



PREZENTACIJA I TEHNIKE PREZENTACIJE

Sandra Milenković, dipl. ekonomista
Kristina Delić, dipl. ekonomista

Jul 2011.

1. Prezentacija, uvod

- 1.1. Konstrukcija prezentacije
- 1.2. Kreativne ideje i priprema prezentacije
- 1.3. Pamćenje
- 1.4. Slušanje
- 1.5. Osećaj za vreme
- 1.6. Struktura prezentacije
 - 1.6.1. Uvod
 - 1.6.2. Glavni deo
 - 1.6.3. Zaključak
- 1.7. Vrste prezentacija
 - 1.7.1. Prezentacije zavisno od prilike
 - 1.7.2. Prezentacije zavisno od dužine
 - 1.7.3. Prezentacije zavisno od konačnog cilja

2. Tehnike prezentacije

- 2.1. Glas i stas
 - 2.1.1. Naglašavanje i isticanje reči
 - 2.1.2. Taktično podučavanje
 - 2.1.3. Magnetizam očiju
 - 2.1.4. Briga za slušaoce
- 2.2. Govor tela
 - 2.2.1. Nesvesni pokreti
 - 2.2.2. Svesni pokreti
 - 2.2.3. Oblačenje i lična higijena
- 2.3. Prostor
 - 2.3.1. Psihički prostor
 - 2.3.2. Fizički prostor
- 2.4. Tehnička podrška
 - 2.4.1. Mikrofon
 - 2.4.2. Kreda i tabla
 - 2.4.3. Grafoskop
 - 2.4.4. Pokazivači
 - 2.4.5. Dijaprojektor
 - 2.4.6. Multimedija

Korišćena literatura

- "Osnove uspješne prezentacije", mr Saša Petar;
- "Odnosi s javnošću", prof. dr Ljubiša Cvetković;
- "Poslovna komunikacija"

Prezentacija, uvod

Prezentacija je usmena razmena informacija radi postizanja ciljeva kao što su utvrđivanje rešenja, otklanjanje teškoća, traženje ideja, motivisanje učesnika, priprema rada itd. Odvija se u ograničenom trajanju, po određenim pravilima, uz ispunjenje odgovarajućih tehničkih uslova i uz korišćenje vizuelizacije i diskusionih tehnika.

Prezentacija je reči ili termin kojim se opisuje ono što govornik radi pred slušaocima, budući da je svaki govor pred jednom ili više osoba prezentacija misli, emocija, stavova, podataka i informacija.

Za uspeh prezentacije, važno je da ju je ili barem njen veći deo pripremio sam govornik. S obzirom da i drugi ljude misle svojom glavom, tokom javnog govora govornik je izložen oceni prisutnih slušalaca. Kako prisutne ne bi osećali kao pritisak tokom prezentacije, govornici ovaj problem rešavaju pažljivom pripremom, kako ideja i činjenica koje će prezentirati, tako i samog nastupa. Trening pomaže govornicima da odagnaju strah, da se ohrabre da kažu šta žele i da uspešno okončaju prezentaciju.

Onog trenutka kada ste ustali ili došetali do podijuma za govornike, stupili ste na pozornicu. Danas je ukus ljudi o tome šta ih zabavlja, a šta im dosađuje prilično prefinjen i jasan. Ljudi u publici znaju uglavnom sve trikove i kada slušaju lošu prezentaciju njihovo strpljenje ne traje dugo. Zamislite publiku u kojoj svako drži nevidljivi daljinski upravljač, sa prstom na dugmetu za uključanje/isključenje. Ako ne želite da Vas "ne ugase" pre predviđenog kraja, pobrinite se da i Vi i Vaša prezentacija imate barem dašak zabavljačke veštine u sebi. Ako niste rođeni sa tim umećem, naučite ga.

Ako znamo da nas čeka važan razgovor ili prezentacija, pripremićemo se kako bismo ostavili najbolji mogući utisak. Izglancaćemo svoje reči, kao što smo to učinili i sa cipelama. Trudićemo se da izgledamo i govorimo dobro. Lični stav, govor i gestovi su osnova dobre i kvalitetne prezentacije. To ste Vi: Vi ste osnova dobre prezentacije.

Svaka slika koju stvorite u svojoj glavi može se opisati rečima i tako prezentirati prisutnima. Što je jasnija slika i dublja emocija koja se pri tome javlja, jasniji će biti prenos misli rečima kojima ćete "oblikovati" sliku pred slušaocima.

Takođe, kao posledica nedostatka koordinacije misli i glasa je neodlučan glas. Javlja se kod govornika koji nisu sigurni u ono što govore, nisu koncentrisani na prezentaciju, zaboravljaju šta žele da kažu ili imaju "rupe" u rečenicama. Lek ili rešenje za to su beleške, koje bi trebalo da kod govornika odmah uspostave vezu između glasa i mozga. Ukoliko se to ne desi, govornici često posežu za ponavljanjem rečenica, za korišćenjem besmislenih poređenja i viškom bezbojnih rečenica.

Pažljivi slušaoci će primetiti tu neodlučnost, naročito ako se ponovi više puta tokom prezentacije, i pitaće se znate li Vi uopšte o čemu govorite. Nije teško pogoditi da će prezentacija izgovorena neodlučnim glasom ostaviti mlak utisak i dovesti u pitanje istinitost izrečenih navoda.

Priprema prezentacije počinje u znaku dileme: mogu li ja uspeti? Jesam li ja pravi govornik za temu prezentacije? Sigurno ima mnogo boljih govornika od mene? Mogu li ja uspešno održati prezentaciju?

