

## JAVNO NASTOPANJE

***Nikoli več ne boste imeli druge priložnosti, da naredite prvi vtis.***

**Vsak dan igramo različne vloge, v mnogih od njih pa tudi javno nastopamo. Pri tem na ljudi vplivamo tako z besednim kot tudi nebesednim posredovanjem sporočil, saj komuniciramo tako z besedami kot tudi s telesom. Zato je dobro, da poznamo svoj način komuniciranja, znamo opazovati govorico svojega telesa, stopiti pred publiko in jo prepričati. Komuniciranje je namreč umetnost in spretnost hkrati.**

V pričujočem članku<sup>1</sup> so zajeta osnovna in temeljna komunikacijska pravila ter tehnike, s katerimi lahko izboljšamo svoje komunikacijske sposobnosti, in napotki, ki pomagajo pri javnem nastopu tako v širšem smislu: nastop, poslovne predstavitve, sestanki, govori, pogajanja; medijsko nastopanje: tisk, radio, televizija; novinarska konferenca in sporočila za javnost; komunikacija z in za medije; poslovni protokol in bonton kot ožjem: v zasebnem življenju v pogovoru z najbližjimi in s prijatelji. Članek vas pelje po poti izbire teme, zastavljanja ciljev, oblikovanja dobrega govora in vzpostavljanja učinkovite komunikacije ter odgovarja na vprašanja: "Kako me vidi in sliši drugi?", "Kako naj odpravim tremo pred nastopanjem in si pridobim pozornost poslušalcev?" in "Kako učinkovito javno nastopiti?"

### • IZBIRA TEME

Razlog, zakaj predavate, je, da nekdo meni, da ste na tem področju strokovnjak. Lahko se tudi prostovoljno javite, da boste predavali in nekaj koristnega povedali. Vaše osnovno znanje, osebne izkušnje in verodostojnost so enkratno izhodišče za temo. Vaš govor se mora prilagoditi interesom, zanimanjem, željam, strahom in ciljem udeležencev. Zakaj bi vas ljudje poslušali? Povejte jim, zakaj boste prav v tem trenutku z njimi delili določeno znanje. Izberete lahko izzivalen naslov, ki pa še vedno ustreza zahtevam naročnika in hkrati znanju, ki ga imate. Svoje vedenje o tematiki prilagodite njihovim specifičnim potrebam. Ključni vprašanji, ki si ju morate zastaviti pri oblikovanju učinkovitega govora:

- *Zakaj predavam o tej temi, tem udeležencev v tem trenutku?*
- *Kaj si želim, da bodo udeleženci od tega odnesli?*

Odgovor na zastavljeni vprašanji bo določil vašo vsebino.

### • ZASTAVITEV CILJEV

Glavno pravilo, kako biti uspešen pri svojem govoru je, da nikoli ne pozabite, kaj je vaše glavno sporočilo, kakšno idejo bi radi delili z udeleženci. Če ste dobro pripravljeni ter predstavljate za udeležence koristno temo in ste pri tem uspeli vzpostaviti vez s temo, udeleženci in vami, vam bo uspelo in ljudje vas bodo smatrali kot odličnega govornika. Veš čas imejte v mislih, kaj je vaše sporočilo, pri tem pa se trudite pomagati udeležencem. Več kot bodo imeli koristi, bolj boste učinkoviti. Zapišite si, kakšen bi bil vaš ideal govor. Potem pomislite na začetek in imejte pri oblikovanju govora ta cilj ves čas v mislih.

Na začetku morate natančno definirati in vedeti, kaj želite, da bodo udeleženci osvojili oziroma znali narediti na koncu vašega predavanja.

- *Tema, ki jo predavate, vas mora res veseliti. Če niste motivirani, se bo to kazalo v neprepričljivosti vašega nastopa. Izražalo se bo tako v vašem govoru kot tudi*

---

<sup>1</sup> Članek je prirejen po prispevkih znanih strokovnjakov s področja komuniciranja: Jan D'Arcy, Bert Decker, Jim Rohn in Tony Alessandra na: <http://www.beststeps.com/catmenu.cfm?cat=Communications#Public>.

*telesni govorici. Nevarnost tega je, da lahko zelo hitro izgubite pozornost udeležencev.*

- *Vprašati se morate, kaj želite doseči ob koncu nastopa? Kakšne rezultate pričakujete? Kaj želite od vaših udeležencev? Zapišite si: "Po predavanju bodo udeleženci ..." Izogibajte se nejasnim besedam kot "bodo razumeli", "se zavedali" ... Uporabljajte besede, ki označujejo dejanja. "Ko bom zaključil z govorom, želim, da udeleženci "primerjajo", "razpravljajo", "naštejejo", "analizirajo" ... Besede, ki jih uporabljate, naj pri udeležencih sprožajo motivacijo, da bodo na koncu nastopa nekaj naredili.*

