



B&B  
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Diplomsko delo višješolskega strokovnega študija  
Program: Poslovni sekretar

# **PRIPRAVA IN IZVEDBA JAVNEGA NASTOPA**

Mentorica: Ana Peklenik, prof.  
Lektorica: Ana Peklenik, prof.

Kandidatka: Klavdija Papler

Kranj, junij 2008

## **ZAHVALA**

Najprej bi se rada iskreno zahvalila svoji mentorici in predavateljici gospe Ani Peklenik, ki je nalogo tudi lektorirala, za njene strokovne nasvete in usmerjanje pri nastajanju tega diplomskega dela.

Hvala tudi vsem študijskim kolegom, kolegicam, prijateljem, sorodnikom in znancem za izpolnjeno anketo.

Na koncu pa prisrčna hvala mojemu možu Jožefu Paplerju in vsem domačim, ki so me ves čas študija in ob nastajanju tega diplomskega dela spodbujali in mi dajali moralno podporo.

### IZJAVA

Študentka Klavdija Papler izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom gospe Ane Peklenik, prof.

Skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorskih in sorodnih pravicah dovoljujem objavo tega diplomskega dela na spletni strani šole.

Kranj, \_\_\_\_\_

Podpis: \_\_\_\_\_

## **POVZETEK**

Javno nastopanje ne temelji na prirojenih sposobnostih, pač pa na znanjih in spretnostih, ki si jih govorec pridobi z obilo vaje in trdega dela.

Na uspešnost javnega nastopanja vpliva govorec s poznavanjem nebesednih in besednih oblik komuniciranja. V besedno komunikacijo vključi dober govor, ki zajema predvsem tekoče, gladko govorjenje. Pri nebesedni komunikaciji pa je zelo pomembna govorica telesa. Govorec s poznavanjem nebesednih oblik komuniciranja, predvsem s pomenom kretenj, primerno držo, hojo, gestiko, izrazom na obrazu, pogledom, obleko in zunanjim videzom lahko naredi na poslušalce dober prvi vtis že ob samem prihodu na govorniški oder.

Pred nastopom nas ponavadi napade trema. Vendar nam malo treme le koristi, ker imamo občutek, da nismo dovolj dobri in se bolj trudimo. Vendar tremo lahko zmanjšamo z dobro pripravo in vajo na nastop.

Predstavitev začnemo načrtovati iz cilja predstavitve: kaj hočemo doseči. Cilj predstavitve obsega tudi udeležence, vsebino in potek predstavitve. Predstavitev mora biti naravnana na udeležence, tako da izpolnjuje njihova pričakovanja in interese. Predstavitev naj bi v udeležencih pustila določen vtis o predstavljeni temi. Da bi nam prisluhnilo čim več ljudi, mora biti predstavitev dobro pripravljena in zanimiva.

Vsak nastop naj ima uvod, jedro in zaključek. Popestrimo ga lahko s kakšno šalo, anekdoto ter z uporabo vizualnih pripomočkov za poudarjanje besed. Priprava na javni nastop zahteva pripravo govornega dela, gradiva za udeležence, prostora, vabil in podobno.

V začetku nastopa si skušamo pridobiti naklonjenost udeležencev in v osrednjem delu njihovo sodelovanje. V zaključku moramo preveriti, ali so udeleženci dobili želene informacije. Če je bil nastop uspešen, se zahvalimo vsem udeležencem za udeležbo. Po nastopu skušamo dobiti čim več povratnih informacij, ki so nam podlaga za izboljšanje nastopov v prihodnje.

## **KLJUČNE BESEDE**

Govorec, javni nastop, poslušalci, trema, ocenjevanje nastopa, predstavitev, nebesedno komuniciranje, besedno komuniciranje.

## **ABSTRACT**

Public appearance is not based on innate capabilities but on knowledge and skills that a speaker acquires by means of practice and hard work.

The success of public appearance depends on the speaker's knowledge of verbal and nonverbal communication forms. A verbal communication includes good speech with relaxed and smooth talking. At nonverbal communication the body language is extremely important. The speaker can make a good impression to the audience at the very beginning of his/her speech if he/she is familiar with nonverbal communication forms, of which the significance of gestures, appropriate poise, walk, gesticulation, mien, look, clothes, and external appearance.

Suffering from stage fright is usual before the public appearance. However, it is positive if not too bad since we have the impression that we are not good enough and make our best endeavours. Such stage fright can be decreased with good preparation and exercise.

The presentation is prepared regarding our target, i.e. what we wish to achieve. The aim of the presentation also includes the participants, contents and presentation course. Presentation should be oriented to the audience by fulfilling their expectations and interests. It is to make a certain impression about the subject of the presentation. Presentation has to be well prepared and interesting.

Each public appearance should consist of the introduction, the core and the conclusion. A joke, an anecdote and other visual aids can be used to make it more interesting. Preparation includes preparation of the speech, material for the audience, room, the invitation and similar.

At the beginning of the public appearance, we try to earn the audience's sympathy and then, in the central part, the participants' cooperation. In conclusion, we have to check if the required information was given to them. If the appearance was successful, we express our thanks to all the participants for their cooperation. After the appearance, we try to get as much feedback as possible, which helps us to improve our future public appearance.

## **KEY WORDS**

Speaker, public appearance, audience, stage fright, evaluation of public appearance, presentation, nonverbal communication, verbal communication.

## KAZALO

1 UVOD.....	2
2 NEBESEDNO KOMUNICIRANJE.....	4
2.1 GOVORICA TELESA.....	4
2.1.1 DRŽA.....	5
2.1.2 HOJA.....	6
2.1.3 PROKSEMIKA.....	7
2.1.4 GESTIKA.....	7
2.1.5 MIMIKA.....	9
3 BESEDNO KOMUNICIRANJE.....	14
3.1 ENOSMERNO KOMUNICIRANJE.....	14
3.2 GOVOR.....	15
3.3 GRADIVO ZA GOVORCA.....	16
3.3.1 OSNOVNI NAPOTKI ZA IZDELAVO SKRIPT.....	16
3.4 VABILO ZA UDELEŽENCE.....	17
3.5 OPREMA IN PROSTOR.....	17
3.6 PROJEKCIJSKA GRADIVA.....	18
3.6.1 PROSOJNICE.....	18
3.6.2 PROGRAM POWER POINT.....	19
3.6.3 DIAPOZITIVI.....	19
3.6.4 FILM IN VIDEO.....	21
4 PRIPRAVA NA JAVNI NASTOP.....	21
4.1 SMOTER IN CILJI NASTOPA.....	22
4.2 RAZČLENITEV GOVORA.....	22
4.2.1 UVOD.....	23
4.2.2 JEDRO.....	23
4.2.3 ZAKLJUČEK.....	25
4.3 ČASOVNI POTEK JAVNEGA NASTOPA.....	25
4.4 TEHNIKA 4-MAT.....	26
4.5 SNOVANJE SLOGA NASTOPA.....	27
4.6 PRESOJA POSLUŠALCEV.....	28
4.7 REZERVNA SNOV.....	28
4.8 GOVOREC V VLOGI OBLIKOVALCA, REŽISERJA IN IGRALCA.....	29
4.9 Z VAJO DO MOJSTRSTVA.....	30
4.10 TEHNIKE PREMAGOVANJA STRAHU.....	30
4.11 POMEMBNA JE SAMOZAVEST.....	32
4.12 PRIPRAVA PRIZORIŠČA.....	32
4.13 PREVERJANJE PRIPRAV.....	33
5 IZVAJANJE JAVNEGA NASTOPA.....	34
5.1 TREMA PRED NASTOPANJEM.....	35
5.2 UČINKOVIT GOVOR.....	37
5.3 VEŠČINE JAVNEGA NASTOPA.....	37
5.4 RAZPRAVA.....	38
6 GOVORČEVE OBVEZNOSTI PO NASTOPU.....	39
6.1 OCENJEVANJE NASTOPA.....	40
6.2 ANALIZA NAPAK.....	40
7 RAZISKAVA.....	41
7.1 ANALIZA IN INTERPRETACIJA REZULTATOV.....	41
8 ZAKLJUČEK.....	58
LITERATURA.....	61

## KAZALO TABEL

<i>Tabela 1: Kaj pomeni govorica telesa?</i> .....	5
<i>Tabela 2: Kretnje in njihov pomen</i> .....	8
<i>Tabela 3: Pomen izrazov ust</i> .....	10
<i>Tabela 4: Pomen izrazov oči</i> .....	10
<i>Tabela 5: Pomen izrazov obrvi</i> .....	11
<i>Tabela 6: Možni slogi nastopa</i> .....	27
<i>Tabela 7: Spol anketirancev</i> .....	41
<i>Tabela 8: Izobrazba anketirancev</i> .....	42
<i>Tabela 9: Starost anketirancev</i> .....	43
<i>Tabela 10: Koliko ste samozavestni?</i> .....	43
<i>Tabela 11: Koliko javnih nastopov imate za sabo?</i> .....	44
<i>Tabela 12: Kako bi opredelili vaš odnos do nastopanja?</i> .....	45
<i>Tabela 13: Kako bi ocenili sebe kot govorca?</i> .....	45
<i>Tabela 14: Kaj se vam pri uporabi veščin javnega nastopa zdi pomembnejše?</i> .....	46
<i>Tabela 15: Koliko časa porabite za priprave?</i> .....	47
<i>Tabela 16: Kaj storite, če izgubite rdečo nit pogovora?</i> .....	48
<i>Tabela 17: Ali imate pripravljeno tudi rezervno gradivo za krizne razmere?</i> .....	48
<i>Tabela 18: Kdaj najraje odgovarjam na morebitna vprašanja?</i> .....	49
<i>Tabela 19: Kam ima med nastopom govorec usmerjen pogled?</i> .....	49
<i>Tabela 20: Pomoč pri izvajanju javnega nastopa</i> .....	50
<i>Tabela 21: Katere avdiovizualne pripomočke najpogosteje uporabljate pri nastopu?</i> .....	51
<i>Tabela 22: Kako pri nastopu dosežete lepo zvoneč glas?</i> .....	52
<i>Tabela 23: Ali analizirate svoj nastop?</i> .....	52
<i>Tabela 24: S kom analizirate svoj nastop?</i> .....	53
<i>Tabela 25: Kaj najpogosteje analizirate po nastopu?</i> .....	54
<i>Tabela 26: Imate pred javnim nastopom tremo?</i> .....	55
<i>Tabela 27: Kako najpogosteje doživljate tremo pred javnim nastopom?</i> .....	55
<i>Tabela 28: Na kakšen način odpravljate tremo pred javnim nastopom?</i> .....	56
<i>Tabela 29: Ali je po vašem mnenju trema lahko pozitivna?</i> .....	57

## KAZALO SLIK

<i>Mimika obraza</i> .....	9
----------------------------	---

## KAZALO GRAFOV

<i>Graf 1: Razmerja</i> .....	4
<i>Graf 2: Spol anketirancev</i> .....	42
<i>Graf 3: Izobrazba anketirancev</i> .....	42
<i>Graf 4: Starost anketirancev</i> .....	43
<i>Graf 5: Samozavest anketirancev</i> .....	44
<i>Graf 6: Število javnih nastopov</i> .....	44