Postoji nekoliko važnih faza pri realizaciji prezentacije:

1. Faza predpripreme
 2. Faza intezivnog traženja ideja za prezentaciju
 3. Faza istraživanja ko su potencijalni korisnici vaših informacija
 4. Faza u kojoj početnu ideju treba pročistiti
- **Prva faza pretpripreme**, dok je ideja još sveža u glavi ili reč na prvom papiru koji smo dohvatili, u suštini je spoznaja osnovnog podsticaja za držanje prezentacije. Motivi i tema prezentacije mogu da poteknu od samog pojedinca, ali i od poslovne ili društvene grupe kojoj on pripada. Ti motivi mogu biti želja za prodajom proizvoda ili usluge, iznošenje rezultata nekog istraživanja, obrazovanje slušalaca, mogućnost samopotvrđivanja, održavanje kontrole nad nekom grupom, događajem itd.
 - **Druga faza je intezivno traženje ideja**, koje bi se mogle osmisliti i prezentirati s realnim izgledima na uspeh prezentacije. Retki su oni koji prezentaciju vide odmah od početka do kraja. Najčešće je posredi ideja kojoj tek treba dati oblik prepoznatljiv slušaocima. Većina ideja se javlja za vreme sasvim običnih, svakodnevnih situacija. Ali, pri tome treba imati na umu osnovno pravilo: ako se nakon ideje ne sagleda jasan cilj do kojeg bi nas ideja mogla dovesti ili ne uoči problem koji ideja rešava, sačekajte narednu ideju. Po pravilu, jedna ideja nije dovoljna da vas motiviše na ulazak u društvo govornika ili na napornu pripremu kvalitetne prezentacije.
 - **Tokom treće faze istražite ko su potencijalni "korisnici" vaše informacije.** Ukoliko zaključite da ideja ne zanima više od dvoje – troje ljudi, a oni nisu predsednici važnih i moćnih država ili direktori moćnih korporacija, recite to što imate sebi u ogledalo i gotovo, održali ste prezentaciju, pri tome se niste mnogo namučili, a slušaoci su pažljivo slušali i potom ste zajedno zadovoljni napustili prostoriju. Ako ste zaključili da bi ideja mogla zanimati veći broj ljudi, onda ste na putu ka prezentaciji. Ako oni misle da bi potencijalnim slušaocima vaša prezentacija mogla doneti korist (finansijsku, obrazovnu, poslovnu, društvenu i slično), imaćete i publiku. Stara poslovice kaže: "Kada čovek s novcem stupi u posao s osobom koja ima ideju, onaj s idejom stekne novac, a onaj s novcem ideju". Pitanje je: "Možete li prodati svoju ideju?".
 - **U četvrtoj fazi predpripreme**, početnu ideju treba pročistiti. Isplanirajte svoje početnu ideju treba pročistiti. Isplanirajte svoje potrebe (informativne, finansijske, tehničke itd.). Nužno je pri tome upoznati se sa svim dostupnim pojedinostima i potražiti mišljenje onoga ko o tome zna više. Ako svoju ideju ne možete sami da realizujete, pažljivo izaberite partnera ili više njih. U razgovorima o ideji gledajte je

tuđim očima, promenom smeru ili posmatranjem iz drugog ugla i stalno je prilagođavajte. Vrednovanje i realizacija ideje uvek traži i alternativna rešenja.

Prezentacija i njena tok moraju biti deteljno isplanirani i uvežbani jer majmun koji nema predstavu o grani na koju skače, potencijalno je mrtav majmun (Radyard Kliping, autor knjige: "Kniga o džungli"). Pa, ako vi ne znate, barem okvirno, kako bi trebalo da izgledaju početak, sredina i kraj prezentacije, otvarate mogućnost da po završetku ili, čak tokom prezentacije, nezadovoljni slušaoci reaguju u rasponu od šapćućeg nezadovoljstva i sleganja ramenima do glasnog negodovanja. Ako imate sreće, neće vas gađati propagandnim materijalom koji ste im podelili na ulazu u salu.

Naravno, uvek pripremite nekoliko varijanti uvoda, sadržaja i zaključaka, naročito u situacijama kada ne znate sastav prisutnih i njihove stavove.

Govor pred drugim osobama, sastoji se od tri dela: uvoda, glavnog dela i zaključka. U uvodu recite ljudima šta ćete im reći, recite im to u glavnom delu i u zaključku im ukratko ponovite šta ste im to rekli.

Glavni deo govora najčešće obuhvata više od 2/3 govora, njime i započinjemo pripremu prezentacije. Uspeh prezentacije zavisi od sklada osećanja i argumenata. Pripremu počnite određivanjem zaključaka i osnovnih ideja, nakon čega stvarate okvir prezentacije i ispunjavate ga tekstom kojim ćete oblikovati prezentaciju. Tokom prezentacije morate reći ono što slušaoci treba da zapamte i u šta biste želeli da ih ubedite.

Da biste utvrdili šta želite reći, morate pažljivo proučiti materijale koje imate na raspolaganju. Te materijale pročitajte više puta, što detaljnije, uočavajući ključne reči i rečenice. Potrebno je napraviti uopštene zabeleške. Nakon detaljne analize, treba utvrditi veze i sklad između pojedinih misli i ideja, odrediti problematična mesta i najjasnoće, povezati bitne delove govora i zabeležiti koje vam informacije još nedostaju. Sve je to potrebno da bi prezentaciju upotpunili kao logičnu celinu, a sve to treba uraditi u pisanom obliku.

U ovoj fazi ne preporučuju se improvizacije i oslanjanje na vaše dobro pamćenje, jer tokom prezentacije nešto može da vam odvuče pažnju s teme, pa ako nemate uredno i pregledno napisane beleške može vam se desiti da ne znate gde ste stali i kako da nastavite prezentaciju.

Ukoliko ste govornik koji više voli da izdvoji samo nekoliko pojmova koji služe kao okosnica i na osnovu toga improvizujete prezentaciju opet ćete proći isti postupak, jedino što ćete potrošiti više vremena na pamćenje.

Navedeni načini pripreme za prezentaciju imaju i dobre i loše strane. Priprema izlaganja u pisanom obliku daje vam sigurnost, obogaćuje prezentaciju mnoštvom detalja i drži osnovnu strukturu govora. Ali, ako se isključivo držite napisanog teksta, slušaoci mogu steći utisak da ima previše činjenica.

Priprema prezentacije samo uz pomoć nekoliko ključnih reči ostavlja vam mnogo prostora za prezentaciju govorničkog umeća, posmatranje publike i uspostavljanje kvalitetnog kontakta sa njima. Ali, može doći do nelogičnosti i sukobljavanja ideja, lako se zaboravlja osnovna tema prezentacije pa je za ovaj način pripreme potrebno veliko samopouzdanje. Najbolje je da kombinujete oba načina pripreme, da pažljivo pripremite prezentaciju i beleške, da ih dobro uvežbate, i da onda prezentaciju izgovorite uz malu pomoć beleški i ostavite utisak vrsnog govornika.