### • KAKO ZAČETI IN ZAKLJUČITI

Mnogo govorcev ima eksploziven uvod in zanimivo temo. Potrebujete pa tudi močan zaključek. Udeleženci si namreč najbolj zapomnijo stvari, ki jih slišijo na začetku oziroma na koncu. Udeleženci naj vedo, kaj bodo pridobili z vašim nastopom. Kakšno korist bodo imeli? Kakšne uporabne informacije bodo slišali? Pomembno je, da čim prej udeležence vključimo. Lahko začnete z retoričnim vprašanjem ali uporabite humor, da se bodo smejali. Pri tem pazite, da je vaša zgodba smiselna in ustreza temi. Trudite se izpolniti pričakovanja udeležencev. Vedno prihranite kaj za na konec: uporabite humor, odlične diapozitive ali fotografije, barvne letake ali čisto nenavaden pristop na vašo temo, ki jih bo presenetil.

- *V uvodnih besedah obvestite udeležence o svoji temi. Povejte jim, o čem boste predavali in, kako jim bo to koristilo. Udeleženci naj vedo, kaj bodo s tem pridobili. Le tako boste pridobili njihovo pozornost in prebudili pričakovanja.*
- *Na začetku se ne opravičujte zaradi treme ali pomanjkanja časa. Ne pritožujte se zaradi časovnih omejitev.*
- *Najbolj izrazit in prepričljiv del vašega nastopa mora biti zaključek. Stvari, ki jih udeleženci slišijo nazadnje, si jih najboljše zapomnijo. Takrat na kratko povzemite, kaj ste povedali in poudarite glavne ideje, ki želite, da si jih udeleženci zapomnijo. S povzemanjem glavnih točk boste udeležencem dali možnost, da pri sebi ponovijo, kar so slišali. Ves čas stopnjujte pozitivno čustveno vez med udeleženci, vami in temo. Svoje glavne ideje lahko okrepite tako, da jih ponovite, vendar pri tem ne uvajajte novih podatkov. Vaš zaključek naj bo močan, jedrnat in prepričljiv.*
- *Na koncu jih povabite k akciji oziroma dejavnosti.*

### • PRED NASTOPOM ...

Predhodna priprava je znamenje profesionalnosti. Nikoli ne smemo predvidevati, da bodo stvari izpeljane čisto tako, kot smo načrtovali. Potrebno je, da stvari sami preverimo in jih ne prepustimo drugim ali naključju.

- *Pred predavanjem preverite potek protokola. Seznanite se, kako je poskrbljeno za pijačo in jedačo. Nikoli ne tekmuje z njima!*
- *Koliko časa je namenjenega za predavanje. Ali so v ta časovni okvir vključena vprašanja in odgovori. Predavanje raje skrajšajte, kot da bi ga podaljševali.*
- *Pomembno vprašanje, ki si ga morate zastaviti je, kdo vas bo predstavil. Priporočljivo je, da sami pripravite 35-50 besed dolgo predstavitev, ki jo ponudite osebi, ki naj bi vas predstavila. Rečete lahko: "Nekdo me je pred kratkim tako predstavil. Bi jo radi uporabili?" Nihče ne bo zavrnil takšne ponudbe, vi pa boste imeli nadzor nad vašo predstavitvijo. Kadar gre za uraden govor, je priporočljivo, da vnaprej pošljete kratko biografijo in označite podatke, katere želite, da jih uporabijo v predstavitvi. Pred predavanjem se srečajte z osebo, ki vas bo predstavljala. Bodite pozorni na pravilno naglaševanje vašega imena, naslov predavanja in ostale pomembnejše podatke. Predstavitve nikoli ne prepustite naključju.*
- *Pozanimajte se tudi, kaj se dogaja pred vašim nastopom. Katere teme obravnavajo nastopajoči pred vami.*

## • PREMAGATI STRAH PRED JAVNIM NASTOPANJEM

Poznate občutek, ko ob predstavitvi, govoru ali kar tako v družbi čutite neprijeten občutek v želodcu? Ne skrbite, tudi najboljši govorci so imeli kdaj takšen občutek. Vendar problem ni nerešljiv. Strah lahko namreč nadzorujemo s samozavestjo, ki izhaja iz dobrega poznavanja sebe, udeležencev in teme. Samozavest lahko pridobite na štiri načine, in sicer z: dobrim poznavanjem teme; dobrim poznavanjem sebe in lastnim soočanjem z udeleženci; zavedanjem, zakaj predavamo in jasnim pogledom na temo ter vedenjem, kaj bodo udeleženci od tega pridobili. Več kot imate nastopov in predstavitev, manj vas bo strah in vedno boljši boste. Predstavljamo vam nekaj hitrih korakov, ki jih lahko uporabite, če je strah tisti, ki vas ovira pri vašem nastopu.