<i>Graf 7: Kako bi opredelili vaš odnos do nastopanja?</i> .....	45
<i>Graf 8: Kako bi ocenili sebe kot govorca?</i> .....	46
<i>Graf 9: Kaj se vam pri uporabi veččin javnega nastopanja zdi pomembnejše?</i> .....	46
<i>Graf 10: Koliko časa porabite za priprave?</i> .....	47
<i>Graf 11: Kaj storite, če izgubite rdečo nit pogovora?</i> .....	48
<i>Graf 12: Ali imate pripravljeno tudi rezervno gradivo za krizne razmere?</i> .....	48
<i>Graf 13: Kdaj najraje odgovarjam na morebitna vprašanja?</i> .....	49
<i>Graf 14: Kam ima govorec med nastopom usmerjen pogled?</i> .....	50
<i>Graf 15: Pomoč pri izvajanju javnega nastopa</i> .....	50
<i>Graf 16: Avdiovizualni pripomočki</i> .....	51
<i>Graf 17: Kako pri nastopu dosežete lepo zveneč glas?</i> .....	52
<i>Graf 18: Analiza nastopa</i> .....	53
<i>Graf 19: S kom analizirate svoj nastop</i> .....	53
<i>Graf 20: Kaj najpogosteje analizirate po nastopu?</i> .....	54
<i>Graf 21: Trema pred javnim nastopom</i> .....	55
<i>Graf 22: Kako najpogosteje doživljate tremo pred javnim nastopom?</i> .....	56
<i>Graf 23: Na kakšen način odpravljate tremo pred javnim nastopom?</i> .....	56
<i>Graf 24: Ali je po vašem mnenju trema lahko pozitivna?</i> .....	57



# 1 UVOD

*Misel Winstona Churchila: »Dober govor je sestavljen iz zanimivega začetka in iz učinkovitega zaključka – razmak med začetkom in koncem pa naj bo kolikor je le mogoče kratek.«*

*(Lerche, 1996, str. 45))*

Vsakdo se v življenju vsaj enkrat sreča z javnim nastopanjem. Da v tem postane uspešen, pa si mora pridobiti ustrezna znanja, spretnosti in javno nastopanje vztrajno vaditi.

Javni nastop ni le pojavljanje v medijih, kot so televizija, radio, gledališki oder ... Med javne nastope lahko uvrstimo tudi vsakdanja srečanja z ljudmi, različna predavanja, skratka nastope, ki potekajo pred poslušalci oz. gledalci, zato velja paziti na dober prvi in prav tako dober končni vtis. Prvi trenutki našega javnega nastopa so pomembni zato, ker oblikujejo sodbo o našem nadaljnjem izvajanju. Če je prvi vtis plašen in nezanesljiv, ga bomo kasneje težko popravili. S svojim zadnjim vtisom pa v poslušalcu pustimo sliko, ki ga bo spremljala še dolgo po javnem nastopu.

Nastopanju v večini primerov botruje tudi trema. Človek se odzove tako, da mu srce prične hitreje biti, spremeni se ritem njegovega dihanja, se poti, tresejo se mu roke, slabo mu je itd. Trema je posledica človekovega duševnega in telesnega odziva. Vsak posameznik jo občuti po svoje, zato se tudi zunanji znaki razlikujejo od človeka do človeka. Vse to pa govornik odraža z govorico telesa. Trema je zagotovo eden od pomembnejših dejavnikov, čeprav je včasih prav zoprna in nadležna, mnogi trdijo, da nastop brez nje ne more biti učinkovit. Zmerna napetost namreč učinkuje kot pozitivni stres, ki nam pomaga, da nastop oziroma predstavitev izpeljemo kar najbolje, vendar pa ne sme prerasti v brezglavi strah, ki nastopajočega »hromi«. Naše telo je v času treme v stresu, za katerega je značilno stanje visoke napetosti. Zato je zelo pomembno, da se posameznik v takih trenutkih sprosti in umiri, saj bo le sproščen lahko uspešno in učinkovito nastopil pred občinstvom.

Poslovnih predstavitev v poslovnem svetu je veliko. V diplomski nalogi smo vse informacije, ki jih govorec potrebuje na poti do izvedbe uspešnega javnega nastopa, razdelili na pet poglavij:

- NEBESEDNO KOMUNICIRANJE;
- BESEDNO KOMUNICIRANJE;
- PRIPRAVA NA JAVNI NASTOP;
- IZVAJANJE JAVNEGA NASTOPA TER
- GOVORČEVE OBVEZNOSTI PO NASTOPU.

Poglavje o nebesednem komuniciranju sporoča, da govorec s poznavanjem pomena nebesedne komunikacije prepozna nebesedna sporočila poslušalcev, hkrati pa prikrije marsikatero svojo neprijetno lastnost. Glavni adut pri izražanju nebesedne komunikacije je namreč govorica telesa. To področje se ukvarja s preišljenimi in nezavednimi reakcijami.

Govorico telesa smo obravnavali po naslednjih poglavjih:

- DRŽA,
- HOJA,
- PROKSEMIKA,
- GESTIKA,
- MIMIKA,
- NASMEH,
- POGLED,
- OBLEKA IN OSEBNI VIDEZ,
- TREMA.

V tem poglavju dobimo koristne napotke, kako naj nastopimo pred občinstvom, da bomo nanj naredili čim boljši vtis.

V poglavju o besednem komuniciranju smo obravnavali gradiva, ki so za izvedbo javnega nastopa nepogrešljiva, za kar pa moramo imeti ustrezno znanje in veščine. Med ta gradiva so zajeta:

- GRADIVA ZA GOVORCA;
- VABILO ZA UDELEŽENCE;
- OPREMA IN PROSTOR;
- PROJEKCIJSKA GRADIVA.

Govorec dobi koristne napotke za izdelavo skript, izve, kaj naj bo zajeto v gradivu za poslušalce ter katero projekcijsko gradivo je najprimernejše.

V poglavje o pripravi na javni nastop smo zajeli razčlenitev govora in časovni potek le-tega, presojo poslušalcev in uporabo možnih slogov nastopanja. V tem poglavju govorca opozorimo tudi na to, kako pomembna je priprava rezervne snovi za krizne razmere, govorca prikažemo v vlogi oblikovalca, režiserja in igralca, poudarimo pomembnost vaje javnega nastopanja in opišemo pomembne tehnike sproščanja. Prišli smo do zaključka, da vaja dela mojstra.

V poglavju Izvajanje javnega nastopa podajamo govorniku pomembne napotke za doseg dobrega prvega vtisa na poslušalce, napotke za odpravljanje treme pred javnim nastopom ter napotke za doseganje učinkovitega govora. Govornika seznanimo tudi s temeljnimi veščinami, potrebnimi za javno nastopanje, ter lastnostmi dobrega govornika.

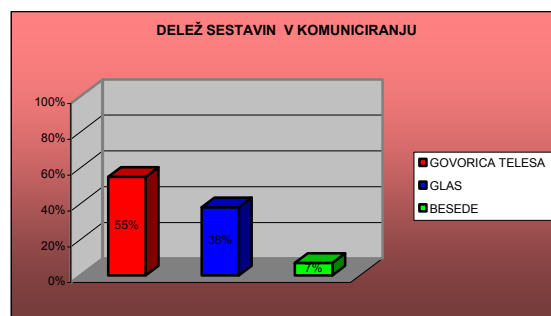
V zadnjem poglavju teoretičnega dela diplomske naloge govornika opozorimo na to, da se njegov nastop ne konča v trenutku, ko prepusti govorniški oder naslednjemu govorniku ali ko odide še zadnji poslušalec, kajti govornika sedaj čakajo še morebitne obveznosti do poslušalcev, ocenjevanje svojega javnega nastopa in analiziranje le-tega. Z analiziranjem svojega javnega nastopanja spozna govorec svoje napake in jih skuša odpraviti, s tem pa prispeva k izboljšanju svojega nastopanja v javnosti.

## 2 NEBESEDNO KOMUNICIRANJE

Nebesedno komuniciranje pomeni komuniciranje z nebesednimi sredstvi. To so mimika, gestika, gibanje v prostoru, zavzemanje različnih položajev v njem, dotik, vonj, zvočna podoba govora. Je nezavedno in zavedno obnašanje ljudi v prostoru.

Nebesedno komuniciranje je zelo težko obvladovati, čeprav je staro toliko kot človeški rod. Z nebesednim komuniciranjem lahko govorec poslušalcem že ob samem prihodu ogromno pove. Manj vešč govorec bo tako tudi med javnim nastopom svojim poslušalcem izdal marsikaj, česar ne bi hotel, dovolj ozaveščen poslušalec pa izve tako mnogo več kot iz izrečenih ali zapisanih besed. Ko kombiniramo besedno komunikacijo z nebesedno, se ti dve lahko dopolnjujeta ali pa sta si v neskladju. Nebesedno izražanje je lahko delno naučeno, vendar določeni izrazi niso pod našim zavestnim nadzorom.

Nebesedno sporočamo z obleko, obutvijo, modnimi dodatki, kozmetiko, pričesko, avtomobilom itd. (Florjančič, Ferjan, 2000) Toda človek hote ali nehote sporoča tudi s svojim telesom in besedno intonacijo. (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998) Vtis, ki ga naredimo, je v največji meri določen z govoricco telesa (55 %), z glasom (38 %) in šele nato s pomenom besed (7 %).



Graf 1: Razmerja

### 2.1 GOVORICA TELESA

Govorica telesa temelji na izgovoru brez besed, to se pravi na značilnostih obnašanja posameznika, obsega vsako refleksno ali nerefleksno gibanje katerega koli dela ali pa celega telesa, ki na nek način oddaja svoje čustveno stanje zunanjemu svetu.

Znanost o govoricci telesa se torej ukvarja z našimi reakcijami, od premišljenih pa do nezavednih. Možnost, da pravilno razberemo govoricco telesa, je močno povezana s čustveno inteligenco, za katero smo ugotovili, da je v poslovnih stikih tako pomembna kot umske sposobnosti.

<b>GOVORICA TELESA</b>	<b>LAHKO POMENI</b>	<b>POGOSTO POMENI</b>
<b>PRASKANJE PO NOSU</b>	laganje, nejevoljo	srbeč nos
<b>NAGIBANJE NAZAJ NA STOLU</b>	vzvišenost, aroganco	sproščenost, utrujenost
<b>ROKE V ŽEPU</b>	molčečnost, zadržanost, morda potrtost	hladne roke, brskanje za kovancem
<b>PREKRIŽANE ROKE</b>	obrambo, negotovost, potrebo po zagotovitvi	mrazenje, sproščenost
<b>PREKRIŽANE NOGE</b>	obrambo, zatrtost, nemara sovražnost	udobno mu je (moški); ženstvenost (ženske)
<b>ZEHANJE</b>	težak položaj, zdolgočasnost	utrujenost, neprezračen prostor

*Tabela 1: Kaj pomeni govorica telesa? (Clayton, 2004, str. 28)*

Možina, Tavčar, Kneževič (1998) pravijo, da govorica telesa obsega:

- držo in hojo ljudi;
- proksemiko (položaj in gibanje ljudi v prostoru);
- gestiko (kretnje rok, nog in glave);
- mimiko (izraz obraza in oči).