Pamćenje

Svaki čovek ima određeno pamćenje, kao što ima i druge atribute koji čine jedan život, ali mnogi ljudi nikada ne razviju svoju memoriju. Brojni su primeri da ljudi zapuste svoje pamćenje, dok su ga drugi razvili stalnim korišćenjem i treningom.

Pamćenje je mentalno ispunjen sistem koji beleži utiske prenesene čulima kao što su sluh, vid, ukus, miris i pipanje. Vaša najsnažnija iskustva će se urezati u vaše pamćenje. Ukus, miris i pipanje ne mogu vam pomoći da zapamtite svoje beleške, tako da pri govoru zavisite od onoga što čujete i vidite. Kako starite te sposobnosti slabe, pa je dobro obnavljati ih kreativnim zanimanjem za stvari koje povezujete s prezentacijama, i slagati ih u niz koji vam može pomoći da se setite traženih podataka ili ideja.

Ako vežbate svoje pamćenje u normalnim okvirima, što najviše pomaže vašem umu, pažljivo pratite kako ono što vidite i čujete utiče na vaše pamćenje. Da biste proširili mogućnosti svoga pamćenja, slažite misli u neku logičnu celinu i povežite ih tako da jedna povlači drugu i omogućiti vam da delove prezentacije povežete u logičnu celinu. Kako biste imali skladan niz podataka, nemojte se stideti da koristite zabeleške, ali ih organizujte tako da vam pomognu, a ne odmognu tokom prezentacije.

Slušanje

Dobar primer vežbe je da glasno izgovorite nekoliko predmeta koji vas okružuju, a zatim da ih sve ponovite. Ako ne možete da ponovite sve predmete, vi vežbajte sve dok vam pamćenje ne omogući uspeh. Pomno slušajte sami sebe kada vežbate nabranje da bi i vaš sluh učestvovao u aktiviranju pamćenja. Kada na kraju sve zapamtite bez greške, znači da je sluh pomogao pri vašem pamćenju onoga što ste videli.

Nemojte nikada zaboraviti da i vaši slušaoci pamte ono što su videli spajajući ga sa onim što su od vas čuli. Ako vežbate čitajući naglas ili ponavljanjem svoje prezentacije, moći ćete da zapamtite više bitnih detalja nego bez vežbanja. Naravno, pripremite i kratke zabeleške, ali ako i njih ponovite naglas, lakše ćete ih pronaći kada započnete s prezentacijom.

Uradite istu tu vežbu, ali sada nemojte naglas izgovoriti nego zapišite. Pročitajte listu jednom i pokušajte da ponovite. Na kraju dana ponovite test. Ako ste pamćenjem zapisanog teksta postigli bolje rezultate nego slušajući sami sebe, znači da imate tzv. fotografsko pamćenje i tokom prezentacije više se pouzdajte u njega.

Zavisno od vaših mogućnosti podrške pamćenju, odlučite hoćete li se više oslanjati na sluh, ili na ono što ste videli napisano, ali vežbajte obe tehnike. Zajedno će vam pružiti celovitu podršku tokom prezentacije.

Osećaj za vreme

Osećaj za vreme je važno obeležje dobrog govornika, tako da je prvo potrebno proceniti koliko će vaša prezentacija trajati. Većina govornika nema osećaj za vreme pa stvara probleme slušaocima, a često i voditeljima skupova koji moraju da vode računa o planu odvijanja skupa.

Striktno poštovanje predviđenog vremena nužno je samo kada uvežbavate govor. Tokom prezentacije ostavite nekoliko sigurnosnih minuta za slučaj da nešto promeni vaš pripremljeni govor. Nemojte striktno robovati vremenu, jer ćete tako ostaviti utisak da ste prezentaciju „odradili“ brinući više o vremenu nego o publici.

Prilikom organizacije vremena za prezentaciju, najviše jednu petinu do jedne četvrtine ostavite za glavni deo prezentacije. Poslednju petinu ili četvrtinu predvidite za zaključni deo. Čak i u situacijama kada vaš govor nije ograničen vremenom, nemojte za zaključak ostaviti više od desetak minuta.

Struktura prezentacije

Uz to što ćete reći, morate znati i kada ćete šta reći i na koji način. Kada dođe vreme za vašu prezentaciju, zauzmite mesto predviđeno za prezentatora. Ako držite društveni govor, možda ćete samo ustati sa stolice. U svakom slučaju, važno je da vas slušaoci dobro vide i čuju.

Ako je potrebno, recite svoje ime i naslov teme o kojoj ćete govoriti., Navedite vreme koje će biti potrebno za vašu prezentaciju i način na koji će vam slušaoci postavljati pitanja tokom prezentacije ili nakon nje).

Svaka prezentacija mora imati svoj uvod početak), glavni deo (sredinu), i zaključak (kraj), kako u pismenoj pripremi izlaganja, tako o pred publikom.

Uvod prezentacije

Uvod obuhvata pozdrav, predstavljanje i početak prezentacije.

Pozdrav: Vaša pojava mora biti prijatna, profesionalna i autoritativna. U prostoriju uđite sigurnim korakom i pozdravite pozdravom uobičajenim među slušaocima.

Predstavljanje: Recite slušaocima svoje ime, iskustvo, područje rada i imena i status kolega (ako ih ima) koji asistiraju u prezentaciji ili su doprineli njenoj pripremi.

Početak prezentacije: Ako želite uspešnu prezentaciju, morate zainteresovati slušaoce za temu u prva tri minuta svoga govora, jer im je tada najveća koncentracija. Počnite polagano, da biste se opustili, i da bi vam glas bio manje uzbuđen. Dobro pogledajte slušaoce i počnite s nečim što je zajedničko i njima i vama, kako bi vas lakše prihvatili. Izbegavajte čitanje početnih rečenica, morate biti opušteni i prirodni. Zadobijte pažnju slušalaca, privucite ih temom, svojom osobenošću, govorom i načinom prezentacije.