- *Izkoristite vsakršno priložnost za nastop.*
- *Poiščite priložnosti, kjer bi lahko nastopali. Ugotovite, kdaj bo naslednji sestanek, predavanje, shod, ... na katerem bi lahko sodelovali.*
- *Živčnost je nekaj normalnega. Vendar ne paničarite, ko jo začutite. Ne trudite se biti popolni.*
- *Trudite se dati udeležencem najboljše. V upanju, da jim boste dali najboljše, ne boste imeli časa ukvarjati se s tem, kako vas ocenjujejo.*
- *Skrivnost je v tem, da bodite naravni – takrat, kadar nastopate pred množico ali takrat, ko ste v družbi prijatelja. Uporabljajte naravne kretnje, med nastopom se premikajte, kajti, kadar stojite pri miru, ste dolgočasni. Pomemben je očesni stik. Kadar se počutimo prijetno in udobno, ljudem gledamo v oči.*
- *Ed Hubbard pravi: "Največjo napako v življenju delamo takrat, ko neprestano mislimo, da jo bomo naredili."*

## • NAPISATI DOBER GOVOR

Dober govor je tisti govor, ki je pazljivo pripravljen in načrtovan vnaprej. Razmišljajte o svojem govoru kot izražanju idej in ne govorjenju besed. Nekateri svojih govorov ne pišejo, ampak si pripravijo samo očrt. Na list papirja si označijo tri glavne sklope, ki jih boste predstavili.

- *Na začetku morate pridobiti pozornost občinstva. Pri tem je učinkovito, da najdete stično točko med tem, kaj želite povedati, in tem, kakšno korist bodo imeli udeleženci od tega; kaj imate torej skupnega z udeleženci. Na ta način boste vzpostavili vez z udeleženci in jih pridobili na svojo stran.*
- *Najboljši način, kako omejiti obseg snovi, je, da veste, koliko časa imate na razpolago. Če imate 15 minutni govor, potrebujete minuto in pol za uvod, minuto in pol za sklep, ostane vam 12 minut. To razdelite na 3-4 minutne tematske sklope: 1 minuto, da navedete glavno idejo in 3 minute, da jo potrdite s primeri, dejstvi, statistiko in vizualnimi elementi. Govor torej oblikujte tako, da si označite, koliko časa boste namenili določenemu sklopu.*

## • ZNAČILNOSTI ODLIČNEGA GOVORA

Kakovost vašega govora je odvisna od kakovostne priprave in predstavitve. Obstajata dva načina zbiranja podatkov: spoznavni in analitični. Pri prvem gre za subjektiven pristop, poln različnih asociacij idej, ne glede na to, ali bodo ustrezale vašemu namenu ali ne. Ravno pravi čas za razmišljanje o temi je tik preden zaspite ali takoj, ko se zbudite. Nekaterim to uspeva ob teku, plavanju, vožnji z avtomobilom, ...V takem primeru je dobro imeti s seboj zvezek ali diktafon, da prenesete pravkar rojene zamisli, ideje, ... Drug pristop je analitičen, ko snov proučujete s pomočjo raziskave. Vaše področje se bo na ta način razširilo, pozorni boste na informacije iz časopisov, revij, televizije, ... Pripravite si mapo, v katero boste shranjevali opombe in relevantne članke. Ne glede na to, kako se boste lotili zbiranja materiala, se na koncu vprašajte:

- *Katere so tri najpomembnejše stvari, ki naj jih na koncu govora udeleženci vedo ali spoznajo o moji temi?*

- *Pri pripravi govora zberite kolikor se da različnega materiala, in sicer na način, ki je vam najbližji.*
- *O temi se pogovarjajte z ljudmi, ki izhajajo iz področja, ki ga proučujete. Na ta način boste dobili koristen odziv, kaj poudariti in kaj izpustiti.*
- *Nikoli ne obupajte v želji biti vedno boljši in napredovati.*

### • GLAVNI ELEMENTI GOVORA

Obstaja nevarnost, da izberete pravo temo, vendar sporočate napačno idejo. Natančna definicija in zapis ideje, ki jo želite posredovati, vam bosta pomagali pri sestavi govora. Ko boste imeli to v mislih, vas bo vodilo pri oblikovanju govora: kaj poudariti, kaj izpustiti in kaj še podrobneje odkriti oziroma raziskati.

