

Razprava je lahko najdragocenejši del nastopa, saj govorcju prinese povratne informacije in oceno o tem kar je predstavil .

Po razpravi je predstave konec. Prireditelj ali predstavnik udeležencev se govorcju **zahvali**.

Za zares dobro predstavitvev govorec požanje celo **aplavz**.

4.4.3. ANALIZA NAPAK

Govorec, ki po uspešni predstavitvi sodi, da ni napravil nobene napake, je zagotovo prezrl marsikaj bistvenega. Popolnosti v komuniciranju in seveda tudi pri predstavitev ni - in kdor ne zaznava lastnih napak, ne more postajati boljši.

Osnova za analiziranje lastne predstavitve so seveda dobre povratne informacije, ki pa jih govorec kritično dopolni z lastnimi občutki, opažanji in spomini. Zaveda se, da je nastopanje večšina, pridobljena z vajo, s spoznavanjem uspehov in napak.

4.4.4. VRSTE NAPAK

Najpogostejše vrsta napak so:

Napake urejenosti

- nejasni cilji govora;
 - neupoštevane značilnosti poslušalcev;
- nejasna struktura predstavitve - ni rdeče niti;
- težave z opremo in pripomočki;
 - slaba usklajenost med govorom in pripomočki;
 - napačen razpored poudarkov, konec ni vrhunec;
 - nejasna delitev vlog pri skupinski predstavitvi;
 - preveč ali premalo časa za predstavitev.

Napake vsebine

- slabo obvladana vsebina;
- neprepričljivost vsebine;
- izgubljanje v podrobnostih;
- napačne ali netočne trditve;
- razkorak med vsebino in cilji predstavitve;
- nejasna členjenost vsebine;
- nenazornost;
- premalo aktualnosti, udarnosti.

Napake izrazja

- govorec pove vsebino, poslušalec pa si jo razlaga in omisli po svoje;
- pleteničenje: govorec se suče okrog jedra kot maček okrog vroče kaše; tako raztrese poslušalce in lahko zaide v slepo ulico;
- naporni stavki: ni delitve na kratke stavke; osebek, povedek in predmet so predaleč narazen; moteči vrinjeni stavki;
- predolge besede, preobilica tujk;
- uporaba podobnih besed z različnimi pomeni (pomaga vizualiziranje!);

-
- nepravilna raba izrazov;
 - kopičenje prispodob zmede poslušalca.

Napake govora

- nejasna izgovarjava, preveč narečja, žargona;
- glasovi obotavljanja med besedami (ee);
- neželeni zvoki (odkašljevanje, hrkanje, smrkanje);
- sivina brez poudarkov in vrhuncev;
- ni rdeče niti za poslušalce;
- nejasni cilji; poslušalci imajo občutek manipuliranosti;
- neprimerno izrazje in zahtevnost;
- slaba vizualizacija predstavitve;
- neustrezno izbrani mediji;
- pretirana raba tehničnih pripomočkov;
- neobvladana, slabo delujoča oprema;
- perfekcionizem: predstavitev je bila sama sebi namen;
- časovna nedisciplina.

Napake pri obravnavanju poslušalcev

- zanemarjena, pozabljena, prezrta vprašanja in pripombe;
- neaktivirani poslušalci;
- neobvladana razprava;
- odnos zviška: napihnjem, neskromno oblečen govorec, govorjenje zviška, neprevidno ravnanje s pripomočki (palica za kazanje!);
- neprimerno neverbalno komuniciranje;
- ubijanje poslušalcev s podrobnostmi;
- »mimogovor« s poslušalci zaradi različnih interesov;
- razdeljevanje gradiv med predstavitvijo;
- zbujena nerealna pričakovanja udeležencev;
- neupoštevana nepripravljenost poslušalcev: ti pogosto ne preberejo gradiv, ki jih prejmejo vnaprej, in se izgubijo, če govorec izhaja iz gradiv.

5. PO NASTOPU ALI PREDSTAVITVI

5.3. GOVORČEVE OBVEZNOSTI

Ko govorec opravi predstavitev, zadeva še ni končana. Skoraj vselej čaka govorca še nekaj organizacijskih opravil, kot:

- **vračilo opreme in pripomočkov,**
- **ureditev lastnih gradiv za morebitno ponovno nastopanje,**
- **poravnava materialnih obveznosti,**
- **odpošiljanje dodatnih gradiv, vprašalnikov,**
- **včasih celo zahvala prireditelju ali organizatorju za predstavitev**

Govorec med nastopom ali po njem prevzame določene obveznosti in velika napaka je če jih ne izpolni.