Glavni deo

Glavni deo je sadržan u ritmu i tonu vaše prezentacije. Da biste ritam prezentacije učinili prihvatljivim za većinu slušalaca, koristite pauze nakon ključnih pojmova, kako bi ih slušaoci lakše uočili i shvatili. Govorite razgovetno, laganim ali sigurnim glasom, jer će to probuditi interesovanje slušalaca da vas pažljivo slušaju. Takođe omogućite uključivanje slušalaca.

Usporite ako je tema teška za razumevanje, ako baratate brojevima i statističkim podacima, ako pokazujete slike ili slajdove. Ton vašeg govora mora biti u skladu s govorom vašeg tela, glas ne sme biti monoton, ili dosadan, preporuka je da budete opuštteni.

Ako je tema zamorna, opustite slušaocima ponekom anegdotom ili odmerenom šalom. Smešak na licu i prijateljski pristup će vam pomoći da opustite prisutne i stvorite preduslove za uspeh prezentacije.

Brojni govornici se toliko pripreme za prezentaciju da zaborave da je završe. Utisak koji su slušaoci stekli o vama na početku prezentacije ne mora nužno biti i završni utisak. Neiskusni i nepripremljeni govornici, naročito ako im je govor dug, izgube osnovnu temu prezentacije, pa započnu jednu, a završe s nekom drugom, što će sigurno zbuniti slušaocima. Ako ste na početku prezentacije postavili neka pitanja potrudite se da u zaključku na njih i odgovorite.

Potrebno je da zahvalite slušaocima na pažnji, da ih podsetite na najvažnije delove prezentacije, eventualno da im kažete da vam se jave ako žele dodatne informacije. Nakon pozdrava uobičajenim pozdravom sedite među slušaocima, ako su nakon vas predviđene i druge prezentacije, i budite kasnije na koktelu ili druženju ako je organizator tako predvideo.

Vrlo je važno da jasno i razumljivo zaključite izlaganje. Zaključak mora biti jasan, kratak i razumljiv. Prezentaciju uvek treba da završite sa smeškom i glasnim zahvaljivanjem. Koristeći neki od aparata za projekciju, možete pokazati pozdravnu fotografiju ili crtež. Unesite u završetak pozitivne emocije i uspešno okončajte prezentaciju.

Vrste prezentacija

Prezentacije možemo podeliti na spontane (društveni govor, polaganje ispita, razgovor s poznanicima, iznenadni susret s potencijalnim poslovnim partnerom) i na unapred pripremljene prezentacije (politički govor, poslovna prezentacija, prezentacija na seminarima i savetovanjima, predavanje u školi ili na fakultetu).

Prezentacije takođe delimo zavisno od prilike, zavisno od vremena trajanja, i zavisno od konačnog cilja.

Prezentacije zavisno od prilike

Svaka prezentacija mora imati svoj povod, priliku u kojoj ima svoje mesto i svrhu. Zavisno od prilike (situacije), izabraćemo temu, način prezentacije, prostoriju i tehničku podršku, nivo kontakta sa slušaocima i odrediti vreme trajanja.

Poslovne prezentacije: Ova vrsta prezentacija uglavnom je određena pravilima poslovne procedure. Preporučuje se jasno izlaganje glavnih argumenata odmah na početku prezentacije, objašnjavajući ih minimumom reči i sumirajući ih na kraju.

Nakon što ste pripremili govor, pregledajte ga, zatim sa strane ispišite glavne misli i nekoliko puta sami probajte prezentaciju pre nastupa, uvek mereći vreme, da biste mogli imati kontrolu nad svojom prezentacijom.

Poslovna prezentacija može biti unutrašnja (sastanak unutar preduzeća, kao što je kolegijum ili sastanak radne grupe) i spoljašnja (prezentacija proizvoda ili usluga pred kupcima, prezentacija poslovnih rezultata pred akcionarima itd.).

Vođenje skupova: Sastanke, seminare, savetovanja i slične skupove vodi osoba koja je zadužena da takvi skupovi proteknu u ugodnoj atmosferi, kvalitetno ispunjenom vremenu prezentacije i zadovoljstvu prisutnih.

Uspešni skupovi počinju činjenicom da oni nisu cilj, već način da se do cilja dođe. Cilj skupa čine informacije i znanja koja nude pojedino prezentatori, osiguranje povratnih informacija i ponavljanje zaključaka sa ostalima. To voditelju sastanka omogućava da skupu predstavi predloge rešenja koje će većina usvojiti.

U pripremi skupova važno je voditi brigu o svim pojedinostima;npr., o broju prisutnih, o slanju dnevog reda unapred, o ograničenju vremena za prezentacije, ali i za rasprave, kao i o tehničkoj opremi koja pomaže voditelju i prezentatorima da skup uspešno okončaju.

Voditelj skupa otvara skup rečima kojima pozdravlja prisutne, ukratko navodi događanja koja su prethodila skupu, navodi imena govornika, ukratko ukazuje na temu skupa, moli prisutne da pažljivo slušaju, otvara mogućnost postavljanja pitanja nakon prezentacije i predstavlja svakog govornika i temu prezentacije. Na ovaj deo skupa voditelj ne bi smeo utrošiti više od pet minuta.

Na kraju skupa voditelj treba da zahvali govornicima na prezentacijama, ukratko ponovite najvažnije zaključke koji omogućavaju uspešno okončanje skupa, zahvalite prisutnima na pažnji, učešću (ako ga je bilo) i vremenu koje su proveli na skupu.

Politički govori: Prezentacija političkih mišljenja i stavova prosečnoj grupi slušalaca uvek je prožeta više emocijama a manje činjenicama, pa tokom pripreme više pažnje posvetite pristupu i zaključcima.

Ako držite politički govor, a slušaocima je omogućeno da postavljaju pitanja, dobro je imati iskusnog voditelja, koji će glasno ponoviti svako pitanje i tako vam pružiti još nekoliko dodatnih sekundi za razmišljanje i pripremu odgovora.

Društveni govori: Često se društveni govori drže u nečiju čast ili povodom neke svečanosti. Da biste održali dobar društveni govor, nemojte govoriti o ličnim atributima pojedinaca, bolje je više govoriti o njihovom radu i društvenim aktivnostima.