### 2.1.1 DRŽA

S pomočjo drže se lahko naučimo razumeti govorico telesa. Tako bomo lažje sklepali, kaj mislijo ljudje okrog nas. To, da se zavedamo te zvrsti sporazumevanja, je lahko osnova za naše medsebojne odnose, obenem pa tudi sposobnost, ki jo nekateri uporabljajo zato, da druge izkoriščajo. Ljudje to počnejo z govorico telesa in ne z besedami. Poznavanje govorice telesa in njeno razumevanje nam pomaga pri spoznavanju našega telesa. Ko začnemo sprejemati signale, ki jih tudi razumemo, jih začnemo takoj tudi sami oddajati, kar pomeni, da lahko bolje nadzorujemo, obenem pa smo pri tem tudi bolj uspešni. (Fast, 1973)

Mihaljčič (2000) še dodaja, da z držo telesa izražamo svojo samozavest, družbeni položaj, predstavo o sebi. Čim bolj naravnost stoji govorec, tem bolj pokončna je njegova notranja drža. Tak govorec ni niti negotov (nagnjenost naprej) niti ošaben (nagnjenost nazaj). (Birkenbihl, 2000)

Po drži lahko sklepamo, kaj se dogaja med dvema človekoma ali med člani skupine. Naše telo, čustva, razum delujejo kot celota in vsaka naša misel, ki je lahko zavedna

ali nezavedna, povzroči pri nas telesni gib, kar povzroči določeno spremembo v drži telesa. Te spremembe v drži pa so odvisne od naših misli in čustev. (Ucman, Stare - Draginc, 2002)

Govorec lahko s svojo držo izraža notranje počutje in razpoloženje (Florjančič, Ferjan, 2000):

- Če si pokrije obraz z rokami, lahko pomeni, da je v hudi notranji stiski ali da se nečesa močno sramuje.
- Povešena glava in pogled, zazrt v tla, skoraj zagotovo izražata žalost.
- Razprte roke pomenijo toplino in iskrenost.
- Pokončna drža z rokami, uprtimi v bok, pomeni samozavest in prepričljivost.
- Roke, sklenjene na prsih, izdajajo, da je govorec živčno napet in da se poslušalcev »brani«.
- Naslanjanje na govorniški pult ali pohištvo kaže na nesamostojnost.
- Govorec, ki z obema nogama trdno stoji na tleh, posreduje stranski občutek o lastni samostojnosti in stabilnosti.
- Govorec, ki med govorom ne sklanja glave, ne umika pogleda in nima glave previsoko dvignjene, kaže na odločnost in samozavest. (Mihaljčič, 2000)

Gibi so pripomoček in skupaj z argumenti, mimiko in govornim delom tvorijo skladno celoto. Pravilno uporabljene kretnje označujejo notranjo pristnost, verodostojnost in zanimanje. Roke naj bodo vidne. Poslušalcem ne bo všeč, če jih bomo skrivali za hrbtom ali jih prizadevno tlačili v žepe. Drobnji gibi pogosto delujejo plašno in neznatno; širše in bolj iztegnjene roke pa navadno kažejo na zanesljivost in suverenost. Nikar ne kažimo s prstom na poslušalce, izogibajmo se dvignjenemu prstu, saj bo zmanjšal simpatičnost, pa tudi poučevalen način govora ni tisto, kar bi zanimalo še koga poleg učencev v šoli. Prstom torej ne dajmo preveč svobode, medtem ko naj dlan ostane odprta. (Thiele, 1995)

Pokončnost je zavestna, vendar ne sama po sebi. Govorec lahko svojo pokončno držo in gibanje vadi tako, da se postavi tesno ob steno, nato pa zakorači v prostor. (Možina, Tavčar, Knežević, 1998)

## 2.1.2 HOJA

»Nekateri avtorji menijo, da o hodečem veliko pove smer njegovega pogleda.« (Birkenbihl, 2000, str. 58) Navzven usmerjeni človek gleda naprej, na pot, ki jo ima pred seboj, in zaznava vse, kar je zanimivega na tej poti. Navznoter usmerjeni človek pa gleda bolj »navznoter«. Glavo ima sklonjeno in pogosto ne zaznava niti poti niti ovir. Svoj pomen ima tudi to, kako kdo premika noge. Človek, ki dviga kolena tako, da so zmeraj najbolj sprednji del telesa, izdaja previdnost in negotovost. »Tako hojo imajo vojaki, ki hodijo po minskem polju.« (Birkenbill, 2000) Nasprotno pa izdaja človek, ki trdno stopa na pete in so najbolj spredaj stopala, moč in odločnost. (Birkenbihl, 2000)

Veščemu poslušalcu bo govorec z načinom hoje že v prvih trenutkih srečanja povedal osnovne informacije o sebi.

### 2.1.3 PROKSEMIKA

Za govorca zelo pomembno področje so prostorski pasovi v prostoru okoli človeka. (Florjančič, Ferjan, 2002) Človekov odnos do življenjskega prostora imenujemo proksemika.

Kadar govorec nastopa pred veliko skupino poslušalcev, govori običajno iz družbenega pasu ali javne razdalje, če pa stopi izza govorniškega pulta med udeležence, preide v družabno območje, kjer je občutek o neposrednosti komuniciranja mnogo močnejši. (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998) Napačno izbrani prostorski pas je lahko tako za govorca kot tudi za poslušalce zelo moteč in neprijeten.

Značilni pasovi v človekovem osebni prostoru so:

**Intimni pas** obsega razdaljo od 15 do 46 centimetrov. To je prostor, ki ga človek varuje kot svojo lastnino in smejo vanj le ljudje, na katere je čustveno navezan (otroci, starši, zakonci, ljubimci).

**Osebni pas** obsega razdaljo od 46 centimetrov do 1 oz. 2 metrov. To je prostor, v katerega stopamo, kadar se pogovarjamo z osebo, s katero se veliko družimo, se že poznamo ali se spoznavamo (sodelavci v službi).

**Socialni pas** obsega razdaljo od 1 oz. 2 metrov do 3 oz. 6 metrov. Je prostor, v katerem se gibljemo, kadar se srečamo z neznanimi ljudmi, poslovnimi partnerji itd.

**Javni pas** zaznamuje razdaljo nad 3 metri. Ta razdalja je rezervirana za govorce za govorniškimi odrom in omogoča boljšo izpostavljenost, povzdigne pomembnost in izjemnost položaja ter preprečuje razne motnje, ki bi jih lahko poslušalci izzvali (z mimiko, očesnim stikom ...). (Florjančič, Ferjan, 2000; Ucman, Stare - Draginc, 2002)

### 2.1.4 GESTIKA

»Gestika so gibi rok, nog, dlani, prstov, ramen in glave.« (Ucman, Draginc, 2002, str. 14).

Najbolj izrazna oblika komuniciranja z gibi je govornikova roka. Nekatere kretnje so edinstvene – značilne za vse ljudi, ne glede na to, v katerem družbenem okolju se nahajajo. V različnih okoljih in kulturah imajo kretnje različne pomen. Figa, pokazana z roko, ima pri nas zelo odklonilen odnos, medtem ko v Veliki Britaniji pomeni, da nekemu želimo srečo in uspeh. (Mihaljčič, Šantl, 2000)

Da bi izražanje gest doseglo pozitiven učinek, si mora govorec zapomniti tri temeljna pravila:

- kadar povemo kaj pomembnega, moramo svoje sporočilo podkrepiti z ustreznimi gestami,
- da naredimo dober vtis pri poslušalcih, roke premikamo le nad linijo pasu ali pod rameni,
- med izvajanjem nastopa nimamo nikoli rok v žepu, ker je ta kretnja med izvajanjem javnega nastopa neprimerna. (Mihaljčič, Šantl, 2000)

Med izvajanjem javnega nastopa se izogibamo predvsem naslednjim kretnjam:

- pritiskanju z rokami na govorniški pult,
- kazanju s prstom na poslušalce ali posameznika,
- praskanju po glavi,
- držanju rok pred usti med govorjenjem,
- če je mogoče, se izogibamo zehanju med javnim nastopom, če pa se nam že zeha, poslušalcem ne smemo dati vedeti, da se dolgočasimo. (Mihaljčič, 2000)

Poznavanje pomena nekaterih uporabljenih kretenj govorce ob javnem nastopu zelo koristi. S pomočjo poznavanja teh kretenj se lahko nezaželenih negativnih kretenj odvadi. Hkrati pa tudi opazujemo poslušalčeve kretnje in na ta način izvemo značilnosti poslušalcev.

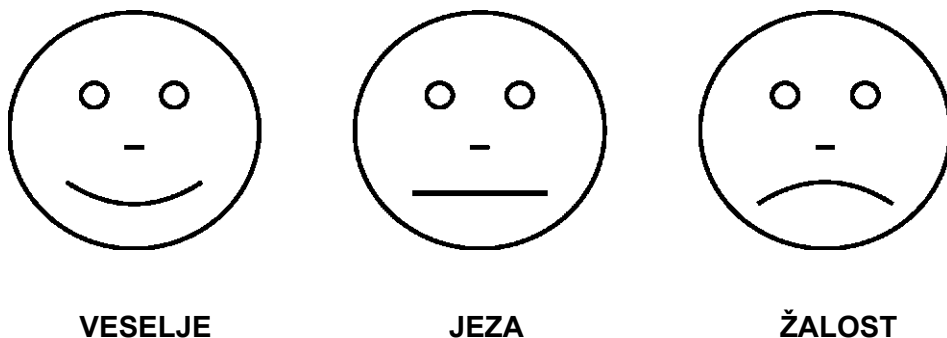
KRETNJE	POMEN
Razprte dlani pri sogovorniku	Odkritost, poštenost
Dlan, obrnjena navzgor	Podrejenost
Dlan, obrnjena navzdol	Avtoritarnost
Roke in dlani na mizi	Pripravljenost
Iztegnjen palec	Ukaz, grožnja
Stisnjena pest	Napadalnost
Dlani pokonci in vzporedno	Distanciranje
Drgnjenje dlani ob dlan	Veselo pričakovanje
Počasno drgnjenje dlani	Premetenost, potuhnjenost
Sklenjene roke	Samozavest
Trdno sklenjene roke	Frustracija, sovražnost
Dotik lica in brade z rokami	Dolgčas
Glajenje brade	Odločanje
Praskanje in trepljanje po glavi	Laganje, prikrivanje
Obe roki prekržani čez prsi	Obramba, odklonilno stališče

Tabela 2: Kretnje in njihov pomen (Možina, Tavčar, Knežević, 1998; Pease, 1997)

## 2.1.5 MIMIKA

Mimiko predstavljajo izrazi obraza, preko katerih izražamo svoja čustva, občutke in misli. Sem prištevamo tudi vsa gibanja glave, na primer prikimavanje.