5.4. OCENJEVANJE PREDSTAVITVE

Govorec sam sebe težko oceni, zato so najboljši ocenjevalci sami udeleženci. Pri daljših predstavah jim lahko organizator ali govorec sam izroči anketne liste in jih poprosi za izpolnitev.

Na osnovi teh govorec opravi analizo svoje predstavitve, ki mu pokaže kaj je bilo dobro in kaj mora popraviti.

6. POVZETEK POGLAVJA

1. Nastopi in predstavitve so neposredno komuniciranje s številnimi udeleženci hkrati. Predstavitve so ciljna dejavnost - za poslovne cilje organizacije. Lahko so informativne ali pa so namenjene predvsem vplivanju, predstavljanju zamisli in izidov, pridobivanju podpore in soglasja. Jedro predstavitev je retorika, prastara veščina govornega nastopanja v javnosti, v poslovnem in zasebnem okolju.
2. Nastopanje v javnosti in predstavitve so predvsem veščina, ki se je lahko nauči vsakdo, če se le potruji; temelj te veščine so znanja o vplivanju in komuniciranju - tako besednem kot nebesednem. Govorništvo, jedro nastopov in predstavitev, terja široko razgledanost, multidisciplinarna in interdisciplinarna znanja.
3. Načrtovanje predstavitve izhaja iz ciljev organizacije in govorca. Obsega smoter in cilje predstavitve, udeležence, vsebino in potek predstavitve. Smoter predstavitve praviloma obsega več podrejenih ciljev, vsebin predstavitve. Vsaka predstavitev naj bo naravnana na udeležence, upošteva in izpolnjuje naj njihova pričakovanja in interese. Slog predstavitve je način, kako naj doseže zastavljene cilje; izkušnje so ustalile vrsto učinkovitih slogov.
4. Vsaka predstavitev je nastop govorca pred številnimi udeleženci, pred občinstvom, je torej predstava, za katero veljajo pravila dramaturgije. Govorec je pogosto avtor, režiser in igralec v eni osebi; za zahtevno trojno vlogo se skrbno pripravlja - improvizirani nastopi in predstavitve so tvegane, zato se jim izogiba.
5. Predstavitev je vselej vplivanje na udeležence; zato sledi psihološko zastavljenemu zaporedju odločanja. Osrednje sestavine vsake predstavitve so začetek, jedro in konec; pred njimi so priprave, za njimi analiziranje in ocenjevanje. - Učinkovita predstavitev sledi vnaprej pripravljenemu vsebinskemu in časovnemu sporedu.
6. Pripravljanje predstavitve obsega govorni del, skript, gradiva za udeležence, prostor in opremo - predvsem pa vaje, obilo temeljnih vaj v kar najbolj realističnih razmerah. Učinkovitost predstavitve stopnjujejo sredstva za prikazovanje - za pisanje in risanje, za projiciranje; vsa terjajo skrbno načrtovanje in temeljite priprave. Pomembna sta prostor in razpored udeležencev in govorca v njem - pomemben je kar najtesnejši stik ob kar najmanj motnjah.
7. Govorec naj se predvsem znebi pretiranega strahu pred občinstvom; tremo ima vsak govorec - koristna je, saj navaja na zbranost in pomeni izziv.
8. Udeleženci dojemajo govorca in predstavitev kot celoto, ki obsega govor, vedenje in videz govorca, gradiva in prikaze, pa tudi prostor, kjer poteka predstavitev. Govorjena beseda se po vrsti značilnosti razlikuje od pisne, terja pa tudi nekaj veščin pri izvajanju - od pravilnega dihanja prek razumljivosti do učinkovitih poudarkov.
9. Govorec si skuša takoj ob začetku predstavitve pridobiti naklonjenost in sodelovanje občinstva - z neprisiljeno neposrednostjo in ljubeznivostjo, s poslušom za interese udeležencev. V osrednjem delu predstavitve si nenehno prizadeva za sodelovanje udeležencev, širi krog tistih, ki mu pozorno in naklonjeno sledijo. Pripravljen mora biti tudi na težave - tako pri podajanju vsebine kot pri odzivanju udeležencev.
10. Sklepni del predstavitve je odločilen, saj morajo biti udeleženci zadovoljni in prepričani o govornikovih izvajanjih, če je bil uspešen, požanje poleg formalne zahvale tudi spontan aplavz - ki je najzlahtnejše plačilo za opravljeno delo.
11. Po predstavitvi govorec skrbno uredi preostale organizacijske in vsebinske zadeve. Pridobiti skuša čim več in čim bolj kakovostnih povratnih informacij o predstavitvi. Iz kritičnih pripomb si gradi lastno analizo predstavitve - ta pa je vodilo za izboljševanje nastopov v bodoče.