Ako se društveni govor drži npr., tokom otvaranja nekog objekta ili koncertne sezone, govornik mora paziti da mu govor ne traje duže od pet minuta. Dobro je pripremiti govor ranije i uvežbati ga da ne traje duže od navedenog vremena.

Prezentacije zavisno od dužine

Dužina prezentacije zavisi od brojnih činilaca. Ako učestvujete na skupu, siminaru ili savetovanju, voditelj će vam dozvoliti najviše 15-20 minuta za prezentaciju. Ako prezentaciju izvodite sami, i vreme ćete odrediti sami, ali u skladu sa osobenošću grupe slušalaca koji će biti prisutni i teme o kojoj ćete govoriti.

Tokom pripreme prezentacije imajte na umu da je 45 minuta maksimum vremena u kojem prosečan slušalac može biti koncentrisan, pa ne zaboravite da duge prezentacije „osvežite“ pauzama, biće potrebne i vama.

Prezentacije zavisno od konačnog cilja

Sadržaj, vreme trajanja i način prezentacije zavise od njenog konačnog cilja. Najčešći cilj prezentacije je uočavanje i rešavanje problema ili prenos ideja. Prezentacije tokom kojih govornik prenosi ideje, rezultate analiza ili istraživanja dobar su povod prisutnima da postavljaju pitanja, daju predloge i izlažu svoje ideje. Učešće prisutnih doprinosi ostvarenju cilja ovih prezentacija: prihvatanju stavova ili novih znanja, kao i učenju i analizi novih ideja i informacija.

Prezentacije, čiji je cilj poslovna odluka slušalaca, usmerene su ka upoznavanju prisutnih s proizvodom (ili uslugom), načinom primene, tehničkim i drugim obeležjima, kao i koristima koje korisnik može imati.

Prezentacije kojima je cilj neka druga odluka slušalaca (npr. politička), najčešće u korist govornika, treba da budu prilagođene stavovima i razmišljanjima prisutnih.

Prezentacije tokom nekog društvenog događaja moraju biti kratke, opuštajuće i prihvatljive. Cilj ovih prezentacija je upoznavanje prisutnih s nekim (najčešće šaljivim) trenucima iz prošlosti osoba, objekata ili događaja povodom kojih se i drži ta prezentacija, kao i mogućnost opuštanja i boljeg upoznavanja prisutnih.

Tehnike prezentacije

Pošto ste ideje i znanje oblikovali u prezentaciju, treba da ih uspešno prezentirate slušaocima. To uradite pravilnom upotrebom glasa, pokreta, prostora i tehničkih pomagala. Oni su most kojim vaše misli, znanje i ideje prelaze iz vas u slušaoce. Njihovom kombinacijom omogućen je čin fizičkog izvođenja prezentacije. A svaka prezentacija je događaj za sebe.

Glas i stas

Samo pravilnim spajanjem glasa i stasa govornik može da ostvari kontakt sa slušaocima i da održi uspešnu prezentaciju. Upotreba reči, kontakt sa slušaocima, podučavanje i briga o njima, kao i njihova koordinacija sa svesnim i nesvesnim govorom tela moraju biti usklađeni s temom prezentacije i obeležjima koje možete prepoznati kod slušalaca.

Naglašavanje i isticanje reči

Naglasak na pogrešnom slogu česta je greška kod govornika koji nisu iskusni u upotrebi reči i može izazvati smešak, ponekad čak i glasan smeh u publici, što može uzdrmati samopouzdanje svakog osetljivog govornika. Ako ste u nedoumici tokom pripreme prezentacija konsultujte rečnik u kojem ćete pronaći ispravan naglasak.

Efekat isticanja različitih reči u rečenici trebalo bi dobro proučiti, pošto njihovo često isticanje može izmeniti značenje cele rečenice, a time i vaše poruke. Npr. rečenica „Ja vam tvrdim da tom odlukom možete poboljšati celokupno poslovanje“ je dobar primer.

Ova rečenica izgovorena prirodnom bojom i jačinom glasa bez posebnog isticanja reči može zvučati prijateljski, nudeći slušaocima vaše znanje i podržavajući naredne akcije koje će preduzeti vaš sagovornik. Ali šta se događa kada tu istu rečenicu ne izgovorite u jednakom tonu, već istaknete pojedinu reč.

- **JA** vam tvrdim da tom odlukom možete poboljšati celokupno poslovanje – Zvuči egoistički, budući da ste istakli važnost koju pridajete činjenici da ste vi taj koji je uočio rešenje i da negiranje mišljenja dovodi u pitanje vaš autoritet.

- Ja **VAM** tvrdim da tom odlukom možete poboljšati celokupno poslovanje – Zvuči izazivački, jer ste celu rečenicu usmerili na svoje slušaoce, od kojih se očekuje da postupe kao što ste rekli, ili da vam se suprostave.
- Ja vam **TVRDIM** da tom odlukom možete poboljšati celokupno poslovanje – Zvuči isključivo, bez mogućnosti diskusije i mogućih primedbi. Opet je istaknut vaš autoritet koji se dovodi u pitanje negiranjem tvrdnje, što može dovesti do sukoba.
- Ja vam tvrdim da **TOM ODLUKOM** možete poboljšati celokupno poslovanje – Zvuči manje isključivo, ali i dalje je pitanje kakve će biti posledice ako neko utvrdi da ta odluka nije baš tako dobra za buduće poslovanje.
- Ja vam tvrdim da tom odlukom **MOŽETE** poboljšati celokupno poslovanje – Ovo je već mnogo bolje. Ton je smireniji, poruka glasi „možete, ali postoje i druge opcije“; otvara mogućnost dalje rasprave o mogućim poboljšanjima predloga navodi prisutne na razmišljanje o mogućim rešenjima.
- Ja vam tvrdim da tom odlukom možete **POBOLJŠATI** celokupno poslovanje – Ovo je bilo jako dobro. Privukli ste pažnju slušalaca i širom otvorili vrata za nastavak prezentacije. Imajte na umu da vaši slušaoci znanjem ili informacijama, koje žele dobiti od vas, uvek nešto žele da poboljšaju (povećaju prihode, smanje troškove itd.) pa zato uvek naglasite reči koje ukazuju na to da vaša prezentacija može nešto poboljšati.
- Ja vam tvrdim da tom odlukom možete poboljšati **CELOKUPNO POSLOVANJE** – Opet ste na tankom ledu. U slučaju rasprave, možete dokazati da zaista poznajete njihovo celokupno poslovanje, pa ako u tome ne uspete, dovodite u pitanje vaše celokupno znanje (pa i ugled).