Obrazne mišice je težko nadzirati. Tako lahko pogosto opazujemo, da kdo na zunaj deluje mirno, ker se je naučil nadzorovati svoje roke (na primer tako, da preplete prste, da se z njimi ne bi živčno igral). Vendar se bo pokazal notranji nemir, ki ga bomo najprej videli na obrazu. Svojih obraznih mišic ne poznamo dovolj dobro, zato jih je izredno težko obvladati oziroma z njimi manipulirati, kar nam preprečuje, da bi jih obvladali. Običajno ne vemo, kako izgledamo oziroma kako delujemo na druge. To, da vemo, kako težko je upravljati z lastno mimiko, ni pomembno samo zato, da bi jo nadzorovali, ampak nam ta informacija pomaga tudi pri razlagi znakov drugih. Ker se tudi ti običajno ne zavedajo svoje mimike, se nanjo lahko zanesemo. Študij mimike obraza lahko razdelimo na dve področji, na mimiko samo in na videz. Pod zadnjim ne razumemo trenutnega, nenehno spreminjajočega se izraza, ampak običajne poteze posameznikovega obraza. To imenujemo prirasla mimika. Če nekdo pogosto izraža nezadovoljstvo, tako da stiska ustnice in poveša njihove koticke, potem ni čudno, če to z leti preraste v tako imenovane gube nezadovoljnosti. To so globoko vrezane gube, ki potekajo od ustnih koticikov navzdol. K videzu sodi tudi razlaga oblike obraza in nosu.



Slika 1: Mimika obraza (Mihaljčič, 2000, str. 37)

Med govorjenjem z mišicami različno zategujemo usta. Na ta način tudi govorec poslušalcem sporoča svoja čustva (veselje, žalost, jezo, razočaranje, začudenje, ponos, ljubosumje, strah itd.). Z usti (in tudi z očmi) se tudi smeji. Smeh je ena najstarejših vrst sporočanja. Nasmeh, če je iskren in nevsiljiv, je pri javnem nastopu izrednega pomena. (Mihaljčič, 2000)



ZNAK	POMEN
<b>Poudarjeno zaprta</b>	Redkobesednost, odklanjanje stika, odločnost
<b>Močno stisnjena</b>	Strah pred stikom, občutljivost, odpor, jeza
<b>Odprta</b>	Začudenje, presenečenje, strah
<b>Odprta ves čas</b>	Pomanjkanje kontrole nad samim seboj
<b>Zaprta, ustna koticica malo dvignjena</b>	Samovšečnost, plehkost, sladkobnost
<b>Ustna koticica obrnjena navzdol</b>	Energična obramba
<b>En ustni kot dvignjen</b>	Ošabnost
<b>Spodnja ustnica med zobmi</b>	Sramežljivost, zadrega

Tabela 3: Pomen izraza ust (Mihaljčič, 2000, str. 40)

»Na obrazu so še posebej zgovorne oči. Naš pogled je eden najpogostejših in najbolj učinkovitih nebesednih signalov, ki nosi ogromno sporočil. Lahko je sovražen ali prijazen, prazen ali nemiren, pogumen ali preplašen, bahaški ali skromen, vabeč ali odbijajoč, vesel ali žalosten ...« (Mihaljčič, 2000, str. 37)

ZNAK	POMEN
<b>Pogled naravnost</b>	Odprtost, čista vest, pošteni nameni, zaupanje
<b>Povešen pogled</b>	Potuhnjenost, zadržanost, neiskrenost, nevoščljivost, zavist
<b>Mežikanje, utripanje z očmi</b>	Zadrega, negotovost, slaba vest, lahko živčna motnja
<b>Na pol priprte oči</b>	Jeza, prizadetost, bolečina, obramba
<b>Zožene oči</b>	Zbranost (koncentracija), odločnost, nezaupljivost
<b>Sijoč pogled</b>	Radost, sreča, veselje, ponos
<b>Razširjene, velike oči</b>	Zanimanje, osuplost, strah
<b>Top, prazen pogled</b>	Utrujenost, raztresenost, nezainteresiranost
<b>Pogled mimo sogovornika</b>	Negotovost, zamišljenost, ošabnost, kaznovanje sogovornika
<b>Pogled navzdol</b>	Ponižnost, predaja
<b>Pogled navzgor</b>	Brskanje po spominu, zgražanje
<b>Umikanje pogleda</b>	Laž, neiskrenost, slaba vest, občutek krivde

Tabela 4: Pomen izrazov oči (Mihaljčič, 2000, str. 39)

Z obrvmi podkrepimo sporočila, ki jih pošiljamo z izrazom na obrazu. »S privzdigovanjem in spuščanjem ter mrščenjem obrvi dodamo nekakšno »piko na i« temu, kar sporočamo z očmi in izrazom ust.« (Mihaljčič, 2000, str. 38)

ZNAK	POMEN
Privzdignjene	Presenečenje, začudenje, nejevernost
Spuščene in namrščene	Jeza, zgražanje, gnus
Pogosto privzdigovanje	Posmeh, šaljiv odnos, humor

Tabela 5: Pomen izrazov obrvi (Mihaljčič, 2000, str. 40)

Zelo zgovorno pa pripoveduje o govorniku tudi njegov:

- nasmeh;
- pogled;
- glas in
- osebni videz.

## Nasmeh

Nasmeh je izraz naših čustev, našega odnosa do drugih ljudi. (Kneževič, 2006) Kitajski pregovor pravi: »Kdor se ne zna smejati, naj ne odpre trgovine.« (Birkenbihl, 2000, str. 82) Ta pregovor nam pove, da človek, ki se ne zna smejati, tudi do sebe »ni dober«. Ni na čistem s samim seboj, ni v sebi umirjen, je nezadovoljen itd. (Birkenbihl, 2000)

Z nasmehom je bolje nekoliko pretiravati. Govorec, ki ni ravno vesele narave, se lahko nasmeha tudi nauči, vendar ne tako, da nenaravno razvleče ustnice, temveč tako, da lica kot dve jabolki zavestno dvigne proti očem. (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998)

Če govorec ne bo čutil dobronamernosti, blagosti in dobrohotnosti, potem na njegovem obrazu ne bo pravega nasmeha, ki je zrcalna slika notranjih čustev. (Kneževič, 2006) Nasmeh, če je iskren in nevsiljiv, je pri javnem nastopu izrednega pomena. (Mihaljčič, Šantl, 2000)

## Pogled

Pogled v oči je na eni strani sredstvo sporočanja stališč, na drugi pa je sredstvo govorca za pridobivanje povratnih informacij s strani poslušalca. Dober stik z očmi pomeni, da pogled potuje od očesa do očesa in se nekoliko premika. Sogovornik nas navadno pogleda, ko začne govoriti. Potem pa gleda stran in nas spet pogleda, ko končuje ali neha govoriti. Poslušalec pa skoraj stalno gleda govorca in mu s tem sporoča, da ga posluša. (Kavčič, 2000)

S sogovorniki nenehno navezujemo stik:

- beganje z očmi daje vtis nemira, slabe vesti,
- v dvojici ali manjši skupini zadržimo pogled na posamezniku 5 do 15 sekund,
- v veliki skupini 4 do 5 sekund,
- sogovornika je mogoče naenkrat gledati le v eno oko, mnogi si raje izberejo sredino čela,
- v veliki skupini nima le posameznik občutka, da ga gledamo, temveč še vsi okrog njega. (Možina, Tavčar, Knežević, 1998)

Možina, Tavčar, Knežević (1998) razlagajo, da smer pogleda kaže težišče misli, kar pa je refleks, ki ga ni mogoče zavestno obvladati.

Torej sogovornika ne gledamo vedno naravnost v oči, posebej ne dlje časa. Poslovni pogled je usmerjen v trikotnik med ustni in obema očesoma. Socialni pogled podaljšuje trikotnik med očesoma do prsi. Intimni pogled pa vključuje celega govornika. (Kavčič, 2000)

Florjančič in Ferjan (2000) poudarjata, da govorečev pogled lahko povzroči pri poslušalcih neprijetne občutke, zato naj govorec upošteva pomembne nasvete:

- V majhni skupini naj se govorec s pogledom na poslušalca ustavi le za 5 do 15 sekund.
- V veliki skupini pa se naj njegov pogled na poslušalca ustavi le za 4 do 5 sekund.
- Poslušalce naj pogleduje v sredino čela, kajti tako nima občutka, da ga govorec gleda, niti posameznik niti ostali poslušalci. (Možina, Tavčar, Knežević, 1998)
- Pogleda naj ne obrača preveč sunkovito z ene na drugo stran prostora.

## Glas

Za izvedbo uspešnega javnega nastopa je pomembno, da govorec ne govori preveč tiho, saj ga poslušalci ne bodo razumeli, prav tako pa ne preveč na glas. Svoj glas lahko izboljša le z obvladovanjem intonacije, barve glasu, jakosti ter tempom in premori.

»Zvočni vtis govora je pomemben del komuniciranja.« (Mihaljčič, 2000, str. 20) Sodi v nebesedno komuniciranje, čeprav je na prvi pogled videti drugače. (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998)

Glas je govorčeva specifična posebnost, prav tako kot njegove oči. Ljudi namreč ne prepoznavamo samo po njihovih očeh, ampak tudi po njihovem glasu. Prav tako kot nas lahko očara s svojim pogledom, nas lahko pridobi zase tudi s prijetnim glasom. (Lerche, 1996)

Vsak človek ima značilno:

- besedno intonacijo, ki je lahko glasna ali tiha, počasna ali hitra, mehka ali trda, jasna ali neizrazita, v sopranu ali basu, z rastočimi, padajočimi ali spremenljivimi poudarki ali monotono – in še kaj (Možina, Tavčar, Kneževič 1998);
- barvo glasu, ta je človeku prirojena in jo zavestno ali podzavestno spreminja. (Florjančič, Ferjan, 2000)

Glas izdaja naša čustva, energetski naboj, zdravstveno stanje, tremo ipd. Glasu ne moremo v celoti nadzirati, zato govorec med javnim nastopom razkriva svoje razpoloženje, čeprav lahko svoj glas prilagaja (utiša, prilagodi ritem, poudarke, naglase) načinu govora, situacijam in vsebini sporočila (Ucman, Stare - Draginc, 2002). Prijeten, lepo zveneč glas je simpatičen in dobro dene poslušalcu. Običajno so s takšnimi glasovi obdarjeni nekateri moški, medtem ko ženske navadno govorijo z višjim glasom. Če zaupamo samemu sebi, bo prijetno zvenel tudi naš glas in to, kar bomo povedali, bo zvenelo bolj prepričljivo.