- *Predstavljate si tarčo. V središču je rdeča pika. Predstavlja vaše glavne točke, 20 % vašega govora in 80 % celotnega vpliva. Za vaše udeležence je ključno, da prejmejo to sporočilo. Morajo ga sprejeti in si ga zapomniti. Središče obkroža moder krog, 30 % vašega govora, ki predstavlja uvod in zaključek. Navzven ga obdaja rumen krog, 30 %, ki obsega podporne točke. Zadnji krog je zelene barve, 20 % zanimivih podrobnosti, a ne ključnih za vaš govor. Lahko mu rečemo posladek. Če bi morali prej zaključiti, ga lahko mirno izpustite in ne boste vplivali na glavno sporočilo.*
- *Kar 75 % govora udeleženci pozabijo v zadnjih 24 urah. Zato je pomembno večkrat poudariti in ponoviti glavne ideje, torej 20 % v središču. Učinkovita je asociacija neznanega z znanim, iskanje podobnosti in razlik, deljenje osebnih izkušenj z drugimi, uporaba plakatov in ponovitve.*
- *Izberite največ tri glavne ideje – to je največ, kar lahko udeleženci sprejmejo in si zapomnijo. Če bo tega preveč, se bodo izgubili in bodo preobremenjeni.*

### • UČINKOVITA KOMUNIKACIJA

Učinkovitost vašega govora je odvisna od tega, kako dobro se boste pripravili na temo. Govor je umetnost, ki pa ima vedno določene omejitve – časovne in situacijske. Velikokrat se govori začnejo z: "Nimamo dovolj časa, da bi se teme dotaknili v celoti ...", "Če bi imeli več časa ..." in tako naprej. Udeleženci se lahko počutijo prevarane, saj pričakujejo, da predavatelj ve, koliko časa je bilo namenjenega za nastop.

- *V krajšem govoru morate biti bolj natančni v definiciji vaše teme, bolj selektivni v izbiri podatkov, ki jih boste vključili, in jasni v organizaciji. Zato na začetku natančno definirajte temo govora in bodite vseskozi pozorni na to.*
- *Govor omejite na največ dve, tri ključne točke. Priporočljivo je uporabiti več primerov in manj podatkov in dejstev.*

### • ENERGIJA V KOMUNIKACIJI

Majhne spremembe v načinu, kako komunicirate z drugimi, lahko vodijo k velikim spremembam. Moč vaših besed in misli lahko pomembno vpliva na čustva in misli vaših udeležencev. Ko govorite, udeleženci zavestno ali nezavedno sprejemajo sporočila na treh ravneh: *verbalni (besedni)*: katere besede uporabljate za vsebino, ki jo sporočate; *auditivni (slušni)*: kako zveni vaš glas, kako hitro govorite, odmori med govorom in *vizualni (viden)*: kako vas udeleženci vidijo. V vsaki komunikaciji, kjer vas lahko ljudje vidijo, so pomembni vsi trije elementi. Kaj menite, je najbolj pomembno, da vam občinstvo verjame in zaupa? Po raziskavah je besedni del zavzema 7 % časa, auditivni 38 %, vizualni pa je prevladujoč, in sicer zajema kar 55 % časa. Ko govorimo, nas ljudje sicer poslušajo, vendar najprej gledajo. Besede same ne sporočajo in zato so pisni in brani govori neučinkoviti in dolgočasni. Brani govori so preteklost ali vsaj ne učinkujejo dobro. Ampak zakaj potem toliko ljudi še vedno bere?!

- *Kadar želite nekaj poudariti, govorite jasno, čustveno, razburljivo, z zanosom in prepričljivostjo. Samo, če je pomembno za vas, bo pomembno tudi za udeležence.*

- *Pri govoru je pomembna govorica telesa. Stojte pokončno, pozorno glejte udeležence in uporabljajte roke, kadar želite kaj poudariti. To oživi vaše sporočilo.*

### • NASVETI PRI KOMUNICIRANJU

Naučiti se dobro komunicirati, pomeni nastopati znova in znova. Ko zberete podatke, dosežete poznavanje teme, je ključ do dobre komunikacije, kako to prevesti v pomenljive besede, čustva, občutja, fraze, stavke, ... Zdaj je to pomembno prenesti v govor, naučiti se povedati dobro. Na tem se splača delati. Nekaj nasvetov, kako to doseči.

- *Pri komuniciranju je pomembno ponavljanje. Zahteva veliko vaje, vendar ne obstaja nadomestek za to. Za učenje katerokoli veščine, je treba znova in znova vaditi. Vendar ne pozabite, gre za ponavljanje z namenom. Cilj pa je, da rastemo, se spreminjamo, razvijamo in napredujemo. Zato izkoristite kakršnokoli priložnost za nastopanje ali pogovor s posamezniki ali skupino.*
- *Nenehno vrednotite svoj govor ali nastop in se vprašajte, kako bi lahko to naslednjič izboljšali. Nikoli se ne zadovoljite z obstoječim stanjem. Vedno glejte, kako ste lahko še boljši.*
- *Še nekaj nasvetov: biti morate iskreni, imeti plemenit namen in željo, da bo udeležencem to koristilo. Iskrenost je izredno pomembna. Lahko opravičimo napako v sojenju, ampak ne moremo oprostiti za napako v namenu.*
- *Ne smemo pozabiti na jedrnatost. Del ključa so uspeha je, da ste kratki.*