7. VPRAŠALNIK

Veščine za nastopanje in predstavitve – vprašalnik:

Primerjajte svoje delovanje ob predstavitvah s spodnjimi trditvami: vsakokrat označite le en odgovor - Skušajte biti iskreni, kar se le da! Komentar ob izidu, ki ga dosežete, ko seštejete vrednosti izbranih polj, najdete pri »Literaturi in virih«!	Vselej nikdar				
	5	4	3	2	1
1. Najprej si zastavim smoter in cilje predstavitve, šele potem se lotim načrtovanja.					
2. Temeljito analiziram vrednote, potrebe in omejitve udeležencev, ki jih pričakujem na predstavitvi.					
3. Najprej si zapišem osnovne zamisli za jedro predstavitve; te zamisli merijo na zastavljene cilje in smoter predstavitve.					
4. Te osnovne zamisli, predloge, vsebine vključim tako v uvod - napoved vsebine, kot v konec - sklepne ugotovitve svoje predstavitve.					
5. Zasnujem uvod, ki pritegne pozornost občinstva in ki posreduje osnovne informacije o vsebini predstavitve.					
6. V sklepnem delu se povrnem k uvodu, k pregledu glavnih tem, jih povzamem in po možnosti končam s pozivom na takojšnje ukrepanje.					
7. Vidni pripomočki, ki jih uporabljam, so skrbno pripravljene, preprosti, čitljivi, pregledni - in učinkoviti.					
8. Število vidnih, slikovnih pripomočkov prilagodim času, ki ga imam na voljo - in izberem tako, da podpirajo, ne pa motijo moja izvajanja.					
9. Držim se načela, da bo predstavitev prepričljiva le, če jo podprem z logičnimi dokazi.					
10. Tesnobo, ki jo občutim ob predstavitvi, usmerim v večjo zavzetost in ne dovolim, da bi me ovirala.					
11. Poskrbim, da so koristi, ki jih predlagam občinstvu, kar najbolj jasne in prepričljive.					
12. Verjamem v zamisli in predloge, ki jih predstavljam - zato počnem to zavzeto in prepričljivo.					
13. Predstavitev vadim temeljito in tolikokrat, da sem le malo navezan na zapiske in se lahko zares posvetim občinstvu na predstavitvi.					
14. Zapiske omejim na iztočnice, ključne besede in					

podatke - izogibam se čitanju iz besedila predstavitve					
15. Predstavitev vadim v realističnih okoliščinah - tako stojim, če predvidevam, da bom govoril stoje, ter uporabljam vidne pripomočke kot na predstavitvi.					
16. Pripravim si odgovore na vprašanja, ki jih predvidevam - in vadim, kako bom odgovarjal na predstavitvi.					
17. Pred predstavitvijo poskrbim za primeren razpored udeležencev v prostoru in preskusim vso avdio in video opremo.					
18. Ves čas predstavitve sem s pogledom v stiku z udeleženci - zdaj s tem, potem z drugim, ne prekratko, ne predolgo.					
19. Govor podpiram s kretnjami - vem, da so naravne in učinkovite - tesnobe se otremem že v prvih trenutkih, sproščen sem kot v pogovoru.					
20. Govorim dovolj na glas, dovolj počasi in dovolj jasno - pazim na poudarke, glasnost in premore - ne govorim monotono.					

VEŠČINE ZA NASTOPANJE IN PREDSTAVITVE - OCENE IZ VPRAŠALNIKA

80 -100 točk Ste dober govorec, pazite pa, da boste imeli dovolj vaje - ki je pogoj za ohranjanje bistvenih veščin.

60-80 točk Niste slabi - vse možnosti imate, da postanete zelo uspešen govorec, da boste uspešni v predstavitvah in javnem nastopanju.

40-60 točk Vsebina knjige, ki je pred vami, vam lahko učinkovito pomaga, da se primerno izpopolnite v veščinah javnega nastopanja in predstavitev.

30 - 40 točk Vadite, vadite in še enkrat vadite, analizirajte in skrbno načrtujte ter snujete predstavitve in javne nastope - hitro boste postali boljši!

od 30 točk Joj! Kaj ste počeli doslej? Vendar - nikdar ni prepozno: pošteno se lotite dela, ne pomagajte ob prvih težavah in pomnite: dobri govorniki se izučijo, ne rode!

Zapomnite si trditve, pri katerih je bil vaš odgovor med 1 in 3 - to so področja, ki se jih predvsem lotite!