Taktično podučavanje

Taktično podučavanje je važno za pozitivno prihvatanje vaše prezentacije.

Započnite delove izlaganja, u kojima morate objasniti osnovne činjenice rečima: „kao što svi znate, ali su neki od vas možda i zaboravili“ , i tada nastavite s objašnjavanjem. Prenećete istu poruku, ali će nivo odbojnosti prema vama sigurno biti niži.

Još taktičnije slušaoce možete poučiti koristeći analogne rečenice kojima želite da pojasnite prezentaciju ili stvorite jednostavnu, usporenu sliku koja dodatno objašnjava vaše reči. Ali, pre nego što ih počnete koristiti, uverite se da su u vezi s temom vaše prezentacije, kako ne biste zbunili slušaoce. Nerealne, netačne, ponekad i glupe rečenice umesto da objasne vaše misli, mogu čak i srušiti celu komunikaciju sa publikom koju ste do tada stvorili.

Magnetizam očiju

Magnetizam očiju je toliko jak da govornik njime može da probudi i zaspale pojedince u publici samim gledanjem u njih. Nervozni početnici trebalo bi pažljivo da koriste ovu snagu i da izbegavaju direktan kontakt s očima pojedinca, jer ako njihove oči odraze snagu vaših i još ih pojačaju svojom snagom, možete se međusobno hipnotisati. Takvi slušaoci mogu ukočiti vaše misli, pa ćete izgubiti koncentraciju na prezentaciju.

Počnite prezentaciju gledanjem u fiksnu tačku u sredini, a onda gledajte na obe strane prostorije za prezentaciju, iznad glava prisutnih, time ćete ostaviti utisak da ih naizmenično sve posmatrate. Kako stižete samopouzdanje, pogledajte pojedine delove publike, opet naizmenično i izaberite prijateljsko lice za smirenje, ili neprijateljsko lice da biste dobili stimulaciju. Ako izvodite prezentaciju na savetovanju ili nekom drugom skupu, ne zaboravite da se ponekad okrenete prema predsedavajućem (ili osobi s nekom drugom vodećom funkcijom), pristojno je ponekad ga uključiti u vaše napomene, to se najčešće pozitivno ocenjuje.

Briga za slušaoce

Dobar govor je stvar vaspitanja, odnosno brige o drugima. Sledeći saveti će obezbediti pažnju vaših slušalaca:

- Mislite na njih tako da vaše misli i reči koje im prenosite budu jasni.
- Olakšajte prenos misli od jedne do druge ideje koristeći rečenice koje ih jasno povezuju.
- Omogućite im lakše pamćenje vaših reči ponavljajući važnije činjenice da bi ih lakše zapamtili.
- Omogućite im lakše praćenje vaše prezentacije korišćenjem jednostavnih i jasnih reči objašnjenja.
- Izbegavajte iritiranje publike mumljanjem, lošim izražavanjem ili stalnim ponavljanjem pojedinih reči.
- Steknite prijatelje u publici toplim, blagim humorom i dobrim raspoloženjem, kao i korišćenjem reči iz kojih zrači simpatija i razumevanje.

Većina prisutnih će vas slušati jednom i možda nikad više. Ali, dobar utisak o vama, koji će stvoriti zadovoljstvo što su nešto novo naučili ili čuli korisne informacije, razumeli nešto što im pre toga nije bilo jasno, ili su jednostavno uživali slušajući i posmatrajući vas, mogu doprineti širenju dobrog mišljenja o vama kao prezentatoru.

Slušaoci koji su više puta prisustvovali vašim prezentacijama zadovoljstvo korisno provedenim vremenom mogu zaključiti odlukom da i sledeći put dođu na vašu prezentaciju. Imajte uvek na umu da su zadovoljni slušaoci najvažnije merilo kvaliteta vaših prezentacija.

Govor tela

Govor nije jedini posrednik u komunikaciji vaših misli sa slušaocima. Vaše telo takođe prenosi vaše poruke, bili vi toga svesni ili ne. Poruku mogu preneti vaše ruke, oči, osmeh, mimika lica ili način kretanja.

Poruka tela može biti i pogrešno shvaćena, naročito ako (najčešće) rukom pokazujete znake koji jednoj grupi znače ono što vi pokazujete, dok drugoj grupi znače nešto drugo, najčešće uvredljivo i nepristojno. Ovde je bitno da se ukaže na važnost usklađivanja vaših nesvesnih i svesnih pokreta s govorom tokom prezentacije.

Nesvesni pokreti

Kada smo sigurni u sebe, naše ruke su otvorene i okrenute prema slušaocima. Na našu zbunjenost ili strah ukazaće prekrštene ruke ili noge i spuštenu ramena. Osmehom ćemo ukazati na zbunjenost ili na zadovoljstvo. Kada ne govorimo istinu, naši će očni kapci brže treptati ili ćemo gledati u stranu.

Ovih nekoliko primera ukazuje na brojnost znakova koje nesvesno šaljem osobama s kojim komuniciramo. Iskusnom poznavacu poruka koje šaljem telom neće biti potreban naš govor da bi znao šta zapravo želimo da kažemo.

Predlažem vam zato da pratite i uočavate pokrete koje činite u pojedinim situacijama. Kad ste sigurni šta znači većina pokreta, vežbajte njihovu kontrolu. Vežbom nastojte da svesno kontrolišete pokrete svoga tela kako bi i vaš govor i vaše telo preneli istu poruku slušaocima.

Svesni pokreti

Prezentaciju po pravilu drži govornik koji stoji. Pravilo je da je najbolje prilagoditi se situaciji i biti u onom položaju u kojem se najugodnije osećate (a da ne iritirate slušaoce), ali bolje je stajati, jer tako dajete prednost tehnikama govora tela.