### • KOMUNIKACIJA Z UDELEŽENCI

Komunikacija je edinstvena. Je kot labirint, z mnogo poti in ovinki. Želimo si, da bomo cilj dosegli skupaj z udeleženci, da bodo udeleženci spoznali, kaj smo želeli sporočiti in/ali, da bodo to v svojem življenju uporabili, morda tudi kaj spremenili. Učinkovito poučevanje in prepričevanje je odvisno od poznavanja človeške narave. Če temeljito proučimo naše občinstvo, bomo imeli dragoceno oporo pri izbiri podatkov: katere naj vključimo, katere izpustimo. Pri analizi občinstva moramo stvari videti tako, kot jih vidijo oni sami. Kajti ljudje so najprej pozorni na stvari, ki so koristne zanje. Vprašati se morate, kako bodo snov, ki jo jim posredujete, lahko uporabili. Udeleženci vas namreč ne bodo poslušali, če v tem ne bodo videli uporabne vrednosti. Nekaj preprostih, a učinkovitih nasvetov, da boste uspešni pri komunikaciji z občinstvom. Kako se povezati z udeleženci že s prvim stavkom?

- *Potrudite se izvedeti čim več o skupini, ki ji boste govorili. Že s prvim stavkom vzpostavite osebni stik z udeleženci.*
- *Razmislite, kako v govor vključiti koristno vrednost za udeležence. Uporabnost tega, kar jim boste sporočili, udeležencem pojasnite takoj po uvodu, kajti le tako jih boste obdržali pozorne.*

### • KAKO NAS RAZUMEJO DRUGI

Živimo v informacijski dobi, zato je danes bolj kot kdajkoli prej pomembna izbira časa, ko bi radi nekaj sporočili. Kako smo lahko torej v poplavi informacij še vedno prepričljivi? Odločilno je, da si prizadevamo biti jedrnat in izražati svoje misli preprosto, jasno in predvsem na kratko. Velika napaka pri komunikaciji je, da domnevamo, da ljudje razumejo besede enako kot mi. Dejstvo je namreč, da se ljudje učimo pod različnimi okoliščinami, zato je naše razumevanje besed in sveta okoli nas svojevrstno. Kako torej kot govorci posplošimo izkušnje poslušalcev? Kako lahko dosežemo, da občinstvo začuti, sliši in dožene to, kar mislimo.

- *Zapomnite si, da ima vsaka beseda, ki jo uporabimo, različen pomen za naše poslušalce. Definirajte, kaj besede pomenijo vam, navedite primer, potem nadaljujte z govorom.*
- *Povzemite glavne ideje v kratkih stavkih in jih ponovite, ter se tako prepričajte, da so jih udeleženci sprejeli.*



## • KAKO NAS VIDIJO DRUGI

Če ste morali kdaj poslušati slabo posredovan govor, z malo vsebine in z nervoznim govornikom, veste, kako neprijetno se takrat počutijo udeleženci. Gotovo bi si vsak želel, da ga udeleženci vidijo kot verodostojnega, zanesljivega in prijetnega govornika. Radi bi, da nas drugi vidijo kot strokovne in sposobne. Velikokrat se vprašamo, ali so nekateri posamezniki res pametnejši in odločnejši od nas, ali samo dajejo tak vtis, ker znajo svoje ideje predstaviti bolj učinkovito? Ne glede na to, kako smo ustvarjalni, koliko težav lahko rešimo, naše ideje so vredne toliko, kolikor smo jih sposobni izraziti in prepričati druge, da nam sledijo. Velikokrat slišimo, da če znamo izraziti svoje ideje, nas drugi smatrajo za strokovnjaka. Če pa znamo to še dobro narediti, nas smatrajo za vodjo.

Javno nastopanje je orodje vodij v profesionalnem in družbenem življenju. Od vodij se namreč pričakuje, da dobro govorijo in jasno izražajo svoje ideje. Seveda pa morajo biti pogumni nastopati pred množico, ki o njih presoja. Javno nastopanje tako ni samo sebi namen, ampak je preprosto orodje za doseg rezultata. Obstajajo namreč določeni cilji, ki jih želimo doseči: prodati izdelek, obvestiti javnost, ... Vendar pa javno nastopanje ni borba z udeleženci, oni niso vaši sovražniki. Želijo, da uspete, zato je treba udeležence narediti za svojega partnerja. Pogovarjajte se z njimi, kot bi se pogovarjali s skupino prijateljev. Nenazadnje so si vzeli čas in se potrudili, da so tam. Dragocen čas in mogoče tudi denar zapravljajo s tem, da vas slišijo. Želijo, da ste dobri in da uspete ter da bodo od tega imeli korist. Udeleženci nimajo nikoli namena, da bi vas premagali. Uničite se lahko samo sami. In ne pozabite: svoj govor temeljito načrtujte in pripravite vnaprej. 95 % učinkovitega govora je določenega s tem, kako dobro ste premislili, kaj boste povedali, preden ste stopili pred udeležence.