Lepo zveneč glas dosežemo, če se med govorjenjem urimo v pravilnem dihanju. Priporočljivo je tudi kaj zapeti, kadar koli je to mogoče. (Lerche, 1996)

## **Obleka in osebni videz**

Pri govorčevem stilu oblačenja sta pomembna dva dejavnika:

- elegantnost (lepe, skladne oblike in barve) ter
- urejenost oz. negovanost.

Ko poslušalci opazujejo govorce, se osredotočijo na obraz, oči in morda roke. Skratka, na najbolj »zgovorne« dele telesa, ki zavzemajo kvečjemu 10 % vidne površine govorčevega telesa. Vse drugo prekrivajo oblačila, lasje in pri moških morda brada. (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998)

Pri izbiri obleke moramo vsakič misliti na nastop. »Kralj mora izgledati kot kralj.« (Enkelmann, 1997, str. 131) Bodimo pozorni na skrbno oblačenje. Prvih 30 sekund, ko stopi skozi vrata tujec, si o njem hitro ustvarimo sliko.

Najpomembnejše so prve sekunde:

- izgled in obleka (urejen, neurejen ...),
- oči in izraz na obrazu (prijazen, tuj, nevtralen ...),
- nastop, telesna drža in kretnje (zanesljive, negotove, jezne, aktivne ...). (Thiele, 1995)

»Urejenost ne velja le za obleko. Negovana pričeska, urejena ali gladko obrita brada, urejeni nohti in zobje, brezhibna čistoča in duh po svežem so okvir, brez katerega so težave v poslovnem komuniciranju neizbežne.« (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998, str. 54) Brez urejenosti je brez pomena najdražja obleka in čevlji, nakit, da o ličilu in še čem ne govorimo.

V zaključku te teme pa si še pogledjmo nekaj nasvetov, s katerimi si bomo zagotovili pozitivni prvi vtis:

- ostanimo zvesti sami sebi in bomo sledili svojemu osebnemu prepričanju;
- upoštevajmo pričakovanja svojega občinstva;
- iščimo odprte in poštene odgovore pri ljudeh, kar nam bo dalo potrebno trdnost za to, da si ustvarimo kar najboljšo zunanjo podobo;
- izbirajmo spodobno in urejeno obleko;
- imejmo raje premalo nakita kot preveč;
- izogibajmo se skrajnostim, kot so mini krila, globoki dekolteji, dramatično ozka krila ali hlače, izzivalna obleka;
- čez dan uporabljajmo samo toaletno vodo, parfum prihranimo za zvečer;
- ne imejmo predolghih nohtov;
- bodimo naličeni nevsiljivo. (Thiele, 1995)

## 3 BESEDNO KOMUNICIRANJE

Besedno komuniciranje je lahko govorno ali pisno. Posvetili se bomo predvsem govornemu. Ustno poslovno komuniciranje je še vedno ocenjeno kot najuspešnejše in zato ga je priporočljivo pogosto uporabljati. Njegove prednosti so zlasti hitrost, celovitost pri sporočanju pomena, možnost presoje skladnosti verbalnega in neverbalnega sporočanja, neposredno preverjanje razumljivosti in zasebnost. Njegove pomanjkljivosti pa so nedokumentiranost in manjša natančnost kot pri pisnem komuniciranju. Besedno komuniciranje je lahko dopolnilo ali nadomestilo pisnega komuniciranja.

### 3.1 ENOSMerno KOMUNICIRANJE

Možina, Tavčar, Kneževič (1998) pravijo, da pri javnem nastopu potuje sporočilo le v eno smer, in sicer od pošiljatelja (oddajnika) k prejemniku (sprejemniku). »Enosmerno komuniciranje deluje uradno, prihrani čas, še posebej, če je

namenjeno številnim prejemnikom.« Takšno komuniciranje je še zlasti primerno za posredovanje preprostih sporočil, ob katerih ni dvomja in nerazumevanja.

Govorno komuniciranje ima vrsto prednosti in tudi slabosti.

#### PREDNOSTI:

- je hitro;
- običajno obsega tudi povratno informacijo (če prejemnik podvomi, ali je sporočilo prav sprejel, lahko s povratnim informiranjem hitro odkrije napako in sprejeto sporočilo popravi) ter
- omogoča sočasno komuniciranje z več ljudmi.

#### SLABOSTI

Slabosti govornega komuniciranja se pokažejo, kadar si sporočilo podaja daljša vrsta ljudi. Čim več ljudi sodeluje pri prenašanju sporočila, tem več je možnosti, da se bo v komuniciranju pojavila neurejenost, kar pomeni, da se lahko sporočilo, ki doseže prejemnika, močno razlikuje od poslanega oz. prvotnega sporočila.

## 3.2 GOVOR

Ena od najvažnejših prvin za učinkovit javni nastop je **gladkost** govora. Dali smo jo na prvo mesto, saj zaseda najvišjo oceno v primerjavi z drugimi prvinami. Človek ima lahko vso potrebno resnobo, šaljivost, izkušenost, tehniko in dober glas, manjka pa mu gladkosti. Brez tega ne more biti dober govornik. (Casson, 1995)

H gladkosti govora bo pripomogel bogatejši besedni zaklad, saj bo poudaril našo izrazitost, obenem pa bo tudi moč naših misli dobila večjo veljavo, zato moramo svoj besedni zaklad vedno bogatiti.

Gladkost dosežemo tako, da:

- se urimo v hitrem govorjenju,
- skušamo govoriti čim bolj z lahkoto,
- smo med javnim nastopom zbrani,
- govorimo brez mašil (»hm«, »aaa«),
- govorimo neprisiljeno in preprosto,
- upoštevamo poudarke. (Casson, 1995)

Samo dober **glas** ni pogoj za uspešen govor. Pri javnem nastopu govorimo z odprtim grlom, da bo glas dovolj glasno zvenel. Kadar nastopamo, vselej govorimo razločno in opazujemo tudi govorjenje drugih. Za dober glas na prostem dolgo in globoko dihajmo.

**Izgovorjave** se učimo toliko časa, dokler ne bomo znali razločno, odločno in gladko govoriti, kajti pravilno izgovarjanje daje govoru učinkovitost, ki se kaže v tem, da nam pri govoru enako dobro služijo ustnice, zobje in jezik. Govorimo počasi in pazimo na soglasnike. Pri vsem tem nam bo najbolj v pomoč glasno domače branje.

**Kretnje**, ki so v skladu z besedami in ki jih kot govorniki pravilno izvajamo, podvojijo govorniško moč, ker napravijo vtis tudi na oko poslušalcev.

Če bomo obvladali vse prvine, ki smo jih našeli, ni bojazni, da nam javni nastop ne bi stekel po pričakovanjih.

### 3.3 GRADIVO ZA GOVORCA

Vsebina in urejenost gradiva morata izhajati iz ciljev nastopa, iz lastnosti udeležencev ter iz prostorskih, časovnih in drugih danosti. Ocenjuje se, da je za pripravo vsake ure predstavitve potrebno deset ur priprave. Poslušalec teh priprav ne sme zaznati. Mora dobiti občutek, da govornik, ki sproščeno in učinkovito pove svoje, govori na pamet in si sproti izmišlja vsebino, poudarke, primere in dokaze.

Vsebino in strukturo učinkovitega govora si kaže skrbno pripraviti ter zapisati, tako da:

- začetniki napišejo popolno vsebino in izdelajo skripta,
- izkušeni govorniki napišejo le teze govora z opombami o izvedbi.

Praviloma se priprava nastopa začne z zbiranjem gradiva:

- prvo je zbiranje iz različnih virov (literatura, mediji, dokumentacija),
- drugo je zbiranje spoznanj in izkušenj sodelavcev, prijateljev, znancev, poslovnih partnerjev, strokovnjakov za posamezna področja.

Sledi urejanje in členjenje gradiva. Le-tega kaže urediti z vidika vsebine, zahtevnosti občinstva. Tudi za najkrajše govore si govorec v začetku napiše vsaj en stavek za uvod in konec.

Govorec svojo učinkovitost oceni z razumljivostjo, uspešnost pa s prenosom misli v besede. Izgovorjene besede naj poslušalcem pomenijo isto kot govorniku in naj bodo tako zložene v stavke, da ne kazijo smisla. (Heller, Hindle, 2001)

#### 3.3.1 Osnovni napotki za izdelavo skript

Možina, Tavčar, Kneževič (1998) priporočajo naslednje:

- Odstavke govorec označi s prednostmi (A, B, C) za izbiranje ob morebitni časovni stiski.
- Govorec prebere besedilo v kar najbolj realnih okoliščinah in zapisuje trajanje (besede na minuto!), in to enkrat brez vizualnih pripomočkov in enkrat z njimi.
- Opombe ob besedilu in v njem naredijo besedilo »slišno«: znaki za premore (/ = kratek, // = srednji, /// = dolg), oklepaj za (stransko misel), številke (1), (2), (3) za glavne misli,
- podčrtano za izgovorjen poudarek, \_\_\_\_\_ / za vstavke (video, avdio, prikazi),

- podčrtavanje z markerjem, puščice gor/dol za padajoči/rastoči glas ipd.: vsakdo si izdelava lasten sistem označevanja.
- Presledki med odstavki zagotavljajo preglednost.
- Skripta govorec prelaga in jih ne obrača.

### 3.4 VABILO ZA UDELEŽENCE

Temeljno pisno gradivo za vsako predstavitev je vabilo udeležencem. Zanj veljajo enaka pravila in vodila kot za vabila na sestanke. Vsebuje naj jasne informacije o vsebini in izvajalcih predstavitve, kraju, času in trajanju.

Vabilo naj prejmejo udeleženci dovolj zgodaj, da si lahko zagotovijo čas za udeležbo na predstavitvi, vendar ne prezgodaj, saj bi lahko pozabili nanjo. Kadar je udeležencem zaradi značilnosti njihovega dela potrebno poslati vabila predčasno, je smiselno po tem poslati še eno ali dve opozorili, ki vsebujeta informacije o predstavitvi, obenem pa obzirno ponoviti temeljne informacije vabila. (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998)

### 3.5 OPREMA IN PROSTOR

Ureditev prostora je odvisna od tega, kje je mesto govorca, kako je razporejeno občinstvo in kakšne so splošne možnosti za delo v prostoru. Mesto govorca se prilagaja priložnosti in kraju:

- V dvorani je govorec ponavadi za govorniškimi pultom ali za mizo, na odru ali sredi dvorane. Govorniški pult sicer olajša govorjenje ob predlogi, vendar deluje kot pregrada med govorcem in občinstvom.
- V konferenčni sobi je govorcevo mesto za mizo, na čelu, v sredini ali drugje. Govorec bodisi stoji ali sedi.
- Na prostem je govorec praviloma na vzvišenem mestu, lahko pa tudi med ljudmi. Dostikrat določa položaj govorca ozvočenje, včasih tudi prikazovalna oprema.