Stajanje ne znači sedenje na nogama, već odmereno kretanje po prostoriji, što vam može pomoći da se opustite i koncentrišete. Nemojte hodati nervozno, dozvolite slušaocima da ih vaše kretanje i pokreti opuste, povežite svoj glas i govor tela.

U svakodnevnom životu ruke koristimo kao „vizuelni“ govor, pa je gestikuliranje rukama tokom prezentacije sasvim normalno. Morate paziti da tokom prezentacije ne koristite gestove koji su uvredljivi ili prosti u društvu iz kojeg dolaze slušaoci.

Izbegavajte mlataranje rukama i stavljanje ruku u džepove, ne dižite ruke iznad nivoa ramena, jer ćete dobiti grčeve, izbegavajte i gestove koji mogu izgledati kao pretnja.

U rukama možete držati neke predmete, ako vam to pomaže da se koncentrišete ili vam može pomoći tokom prezentacije.

To može biti npr. uzorak proizvoda, olovka, štapić za pokazivanje i slično, ali se ne igrajte tim predmetom. Takođe ne koristite predmete koji odvrćaju pažnju ili negativno utiču na koncentraciju slušalaca.

Oblačenje i lična higijena

Budući da se morate prilagoditi slušaocima i vaše oblačenje treba da odgovara onome što očekuju od vas.

Najčešća odeća tokom prezentacija ipak su , kod muškarca, odelo s kravatom, ili kod žena, dnevni komplet ili kostim. Urednost i čistoća odeće i obuće je nešto što se podrazumeva.

Odelo može pomoći pri ostavljanju prvog utiska, i stoga ne nosite smeđe cipele uz crno ili tamnoplavo odelo, kravatu sa kariranim uzorkom uz košulju na pruge i slično.

Lična higijena je nešto što se podrazumeva, zato uvek budite čisti i uredni.

Prostor

Prostor je osnovna osobina i nužan uslov svake trodimenzionalne predmetnosti. U njemu se krećemo i živimo. Kada govorimo o prezentacijama, prostor možemo podeliti na psihički i fizički (stvarni) prostor.

Psihički prostor je prostor komunikacije sa ljudima. S nekim ljudima komuniciramo na većoj udaljenosti, nekima dozvoljavamo da nam se fizički približe. One koje volimo dodirujemo i ljubimo, dozvoljavajući im pristup na najmanju udaljenost, koji prelazi u fizički kontakt.

Većina nije svesna da svako od nas brani različite delove svog prostora, zavisno od nivoa ugroženosti koju oseća ulaskom neke osobe u pojedine delove prostora. Ova podsvesna „odbrana teritorije“ ponašanje je koje delimo sa svim živim bićima na Zemlji i potrebno je znati svoje reakcije u određenom prostoru, da bismo ih mogli što uspešnije kontrolisati.

Fizički prostor je prostorija u kojoj održavate prezentaciju. Zavisno od vrste prezentacije izaberite veličinu, akustičnost, uređenost i tehničku opremljenost prostorije, da biste uspešno sprovedli prezentaciju. Loše izabran prostor može uveliko uticati na kvalitet vaše prezentacije i raspoloženje slušalaca.

Psihički prostor

Reakcija čoveka na prostor oko sebe podsvesna je reakcija. Ljudsko korišćenje prostora ukazuje na odnose s drugim ljudima, na mogućnost da im se približe ili udalje. Prostor koji koristi većina ljudi podeljen je na četiri zone: intimni prostor, lični prostor, društveni prostor i javni prostor.

Intimni prostor okružuje nas na udaljenost na 30 santimetara. U tom prostoru kontakt dozvoljavamo samo osobama kojima u potpunosti verujemo. Svaki tuđi nedozvoljen prodor u taj prostor izaziva trenutnu odbranu.

Lični prostor se nalazi 30 do 100 santimetara oko nas i deli se na bliski i na udaljeni lični prostor. I ovaj prostor možemo nazvati intimnim, ali reakcije su ipak ublažene ako nam se neko približi do te udaljenosti.

Društveni prostor se takođe sastoji od bližeg i daljeg područja. Blisko područje nalazi se jedan do dva metra oko nas i to je udaljenost na kojoj se najčešće bavimo ličnim poslovima. Na toj udaljenosti obično razgovaramo sa prodavcima, kolegama sa posla itd. Udaljeno područje nalazi se dva do četiri metra oko nas i u njemu se odvijaju formalniji društveni i poslovni odnosi.

Javni prostor u kojem se krećemo ima takođe bliže područje na udaljenosti od četiri do osam metara, dok granice daljeg javnog prostora određuje osam i više metara dalje od nas.

Prezentacije najčešće izvodimo u daljem javnom prostoru, ali ponekad se slušaoci nalaze i u našem društvenom prostoru. Kontrola naših odbrambenih refleksa može pomoći da „pristanemo“ na podelu tog prostora, budući da su i nama slušaoci „dozvolili“ ulaz u isti taj (ali ovoga puta njihov) prostor i ostanemo koncentrisani na prezentaciju.

Fizički prostor

Fizički prostor je stvarni prostor u kojem odražavate prezentaciju. Možemo ga podeliti na prostor govornika i prostor slušalaca.

Prostor govornika zauzima manji deo i obično obuhvata prostor u kojem se krećete, mesta gde se nalaze vaše stvari (sto, stolica) i tehnička oprema. Ostatak prostorije nazivamo prostor slušalaca.

Prostorija mora biti čista, uredna, klimatizovana i izolovana od bilo kakvog spoljnog ometanja. Pre nego što prezentacija počne, proverite:

- Postoji li u prostoriji tehnička i druga oprema, kao i priključci koje ćete koristiti,
- Ima li dovoljno električnih utikača i odgovarajućeg napajanja za opremu,
- Kakvo je osvetljenje,
- Da li je plafon dovoljno visok da se projektovana slika može videti i iz poslednjeg reda sedišta,
- Hoće li predmeti obešeni sa plafona ometati projekciju,
- Je li prostorija tiha i izvana neometana,
- Hoće li slušaoci imati dovoljno mesta za sebe i odložene stvari,
- Možete li regulisati temperaturu i ventilaciju vazduha,
- Nalazi li su u prostoriji telefon, telefaks, uređaj za umnožavanje ili neki drugi predmet koji može odvući pažnju slušalaca.