## • UPORABNOST GOVORA ZA DRUGE

Kakšna spoznanja boste delili s skupino, je v veliki meri odvisno od posebnosti skupine, ki jo nagovarjate. Ko govorite, povejte, kakšno vrednost ima to za udeležence in to povejte na način, da si bodo zapomnili. Kako torej pridobiti udeležence, da se bodo identificirali, prostovoljno vključili ali vsaj uživali. V informativnem govoru se osredotočite na tezo, ki jo zagovarjate, če želite udeležence prepričati za nakup nečesa ali podobno, pa se osredotočite na dejavnost, katero želite, da jo udeleženci prevzamejo. Vseskozi pa mora biti vaše sporočilo jasno.

- *Absolutno morate biti prepričani v to, kaj želite, da si udeleženci zapomnijo ali naredijo na koncu vašega govora oziroma nastopa. Bodite pozorni, da vse, kar poveste, sledi temu cilju.*
- *Govor oblikujte tako, da ustreza specifikam skupine. Enak govor in vsebino lahko posredujete na različne načine, različnim skupinam, v različnem časovnem obdobju.*

## • VZPOSTAVITEV STIKA Z UDELEŽENCI

Da bo vaš govor odličen in da boste lahko vzpostavili vez z udeleženci, poskušajte predhodno čim več izvedeti o njih. Ugotovite, kaj posameznike resnično zanima in kaj je njihov namen, da so se udeležili vašega predavanja. Na ta način boste dobili veliko snovi (primerov, zgodb, osebnih anekdot), ki vas bo povezala z udeleženci.

- *Poskušajte dobiti telefonske številke 3-4 ljudi, ki bodo na vašem predavanju. Pogovorite se z njimi in izvedeli boste, kakšna so njihova pričakovanja.*
- *Prelistajte interni časopis podjetja ali splošno revijo iz področja, od koder prihajajo udeleženci. Če je možno, udeležencem predhodno pošljite kratek vprašalnik, ki ga izpolnijo, vi pa lahko na ta način veliko izveste o njih, podjetju, njihovih pričakovanjih, težavah, ... V govoru se odzovite na njihove komentarje in skrbi.*

## • POZNAVANJE OBČINSTVA

Sposobnost izbrati prave besede, jih povedati pravim ljudem v pravem času, bo odločilno, kakšen vpliv bo imelo vaše sporočilo. Zelo pomembno je prebrati znake, kaj se dogaja med udeleženci. V pretirani osredotočenosti in zaverovanosti v to, kaj boste

povedali, lahko pozabite na to, kako vas sprejemajo udeleženci. Treba je "brati" svoje udeležence. Če želite biti učinkoviti, se morate odzivati naznake, ki vam jih sporočajo. Prepoznati morate, ali udeleženci želijo, da ste v govoru močnejši, morda želijo, da se umaknete, spremenite zgodbo. V prvi vrsti se osredinite na udeležence in ne toliko na temo. Vzemite si čas zanje, ugotovite, kaj mislijo, čutijo, kako se odzivajo na vaš govor, ... Nekaj napotkov, kako "brati" svoje udeležence.

1. *Poslušanje*: preprosto se naučite poslušati. Del "branja" je poslušanje.
2. *Gledanje*: naučite se brati, kar vidite.

### • NOVI KOMUNIKACIJSKI STANDARDI

Vaša sposobnost dobro komunicirati z drugimi bo imela večji učinek na vaš uspeh kot karkoli drugega. Komuniciranje je danes drugačno. Smo v dobi televizije in živimo v družbi, kjer prevladujejo novice. Tudi ljudje so drugačni. Če želimo komunicirati z ljudmi in jim prenesti svoje sporočilo, moramo biti bolj spodbudni, bolj vizualni in energični. Zapomnite si tri ključne elemente novih komunikacijskih standardov, ki jih morate poznati, da boste učinkoviti in vplivni, kot ste le lahko.

1. *čustvena vez*: kot govorec morate vzpostaviti čustveno vez z udeleženci. Lahko jim posredujete dejstva, vendar jih s tem ne boste motivirali ali prepričali in vsekakor vam ljudje ne bodo sledili. Če želite, da so ljudje navdušeni nad vašimi idejami, morate biti nad tem prvi vrsti biti navdušeni sami. Dajte več sebe v sporočilo.
2. *osredinite se na glavno idejo*: zveni preprosto, vendar je pomembno, da ste pozorni in osredinjeni na določeno sporočilo, ki ga želite posredovati. Brez tega vaš govor ne bo imel smisla. Zato si vzemite čas in določite bistvo vašega sporočila. Nato se 100 % skoncentrirajte na vaše sporočilo in povzemite glavno idejo v nekaj besedah.
3. *face to face*: vse preveč ljudi uporablja računalnik za prenašanje sporočil, ko bi pa vendarle morali govoriti v živo.