Prostor naj bo prijazen občinstvu. Sedeži naj bodo srednje udobni. Praviloma naj bi bili sedeži pokončni in enako veliki. Če je mogoče sedeže razporejati, naj bo med njimi dovolj prostora, da se ljudje počutijo manj utesnjene. Če je potrebno delati zapiske, je potrebno poskrbeti za primerne mize ali stole, ki imajo na naslonjalu majhno mizico za pisanje.

Za sodelovanje je pomemben občutek bližine med govornikom in slušatelji. V manjših prostorih se najbolj obnese okrogla miza; v srednjih pa mize s sedeži v obliki podkve ali amfiteatra. Velike predstavitve potekajo v dvoranah. Govorec skuša biti čim bližje udeležencem. Ne sme se postaviti previsoko nad poslušalce, temveč poskuša svoj položaj približati ravni občinstva.



Za učinkovito predstavitev je potrebna ustrezna vidnost. Razsvetljava ne sme biti tako močna, da bi motila projekcije in hkrati tudi ne prešibka, saj morajo udeleženci jasno videti govorca in imeti dovolj svetlobe, da lahko pišejo in berejo.

V neprimernem prostoru udeleženci drug drugemu zastirajo pogled na projekcije, čeprav je mogoče s pravilnim razporedom sedežev in druge opreme marsikaj izboljšati. Govorec mora paziti, da ne zastira pogleda npr. na tablo. Najbolj zaželen je neposredni govor, ki je boljši od ozvočenja. Le-to dostikrat spremeni govorečev glas, mikrofoni lahko ovira govorca in ni dostopen udeležencem. Dodatni pogoj je tudi dobra akustika prostora.

Kadar predstavitev poteka v tujem jeziku, je potrebno prevajanje. Le-to zahteva določen čas in lahko povzroči tudi zamike v samem prevajanju. Smiselno je, da govorec uporablja občevelni jezik ali enega od svetovnih jezikov. Bolje je spremljati dobro predstavitev v tujem jeziku, kot pa ugibati, kako je prevajalec razumel in kako prevedel besede, zlasti strokovne izraze.

Pomembni sta tudi primerna sobna temperatura in zadostno prezračevanje. Na predstavitvi ni dovoljeno kaditi, vendar je na daljših predstavitev treba poskrbeti za kadilce. (Heller, Hindle, 2001)

### **3.6 PROJEKCIJSKA GRADIVA**

»Slika je vredna več kot tisoč besed ali osem minut pripovedovanja.« (Možina, Tavčar, Knežević 1998, str. 344)

Projekcijska gradiva so nepogrešljiva sestavina dobre predstavitve. Pisna gradiva namreč poslušalci med javnim nastopom redkokdaj spremljajo, ker je težko sočasno poslušati govorca in iskati v pisnih gradivih ustrezno vsebino.

Projekcijska gradiva so namenjena vidnemu komuniciranju, oko ne vidi tehnologije, pač pa vsebino, barve, oblike, za vse pa veljajo ista vsebinska in oblikovna pravila ne glede na tehniko.

#### **3.6.1 PROSOJNICE**

Najpogostejši vizualni pripomočki za predstavitve so prosojnice za grafoskop. To so prosojni listi, na katere se napišejo besede in narišejo slike, nato pa grafoskop te oznake projicira na steno ali na platno.

Med predstavitvijo je možno s posebnim pisalom na prosojnice dodajati pripombe in popravke. Druga prednost predstavitve z grafoskopom je v tem, da sobe, v kateri poteka predstavitev, ni potrebno tako zatemniti kot pri predstavitev z diapozitivi.

Nekaj nasvetov za snovanje prosojnic (Možina, Tavčar, Knežević, 1998):

- vsebine naj bo toliko, kolikor je mogoče s tiskanimi črkami napisati na kvadratni listek papirja;
- barva pisave naj bo temna (večinoma črna), barve naj bodo bolj namenjene likom, oznakam ipd., kajti preveč pisana prosojnica moti;
- izdelane naj bodo z računalniško tehniko, kar prosojnico naredi popolno, na roko napisane prosojnice imajo osebno noto;
- prosojnice morajo imeti izrazit rob, najboljši je ležeči format v obliki platna. Priporočljivo je pustiti nekaj neizrabljenega roba, kajti niso vsi projektorji prirejeni za format A4;
- prosojnice naj ločujejo beli listi, ki povečujejo preglednost, nanje pa si govornik lahko z velikimi črkami napiše opombe in navodila za potek predstavitve;
- dodajanje in odzemanje – vsebino je mogoče postopoma odkrivati z listom, položenim čez prosojnico; računalniška projekcija pa omogoča več zelo raznolikih načinov za dodajanje in odzemanje ter gibanje sestavin prikaza.

### 3.6.2 PROGRAM POWER POINT

Nova računalniška tehnologija nudi veliko lažje in hitrejše delo pri snovanju predstavitve. Govorci med izvajanjem javnega nastopa čedalje pogosteje uporabijo sodobno tehnologijo. Program Power point jim omogoča boljšo preglednost, poskrbi za projekcijo na več zaslonov hkrati.

Govorcu daje več možnosti za uspešno izvedbo javnega nastopa. Z video in zvočnimi predstavitevami lahko hitro doseže pravi multimedijski javni nastop. Le-ta nudi več fleksibilnosti in kreativnosti, kar govorniku omogoča, da naredi na poslušalce večji vtis.

### 3.6.3 DIAPOZITIVI

So najbolj preizkušeni vizualni pripomočki, ki predavatelju omogočajo, da poslušalcem nazorno prikaže fotografije, slike, risbe, besede, številke, preglednice, grafikone in diagrame.

Nasveti za pripravo slikovnega gradiva:

- omejiti po eno misel na sliko,
- ne uporabljati več kot po pet vrstic natipkanega besedila s po petimi besedami na vrstico za vsak diapozitiv,
- biti dosleden pri uporabi temnih črk na svetli podlagi in obratno,
- ne pretiravati z lepo okrašenimi črkami, kajti napisane besede morajo biti dobro čitljive,

- napisane črke morajo biti dovolj velike, da jih bodo razločili vsi poslušalci, tudi tisti, ki sedijo v zadnji vrsti,
- ne pretiravati z uporabo velikih črk, ker se s tem zmanjša možnost za občasne poudarke,
- izogibati se »prenatrpanemu« oblikovanju.

Raziskave so pokazale, da so diapozitivi ali drugi vizualni pripomočki, ki kombinirajo risbe, fotografije ali simbole s črkami, bolj učinkoviti kot same črke. Zelo pomembna je tudi barva, kar so dokazale obširne raziskave o psiholoških vplivih barv. Toda ključnega pomena pri uporabi barve je dejstvo, katera barva je uporabljena. Moškim so menda bolj všeč vijoličasta, temno modra, olivno zelena in rumena barva v naštetem vrstnem redu in te barve si tudi najlaže zapomnijo, medtem ko si ženske najbolj zapomnijo temno modro, ki ji sledijo olivno zelena, rumena in rdeča.

Nasveti, kako uporabljati barve pri preglednicah:

- barvno lestvico na diapozitivu je treba omejiti na dve do tri barve, smiselno je uporabljati žive barve za označevanje ključnih poudarkov,
- manj pomembne točke označite s svetlejšimi barvami,
- izogibajte se temu, da bi uporabili rdečo in zeleno barvo skupaj, saj barvno slepi ljudje teh dveh barv ne bodo mogli razločevati,
- dosledno uporabite iste barve za simbole ali za slike, ki se v predstavitvi pojavijo večkrat,
- za naslove in za ključna sporočila uporabljajte temne odtenke modre, zelene, rdeče in vijolične ter črno barvo.

Za predavanja z diapozitivi je potrebno upoštevanje naslednjih nasvetov:

- pomikanje diapozitivov, po možnosti upravljati z usmerjanjem na daljavo,
- za poudarjanje podrobnosti na platnu uporabljati laserski svetlobni kazalnik,
- zatemniti luči, vendar jih ne ugasniti popolnoma,
- upoštevati dejstvo, da utegnejo diaproyektorji povzročati določen ropot, zato temu primerno povzdigniti glas,
- projektor postaviti na dovolj visoko mesto, da bo slika na platno projicirana naravnost,
- govorec naj stoji ob strani projektorja in ne pred njim,
- gledati v občinstvo in ne na platno,
- opremo postaviti in preizkusiti pred prihodom občinstva,
- pred prihodom občinstva se prepričati, da je platno dobro vidno z vseh sedežev,
- zagotoviti rezervni čas za morebitne tehnične težave z opremo,
- takoj po koncu predvajanja diapozitivov ugasniti projektor in prižgati luči.

### 3.6.4 FILM IN VIDEO

Možina, Tavčar, Kneževič (1998) trdijo, da uporaba filma ali video posnetkov rado postane javni nastop zase in potisne govorca vstran, zato sta le redko kdaj narejena posebej za javni nastop.

Video je lažje in ceneje izdelati od filma in je prikladnejši za projiciranje na javnem nastopu, saj ga je mogoče poljubno ustavljati, iskati posnetke ipd., kakovost posnetka pa je slabša.

## 4 PRIPRAVA NA JAVNI NASTOP

Vsak govor mora biti ustrezno pripravljen. Za krajši govor zadostuje kar spontana priprava v glavi, daljši govor pa od nas terja sistematično pripravo.

Nastopanje pred javnostjo je veščina in nikakršna visoka znanost: terja znanje osnovnih konceptov, obilo priprav, obilo vaj in obilo trdega dela. Vse to pa poteka v »zakulisju«, onstran pogledov poslušalcev, zato se marsikomu zazdi, da uspe izvesti uspešen javni nastop le posebej nadarjenim, ne pa zelo doslednim in delavnim govorcem. (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998)

Menedžerji in strokovnjaki, ki so šibki v javnem nastopanju, radi verjamejo, da gre javno nastopanje dobro od rok le tistim, ki so za to posebej nadarjeni. Kar pa ni res. Poraba časa za pripravo govora je odvisna od dolžine govora in tudi od tega, koliko izkušenj ima govorci na področju, na katerega se govor nanaša. S temeljito pripravo premagamo prvo oviro na poti do dobrega govora. S pripravami moramo začeti pravočasno, da lahko odkrijemo pomanjkljivosti v govoru in da govor dodobra izpilimo.

Poznamo več vrst govorov in predavanj, značilnosti zgradbe in oblikovanja tovrstnih nastopov v javnosti pa so odvisne od tega, kaj želimo doseči s svojim nastopom. (Lerche, 1996)

Razlikujemo več vrst govorov:

- **informativni govor** poslušalcem posreduje določena spoznanja in podatke ter občinstvo stvarno in objektivno seznaniti z določeno temo. Dolžina govora je odvisna od njegove vsebine;
- **prepričevalni govor** je kratek in jedrnat, publiko hoče prepričati o zadevi, katere uresničitev je zelo pomembna in jih seznaniti z novo idejo. Govor je vedno subjektiven;
- **priložnostni govor** poudari določene dogodke. Ravna se po dani situaciji in tudi po osebi, ki jo nameravamo počastiti. (Enkelmann, 1997)

Pri načrtovanju javnega nastopa pa je zelo pomemben cilj našega predavanja. Najbolje je, da si ga zapišemo. Biti mora dosegljiv, jasen nam in udeležencem predstavitev.