Tehnička podrška

Današnje prezentacije su nezamislive bez tehničke podrške. Bez obzira da li govorimo o običnoj kredi i tabli ili multimediji oprema koju nazivamo tehnička podrška pomoći će vam da glas dopre do slušalaca u poslednjem redu dvorane ili da slikom predstavite ono o čemu govorite.

Budite uvek sigurni da znate da koristite opremu koja se nalazi u prostoriji. Ako je to oprema koju još niste koristili, zamolite organizatore da vas upoznaju sa osnovama njenog korišćenja ili zatražite pomoćnika koji će rukovati opremom dok vi vršite prezentaciju.

Steknite naviku da pre svake prezentacije proverite da li je tehnička podrška u dobrom stanju. Ako se nađete u situaciji otkazivanja opreme, zamolite prisutne za trenutak strpljenja, proverite koliko je vremena potrebno da se oprema popravi i ponudite kratku pauzu.

Mikrofon

Mikrofon je od velike koristi kada držite prezentaciju u velikoj prostoriji. Bez mikrofona ćete morati ne prirodno da podižete svoj glas, što će iscrpljivati vaše glasne žice, ali i onemogućiti vas da s prisutnima komunicirate svojim prirodnim glasom.

Ako izgubite prednost prilagođavanja svoga glasa delovima govora, izgubićete i mogućnost da prezentaciju izvedete onako kako ste je pripremili. Od organizatora zatražite bežični mikrofonski kad god je to moguće. Bežični mikrofonski će vam omogućiti slobodno kretanje pred slušaocima i lakše korišćenje ostale (najčešće projekcijske opreme) .

Standardni mikrofonski, koji je žicom spojen sa pojačivačem, stvara opasnost od stalnih problema sa žicom. Ukoliko se odlučite za korišćenje klasičnog mikrofonskog učvršćenog za govornicu, postaćete nepokretni kao i govornica, a onda vas od dosade prisutnih može spasiti samo dobra priprema grafičkog dela prezentacije, ali tada glavnu ulogu u prezentaciji preuzima slika, a vi postajete prateći ton. Ako koristite mikrofonski proverite da li je nivo jačine u skladu sa veličinom prostorije, stvara li mikrofonski neprijatne šumove ili tonove i sl.

Kreda i tabla

Školska tabla i kreda su najstarija pomagala koja govornici koriste da bi obogatili svoje prezentacije i grafičkim prikazima. Ovo tehničko pomagalo je vrlo statično i onemogućava dobar kontakt s prisutnima tokom korišćenja. Ako govorite dok ste okrenuti prema tabli, prisutni će vas loše ili nikako čuti, pa je najbolje da tada čutite. Modernizovana varijanta klasične table je tabla od papira.

Među tehnička pomagala koja prekidaju vašu prezentaciju ubrajamo i kruženje uzoraka, modela, materijala (fotografija, tabela itd.) od ruke do ruke slušalaca. Ova pomagala koriste samo za prezentaciju malom broju prisutnih, tokom koje imate dovoljno vremena za govor, tablu i kredu, uzorke i fotografije, da ne biste dosadili prisutnima.

Pokazivači

Tokom korišćenja grafoskopa treba naglasiti pojedine detalje ili trenutke prezentacije. Tehnikom uključeno-isključeno jednostavnim pritiskom na prekidač, možete uspešno skrenuti pažnju publike na projekcijsko platno (uključeno) ili na sebe (isključeno).

Kada ne želite da pokažete celovitu informaciju na prozirnoj foliji, postavite komad hartije preko delova folije. Tako ćete sakriti određene elemente sve dok ne budete spremni da ih prikažete. Ako želite da naglasite pojedine stavke na foliji postavite svoju olovku na foliju pa će njena senka usredsrediti pažnju prisutnih na ono što ističete. Za to se mogu koristiti i plastični štapovi u obliku ruke.

Ako ste udaljeni od grafoskopa ili nekog drugog tehničkog pomagala možete koristiti duži štap ili štap na razvlačenje da biste na zidu ili platnu pokazali bitne elemente trenutnog dela prezentacije. U slučaju da šetate po prostoriji a želite da ukažete na bitne delove prezentacije dobro je koristiti uređaj s laserskom crvenom tačkom. Ovaj uređaj najčešće u obliku olovke omogućava da sa velike udaljenosti naglasite pojedine delove prezentacije, pa je dobro koristiti ga kad je prostorija za prezentaciju velika ili dugačka.

Multimedija

Multimedija je aparat koji omogućava prezentaciju sastavljenu od integrisanog teksta, zvuka, grafike i animacije, koji se mogu prikazati s video aparata (plejera) ili sa računara. Kompjuterska grafika, kompjuterske simulacije i fotografije mogu se iz računara direktno projektovati uz pomoć multimedije. Kamera i video plejer se koriste na malim i srednjim prezentacijama (obrazovni kursevi, seminari, prezentacije proizvoda i sl.). Mogu se upotrebiti sa televizijskim ekranom ili multimedijiskim projektorom.

Prednost multimedije je što omogućava kombinovanje govora prezentatora s nekoliko medija, a time i više promena ritma prezentacije, što obezbeđuje održavanje stalne pažnje prisutnih. Osim toga, multimedija omogućava govorniku da se odmori tokom prikazivanja filma ili slike uz koju je integrisan i ton. Vreme odmora pruža vam i priliku da pregledate beleške i pripremite se za nastavak prezentacije, ili da pažljivije osmotrite prisutne. Možda će vam pogled na njihova lica pomoći pri odluci treba li prezentaciju usporiti ili ubrzati. U svakom slučaju, upotrebom multimedije dobro pripremljena prezentacija može postići veliki uspeh. Prezentacija će postati celovit program tokom kojeg prezentator prestaje da bude samo govornik, već postaje voditelj kroz program, a upotreba posebnih efekata će zabaviti prisutne i motivisati njihovu pažnju.