### • UČINKOVITE PREDSTAVITVENE TEHNIKE

Vaš cilj je, da si vas udeleženci zapomnijo zaradi kakovostnega nastopa in pomembnosti vaše teme. Zapomnite si štiri tehnike, ki bodo prispevale k učinkovitosti vaše predstavitve.

1. *Ponavljjanje*: pomeni, da večkrat ponovite glavno idejo. Pri tem uporabljajte različne besede, saj se boste tako lahko izognili dolgočasju. Najdite čim več načinov, kako izraziti glavno idejo, vključujoč pripovedovanje zgodb.
2. *Asociacija*: pomeni, da vzpostavite povezavo med tem, kar ponujate, in tistim, kar udeleženec že ve.
3. *Jakost*: da si vas bodo ljudje zapomnili, stopnujte svoj glas. To bo izražalo strast, ki jo čutite ob tej temi. Stopnujete lahko tudi z vsebino, in sicer tako, da poveste kakšno pretresljivo zgodbo.
4. *Udeležba*: vaša predstavitev naj vpliva na čim več čustev.

Ljudje sprejemajo informacije na različne načine. Nekateri ljudje so predvsem vidni (vizualni), drugim pomeni več slišati kot videti. Zato pri predstavitvi uporabite tako vidne kot tudi zvočne pripomočke. Dodatna metoda, ki vam lahko pomaga, je uporaba vaj. V skupini vzpodbudite debato ali ponudite "delovne" liste. Tudi to lahko pomaga pri zapomnjenju.

### • PONOVI TEV PRI JAVNEM NASTOPANJU

Uporaba primerov, zgodbic in ponavljanje vaš govor oživi ter ga naredi še prijetnejšega za vaše udeležence. Ponavljanje oziroma ponovna razlaga ideje pospeši jasnost in hkrati

spodbudi, da sprejmejo vašo idejo. Vendar vedite, kadar poudarjate eno idejo, so ostale v podrejenem položaju.

- *Vsak govor začnite z zgodbo, ki se veže na temo. Ljudje imajo radi zgodbe.*
- *Izberite primerno trditev ali citat, ki ga večkrat uporabite pri svojem govoru. Povabite udeležence, da ga ponavljajo z vami.*

### • VAŠ GOVOR NAJ BO ČUSTVEN

Moč temu, kar rečemo, dajejo besede, ki jih izbiramo. Še učinkovitejša so pa čustva, naložena v besede. Edinstvena kombinacija so tako besede polne čustev. Ko združite besede in sporočilo s primernimi čustvi, lahko vodite udeležence, da sprejmejo vaše ideje. Če se ljudi niste uspeli dotakniti s čustvi, občutki in prepričanjem, niste naredili veliko. Zato je potrebno poznati svoja čustva in čustva udeležencev.

- *Vzemite si čas, da ugotovite, kakšna čustva prevevajo ljudi, ko vas poslušajo. Vprašajte se, ali so srečni, nervozni, razburjeni, jezni, čustveni, ... To poskušajte ugotoviti med govorom in če se da že pred njim.*
- *Svoje besede izbirajte pozorno in jim dajte čustveno moč.*

### • UPORABA MNENJ IN CITATOV PRI JAVNEM NASTOPANJU

Pri govoru je verodostojnost izredno pomembna. Vsak strokovni vir, ki ga lahko citirate ali se nanj nanašate, okrepi verjetnost vašega sporočila. Mnenje in citati dajejo kredibilnost našemu govoru, saj še nekdo drug misli tako kot mi. Namen citatov pa je tudi, da poživijo vašo predstavitev. Včasih pa je lahko učinkovito tudi mnenje, ki je nasprotujoče vašemu. In kako uporabiti besede drugih ljudi v svojih govorih? Odločitev, ali uporabiti citate drugih, terja premislek. Vprašati se je treba, ali je oseba, ki jo bomo citirali, strokovnjak in ali bodo udeleženci sprejeli mnenje te osebe glede na temo, ki jo predavate. Ljudje, ki pa morda poznajo citat, se bodo z vami strinjali še bolj.

- *Ko preberete, slišite kakšno dobro misel, si jo takoj zapišite. Pri tem ne pozabite označiti vira. Vaš vir ni nujno vedno strokovnjak. Lahko je tudi vaša babica, otroci, pesniki, ...*
- *Citat uporabite zato, ker se vam zdi zanimiv glede na to, kar sporočate, in bi to radi delili tudi z drugimi.*
- *Vsak citat pozorno preverite vnaprej. Prepričajte se, da je nekdo točno tako rekel.*

### • UPORABA STATISTIKE

Vsak govor ima namen. Namen govora je prepričati ljudi, da sledijo vaši ideji. Kako vam lahko pri tem pomaga statistika? Dopolnilni material potrjuje vaše trditve, jih razjasnjuje, ponazarja, stvari si lažje zapomnimo. Anekdote, statistika, misli, razlage in ponovitve so lahko uporabljeni kot dopolnjujoči material. Tudi vizualni elementi lahko oživijo vaše ideje. Ideje, izražene skozi anekdote, zgodbe, osebne izkušnje ali statistiko, naredijo vaše sporočilo verjetnejše in ljudje si ga prej zapomnijo.