Govoriti moramo o tematiki, ki nam je pri srcu in nas zanima. Pri poslušalcih bomo vedno dosegli pozitivni učinek, če v svoj govor vpletemo čim več lastnih misli, idej in svoje prepričanje. Zato si za začetek svoje govorniške kariere izberemo temo, ki nam je blizu že zaradi izobrazbe ali življenjskih izkušenj.

Praviloma pa se priprava začne z zbiranjem gradiva:

- prvo je zbiranje iz pisnih virov, kot so literatura, mediji, dokumentacija,
- drugo je zbiranje spoznanj in izkušenj sodelavcev, prijateljev, znancev, poslovnih partnerjev, strokovnjakov za posamezna področja,
- ustno posredovanje informacije kaže čim prej zapisati; isto velja za dodatne ideje, možne logične zveze in sklepe, ki se porodijo med zbiranjem gradiva. (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998)

Ena od učinkovitih metod je tako imenovani »brain storming« – možgansko viharjenje. Gre za to, da vsem mislim, ki se nam porodijo ob neki ideji, pustimo prosto pot. Pomembno je tudi, da smo pri zbiranju idej sproščeni in da se osredotočimo na snov govora. Iz besedila izločimo vse tisto, kar se nam zdi nepomembno oziroma preveč strokovno za naše poslušalce. Pretehtamo, kaj sodi v osnovo našega govora, kaj moramo poudariti in kaj samo omeniti.

## 4.1 SMOTER IN CILJI NASTOPA

Govorec naj si pred vsakim javnim nastopom postavi smoter predstavitve ter več temu smotru podrejenih ciljev:

- cilji ne smejo biti preveč številčni, osredotočiti se je potrebno na najpomembnejše,
- cilji naj bodo merljivi, dosegljivi, realni in izzivalni,
- upoštevati je potrebno kompleksnost obravnavanega področja, omejitve pri pripravljanju in pripravljenost poslušalcev. (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998)

## 4.2 RAZČLENITEV GOVORA

Govor razčlenimo na:

- UVOD,
- JEDRO in
- ZAKLJUČEK.

#### 4.2.1 UVOD

Je tisti del nastopa govornika, v katerem nakaže rdečo nit govora in pritegne pozornost poslušalcev ter se z njimi tesneje poveže.

Na začetku javnega nastopa je potrebno, da govorec:

- poslušalcem pove, o čem bo govoril;
- predstavi cilje svojega javnega nastopa;
- pove, zakaj ravno on predstavlja to temo;
- pove, zakaj je tema koristna za poslušalce;
- pritegne pozornost poslušalcev in jih s tem spodbudi, da bodo aktivno poslušali. (Mihaljčič, 2000)

Uvodni govor je najbolje zapisati besedo za besedo, ker bomo ob začetku verjetno še razburjeni, četudi se bomo poskušali sprostiti s priporočenimi tehnikami za sprostitvev. Vnaprej pripravljene stavke nam bodo v pomoč zato, da ne bomo že v začetku izgubili rdeče niti.

Za nagovor si izberemo takšno formulacijo, ob kateri se bodo poslušalke in poslušalci najlažje prepoznali. Oblika nagovora »spoštovane gospe in gospodje« je primernejša kot »zelo spoštovane gospe in gospodje«. Nikdar ne smemo pozabiti na žensko obliko nagovora. Lahko se uporabi primeren citat ali navedek, kratek seznam dejstev ali števil, vprašanja, izziv ali poziv k določeni akciji.

Govornik se pri nastopu lahko predstavi sam ali pa ga predstavi kdo drug. Posreduje lahko tiste podatke o sebi, za katere želi, da so omenjeni in ki bi utegnili zanimati poslušalce. »Pomembno je, da v uvodu spodbudi pozitivne predstave pri poslušalcih. Ne začeni z dolgim pozdravljanjem ali opravičilom.« (Florjančič, Ferjan, 2000, str. 31)

#### 4.2.2 JEDRO

V osrednjem delu, ki mu rečemo tudi jedro, poslušalcem govornik poda osrednjo misel govora skupaj z vsemi poudarki, ki jo mora tudi podrobneje pojasniti in razložiti. To pa lahko stori na več načinov.

Obstajajo štiri različne strategije:

- Izdela kronološki pregled od preteklosti preko sedanosti do prihodnosti.
- Opredeli pojavne oblike problema in njegove vzroke ter predlaga ali vsaj nakaže možne rešitve.
- Pojasni oblike problema in navede možne rešitve, potem pokaže, v katerih okoliščinah takšne rešitve ne delujejo. Nazadnje ponudi takšno rešitev, ki bo zanesljivo delovala.
- V zvezi s predlagano zamisljijo, načrtom ali izdelkom navede vse razloge ZA in PROTI.

Poslušalce pa je treba najprej navdušiti in nato še prepričati.

## Navdušenje poslušalcev

Enkelmann (1997) pravi, da če je govorec sposoben navdušiti sebe, bo navdušil tudi poslušalce.

Med daljšo predstavitvijo postajajo udeleženci vse bolj utrujeni. Govorec skuša utrujenost pri poslušalcih pregnati s presenetljivo ugotovitvijo, zanimivim primerom, mogoče celo šalo. Pozornost in navdušenje si govorec pridobi tudi s tem, da ves čas gleda občinstvo in ne bere. Bolje je vsako temeljno misel zajeti v nekaj opornih točk, vsaki oporni točki pa prirediti primere in ustrezne podatke. Poslušalec mora začutiti, da govorec ve, o čem govori.

Navdušenje ne deluje samo navzven, pač pa vpliva tudi na notranje delovanje:

- zmanjšuje živčno napetost;
- izboljšuje presnavljanje;
- spodbuja krvni obtok;
- povečuje izločanje endokrinih žlez;
- daje moč in energijo;
- pospešuje prebavo;
- ustvarja rezerve in
- povečuje dobro počutje.

## Prepričevanje poslušalcev

»Trdim, da lahko povprečen govor z močjo dovršenega nastopa ustvari boljši vtis kot dovršena vsebina, ki ji manjka volje.« (Thiele, 1995, str. 42)

Poslušalcem moramo dati vtis strokovnosti. Imeti morajo vtis, da tisto, kar povemo, tudi razumemo. Razumevanje bomo dosegli, če se bomo navezali na izkušnje in znane dogodke.

Dejavniki prepričevanja:

- videz,
- strokovnost,
- razumevanje,
- navdušenje in prepričanje vase,
- retorična predstavitev,
- sposobnost čutenja in spretnost argumentiranja,
- simpatičnost,
- zaupanje in verodostojnost. (Thiele, 1995)

### 4.2.3 ZAKLJUČEK

Ne glede na to, kako privlačen in zanimiv je bil uvod in kako prepričljivo je bilo jedro predstavitve, si govornik ne sme privoščiti spodrseljaja v zaključku.

Obvezno se je vrniti k izhodišču in osnovnemu namenu. Če je bil namen informiranje, je potrebno preveriti, ali so poslušalci v resnici sprejeli sporočilo govornika. To je pravi trenutek, ko je potrebno ponoviti ključne točke iz jedra govora, potem se predstavitev zaključi.

Če je bil namen predstavitve razvedrilo, ta ponovitev ni potrebna, kakor tudi odgovori na vprašanja. Tako sledi samo zahvala za pozornost in slovo.

Kadar pa je namen prezentacije predvsem prepričevanje, je tudi njen zaključek nekoliko pomembnejši.

Od poslušalcev se pričakuje določeno dejanje, sprejem sporočila, nakup izdelka, sprejetje zamisli ali celo sprememba mnenja. Govornik povzame svoje sporočilo, ponovi ključne točke, poslušalce pozove k določenemu dejanju, ponovi ugotovitve iz uvoda, vendar jim doda še svojo rešitev.

Če nastop prične z anekdoto, ga z drugo lahko konča, pri tem se lahko uporabljajo besedne igre, ki se bodo poslušalcem še posebej vtisnile v spomin. Dobra prezentacija se konča z optimizmom in s pozitivnim sporočilom, tudi kadar se obravnavajo problemi in težave. (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998)

## 4.3 ČASOVNI POTEK JAVNEGA NASTOPA

Ker je javni nastop časovno omejen, si mora govorec vsebino govora razporediti na:

- uvod, ki naj traja 15 % razpoložljivega časa,
- jedro, ki naj traja 75 % razpoložljivega časa ter
- zaključek, ki naj traja le 10 % razpoložljivega časa.  
(Florjančič, Ferjan, 2000)

Sestavine javnega nastopa:

- Javni nastop govorec razčleni na bistvene vsebine; za krajši javni nastop se omeji na 3 do 5 tem, poudarkov.
- Za vsako temo predvidi obseg, ki bi v pisnem besedilu obsegal 2 odstotka.
- V povprečju računa, da je v enem odstavku 125–150 besed in da potrebuje zanj povprečen govorec približno 1–2 minuti.
- Tudi za uvod in konec naj predvidi po en odstavek.



## 4.4 TEHNIKA 4-MAT

Tehnika 4-MAT je učinkovita tehnika, s pomočjo katere lahko uspešno izvedemo javni nastop. Pri tej tehniki si odgovorimo na petero vprašanj (Ucman, Stare - Draginc, 2002):

1. **Mini – kaj:** povemo, kaj natančno bomo počeli danes. Na kratko povemo temo in razlog srečanja.
2. **Zakaj:** lahko začnemo z zgodbo, metaforo, s konkretnim primerom (Saj poznate situacijo, ko ...).
3. **Kaj:** razlagamo podatke, dejstva, uporabljamo številke, statistične raziskave, predloge. Uporabljamo vizualizacijo podatkov s pomočjo tabel, prosojnic, programa power point ipd.
4. **Kako:** vprašamo se, kakšne vaje bomo načrtovali, kako bomo razvili razpravo, analizirali problem v živo, uporabili možgansko nevihto za nizanje novih idej. Vsebino skušamo predstaviti na konkretnem primeru.
5. **Kaj če:** naredimo povzetek, vprašamo se, kako bi vsebino prenesli v prakso, kako bi lahko novo znanje in informacije kar najbolj uporabili. Lahko povabimo nekoga, ki že ima tovrstne izkušnje, da pove svoje mnenje.