- *Anekdote so zabavne, podprejo in razjasnijo temo ter naredijo vaš govor zanimivejši. Vendar ne smete pričakovati, da bodo dokaz vašim trditvam. Zabeležite si zgodbe, ki jih imate radi. Lahko so resne ali zabavne.*
- *Statistike prikazujejo povezavo med pojavi. Kadar jo želite uporabiti, se najprej vprašajte: kako natančne so številke, kdo jih je zbiral, so objektivne in predvsem, koliko so veljavne za mojo temo? Če se odločite, da jo boste uporabili, ne pozabite oblikovati zgodbe, ki kaže, kako ključne so številke. Številke bodo ljudje pozabili, zgodbe pa bodo ostale v njihovem spominu.*

### • IZOGIBAJTE SE ŽALJIVIM OBSODBAM

Pri pripravi govora predvidevamo določeno predznanje udeležencev. To nenazadnje vpliva na izbiro snovi in podatkov, ki jih pripravljamo za pojasnitev ali dokazovanje določene teme. Zastavite si vprašanje, kako različne izobrazbene razlike med udeleženci



vplivajo na vašo predstavitev? Kadar imate nastop, pa seveda želite biti tudi prepričani, da zaradi tega, kar ste rekli, ne bo nihče prizadet ali užaljen.

- *Vprašati se je treba, katere so tisti specifični pogledi, ki jih imajo udeleženci glede na njihovo profesionalno, socialno, versko, politično ali katerokoli drugo pripadnost. Razlika je, če pripravljate govorni nastop za oddelek za marketing ali oddelek za finance.*
- *Izogibajte se žaljivim opombam glede na kulturne in etnične skupine. Če se vam to nehoti zgodi, se takoj opravičite. Zahvalite se, da so vas opozorili. Kadar je to možno, se opravičite tudi osebno. Nikar ne začnite pojasnjevati, kaj ste s tem mislili, ampak se opravičit!*
- *Pred nastopom se pozanimajte o udeležencih. Več informacij, kot jih imate o njihovi izobrazbi, ekonomskem, socialnem in profesionalnem ozadju, boljši bo vaš nastop.*
- *Nenehno se sprašujte, kako je vaš govor koristen za določeno skupino. Kaj pričakujejo od vas in kako jim lahko to zagotovite na najboljši način.*

#### • POSKUSITE DRUGAČEN STIL

Pri javnem nastopanju lahko zlahka zapademo v komunikacijske navade in ves čas uporabljamo enak stil, pa če ta deluje ali ne. Nekaj nasvetov, kako lahko to spremenimo in postanemo bolj fleksibilni. V komunikaciji ni nobenih napak. Pomemben je odziv udeležencev in naše prepričanje v to, kar sporočamo. Paziti moramo, da ne ugajamo za vsako ceno. Ne glede na to, kaj počnete, vas 25 % ljudi ne bo maralo, ker jih spominjate na nekoga, ki jim ni všeč. Prav tako vas bo 25 % maralo, ker jih spominjate na njim ljube osebe. 50 % ljudi pa bo reklo: "Pokaži mi, kdo si." Prvih 25 % ne bo nikoli blizu, zato ne zapravljajte časa in energije z njimi. Raje ju uporabite za ostalih 75 %. Ko nekoga srečate prvič, je pomembno, da hitro ocenite situacijo in analizirate, kakšna komunikacija bo učinkovita. Tisti, ki znajo brati druge, so najbolj prepričljivi ljudje na svetu. Uspešni ljudje dobro vedo, kako prilagoditi svoje vedenje glede na situacijo. Kajti, če smo občutljivi in se odzovemo na druge, bomo dosegli to, kar si želimo.

- *Skoncentrirajte torej svojo pozornost na ljudi, ki vas imajo radi, so odprti in so vas pripravljeni poslušati. Ne porablajte preveč časa za ostale.*
- *Ko sporočate ideje in te ne dosežajo učinka, kot bi si želeli, uporabite drugačen stil. Mogoče boste rekli ali naredili ravno nasprotno, kot ste počeli do sedaj. In mogoče boste presenečeni nad rezultatom. Zato – **Tvegajte!***

**Klavdija Kočiš,**

izobraževalni trener retorike in komunikacije v Glotta Novi



**Več informacij:** [www.retorika.si](http://www.retorika.si), [www.glottanova.si](http://www.glottanova.si)

ali **Mojca Koren**, [mojca@glottanova.si](mailto:mojca@glottanova.si), 01/52 00 674