## 4.5 SNOVANJE SLOGA NASTOPA

<b>Koncept</b>	<b>Značilnost</b>	<b>Način predstavljanja - primeri</b>	<b>Ocena koncepta</b>
<b>Klasični</b>	Temelji na ponavljanju	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Povej jim, kaj jim boš povedal.</li> <li>• Povej jim, kar jim imaš povedati.</li> <li>• Povej jim, kaj si jim povedal.</li> </ul>	<p>Odlika koncepta je preprostost.</p> <p>Ker je težišče znano, je pozornost manjša.</p>
<b>Vprašanja</b>	Temelji na sodelovanju	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kam gremo?</li> <li>• Kako naj pridemo tja?</li> <li>• Koliko bo stalo?</li> </ul>	<p>Občutek aktivne vpletenosti občinstva. Terja odgovore na vsa vprašanja.</p>
<b>Vidiki</b>	Obravnavanje z več vidikov	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prednosti, slabosti, tveganja.</li> <li>• Kratkoročnost in dolgoročnost.</li> <li>• Tehnologija in čisto okolje.</li> <li>• Dobiček in kakovost življenja delavcev.</li> </ul>	<p>Vsestranskost povečuje verodostojnost predstavitve.</p> <p>Pozornost ne upade.</p> <p>Različnost interesov zaplete položaj govorca.</p>
<b>Seznam</b>	Temelji na kategorijah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trije problemi.</li> <li>• Pet zadev.</li> <li>• Ducat vprašanj.</li> </ul>	<p>Občinstvo lažje sledi strukturi predstavitve. Predolgi sezname porajajo odpor in nejevoljo.</p>
<b>Obdobja</b>	Preteklost, sedanost, bodočnost	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Iz analiziranja preteklosti usmeritve za prihodnost.</li> <li>• Znano sedanost lahko govorec obravnava kot preteklost, bodočnost kot sedanost.</li> </ul>	<p>Izkušnje so koristne.</p> <p>Nauki preteklosti ne veljajo vedno za prihodnost.</p>
<b>Za in proti</b>	Temelji na plusih in minusih	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notranje prednosti in slabosti.</li> <li>• Zunanje priložnosti in nevarnosti.</li> <li>• Prednostno razvrščanje.</li> </ul>	<p>Pristop navaja na objektivnost, na analitično obravnavanje zadev.</p> <p>Vključiti vse udeležence: glasovanje, ankete, delovanje skupine.</p>

Tabela 6: Možni slogi nastopa (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998, str. 204; Uzman, Draginc, 2002, str. 91)

## 4.6 PRESOJA POSLUŠALCEV

Možina, Tavčar, Kneževič (1998) poudarjajo, da skuša govorec s svojim javnim nastopom vplivati na stališča, delovanje in vedenje poslušalcev. Zato mora ugotoviti:

- koga želi prepričati, ga pridobiti, pritegniti in na koga vplivati;
- o čem želi poslušalce prepričati;
- kaj poslušalci že vedo o zadevi;
- kolikšno zahtevnost nagovora zmorejo poslušalci;
- kakšne so vrednote in kakšni so interesi ter nasprotujoči si interesi poslušalcev;
- kdo bodo poslušalci in ali je mogoče vplivati na njihovo sestavo;
- kdo bo ključna osebnost in kaj ji kaže povedati neposredno in posredno.

### **Govorec lahko pri poslušalcih izzove negativni vpliv:**

- z uporabo preveč podob in prispodob, ki na poslušalce delujejo napihnjeno;
- z uporabljanjem že zelo znanih primerjav in prispodob, ki poslušalce dolgočasijo;
- z uporabljanjem žargonskih izrazov, ki niso splošno znani. Z njimi naredi govorec na poslušalce vtis vzvišenosti;
- s prebogatom baročnim ali rokokojskim besedjem;
- z izgubo »rdeče niti«.

Govorec naj bo preprost in neposreden.

### **Govorec lahko pri poslušalcih izzove pozitiven vpliv s:**

- pozitivnimi izrazi, aktivnimi oblikami, pogojniki (samo za izražanje dvoma) ter konkretnostjo namesto abstraktnosti;
- preprostostjo govora: poenostavljati je veliko težje kot zapletati (bistro poenostavljanje poslušalcem predstavlja vedežnega govorca);
- počasnim govorjenjem: hitro govorjenje govorca je manj razumljivo, utruja poslušalce in ne ostane v spominu. (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998)

## 4.7 REZERVNA SNOV

Govorec naj si vedno pripravi rezervno snov, ki naj nadomesti vsaj polovico javnega nastopa. Če je pripravljen na naključja, bo nastopal bolje, manj bo pod stresom, lažje bo jasneje mislil, izboljša pa se tudi njegova samozavest. Rezervna snov še kako prav pride, če je potrebno javni nastop zaradi katerega koli vzroka podaljšati. Rezervna snov obsega tudi odgovore na vnaprej predvidena vprašanja poslušalcev. (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998)

Govorec lahko že med samim izvajanjem javnega nastopa nastavi poslušalcem past, tako da namenoma pove kaj manj jasno, kot bi lahko. Poslušalci ne vedo, da ima govorec odgovor že vnaprej pripravljen in da pripravljena prosojnica ali risba ni naključno pri roki, cenijo pa dober odgovor ali pojasnilo.

Navidezna improvizacija, imeniten in popoln odgovor, predvsem pa trdnost in samozavest povečujejo sloves govorca, da se »znajde«.

#### **4.8 GOVOREC V VLOGI OBLIKOVALCA, REŽISERJA IN IGRALCA**

Govorec se pri izvajanju javnega nastopa sreča s trojno vlogo:

- kot avtor, ki mora javni nastop oblikovati;
- kot režiser, ki lahko predstavi vsebino na različne načine in pri tem uporabi različna avdio-vizualna sredstva ter
- kot igralec, ki mora javni nastop izvesti.

**Govorčeva vloga oblikovalca in avtorja se odraža po naslednjih nalogah:**

- jasno mora določiti cilj svojega javnega nastopa,
- ugotoviti mora, kdo so poslušalci, da jim bo lahko priredil način javnega nastopa,
- ugotoviti mora, koliko so prisotni zainteresirani za javni nastop, predvsem pa zakaj,
- sam pri sebi mora razčistiti, kaj je tisto, s čimer želi seznaniti poslušalce,
- oceniti mora, koliko prisotni že vedo o obravnavani temi, o ciljih nastopa in o vsebini,
- predvideti mora povratna vprašanja in zanje pripraviti ustrezne odgovore,
- natančno mora predvideti časovni potek predstavitve.

**Govorec v vlogi režiserja** načrtuje način izvajanja predstavitve, pomožna sredstva, ki jih bo uporabil (vizualne pripomočke) in način njihovega koriščenja. Predvidi in načrtuje tudi potek izvajanja same predstavitve.

**Govorec mora kot režiser točno vedeti:**

- kako bo začel predstavitev (kakšen bo njegov začetni stavek);
- kako bo na koncu posameznega dela povezal obravnavani del v celoto;
- kdaj bo odgovarjal na morebitna vprašanja: bo to sproti ali na koncu predavanja;
- kako in na kakšen način se bo zahvalil vsem tistim, ki so sodelovali pri sestavi in pripravi njegove predstavitve.

## 4.9 Z VAJO DO MOJSTRSTVA

Uspešnost v javnem nastopanju ne temelji predvsem na prirojениh sposobnostih, temveč na pridobljenem znanju in spretnostih. Govorništvo je eno izmed področij v človeški dejavnosti, kjer vaja zares dela mojstra.

**Lastnosti dobrega govornca** (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998):

- Ve, da ima kaj povedati.
- Najde si dovolj čas za priprave.
- Nabira si vse več izkušenj.
- Ljudje ga upoštevajo kot osebnost.
- Je samozavesten in zaupa vase.
- Je prepričljiv.
- Zna povedati, kar je treba.

## 4.10 TEHNIKE PREMAGOVANJA STRAHU

Z uporabo tehnik sproščanja zelo učinkovito kljubujemo posledicam stresnih situacij, s katerimi se srečujemo vsak dan. S pomočjo tehnik si odpočijemo, obenem pa povečamo budnost in zbranost. Ko se sprostimo, se umirita dihanje in srčni utrip ter popusti mišična napetost. Poznamo različne tehnike sproščanja, kot so joga, avtogeni trening, mišična relaksacija, meditacija, vizualizacija itd. Nekaj tehnik si bomo pogledali v nadaljevanju. (Ucman, Stare - Draginc, 2002)

### Tehnika dihanja

Namen te terapije ni ustvarjanje nove tehnike dihanja, temveč učenje sproščenega in neprisiljenega dihanja. Večina ljudi namreč diha »prekratko«, njihov dih je »plitev«, površen. Dihalna terapija temelji na zavestnem dihanju in vadbi trebušnega in preponskega dihanja. Pljuča se dovolj prezračujejo, trebušna votlina pa dobi zadostno prekrvavitev. V middendorfski šoli izvajajo poleg tega lahke raztezne vaje in vokalno dihanje; določeni glasovi lahko namreč dihanje okrepijo.

### Avtogeni trening

Avtogeni trening je neke vrste avtosugestija, ki vpliva na stanje telesa in duha. V začetku tega stoletja je berlinski psihiater J. H. Schultz določil šest »formul«, ki so še danes osnova avtogenega treninga. Gre za pet vaj, ki poudarijo:

- občutek teže,
- občutek toplote,
- zaznavanje bitja srca,
- zaznavanje dihanja in
- koncentracijo (osredotočenje).

Sprostitev je rezultat koncentriranja. Za avtogeni trening je značilna uporaba gesel, ki jih je potrebno večkrat zaporedno ponoviti. Gesla morajo biti »zakopana« v podzavest, od koder vplivajo na telo. Večja je sprostitelj, bolj se bodo gesla zasidrila. Biti morajo kratka in jasna. Avtogeni trening vodi do splošne stabilizacije osebnosti.

### **Progresivna mišična relaksacija**

Pri mišični relaksaciji gre za sistematično mišično sprostitelj, ki uskladi delovanje vegetativnega živčnega sistema.

Tehnik mišične relaksacije je več. Najbolj poznana je progresivna mišična relaksacija po Jacobsonu. Postopek sproščanja je sestavljen iz izmeničnega napenjanja in sproščanja posameznih mišičnih skupin. Cilj je zaznavanje razlike med napetostjo in sproščenostjo. Sprostitev ima več stopenj. Začne se s sproščanjem rok in nog, sledi osredotočenje na dihanje in konča na mišicah govornih organov. Vaje povečajo prekrvavitev in izboljšajo preskrbo celotnega telesa s kisikom. Čez nekaj časa nastane jasn občutek toplega pretakanja in ščemenja v vsem mišičevju. Obvladovanje vaj omogoča zavestno zaznavanje in sproščanje posameznih delov telesa.

Uporaba mišic se omeji samo na tiste, ki so nujno potrebne za opravljanje posameznega giba. S to metodo se odpravijo in ublažijo mnoga bolezenska stanja ter vzpodbudijo obrambne sile organizma.

### **Vizualizacija**

Predstavljaljivost je vsakemu človeku sicer izkustveno dana, vendar pa se je potrebno tudi mentalne predstavljaljivosti naučiti. Najrazličnejše tehnike vizualizacije lahko povečajo samozaupanje, pospešijo učenje novih gibalnih spretnosti, omogočijo hitrejše odpravljanje napak, pripomorejo k boljšemu zdravju itd. Gre za opazovanje samega sebe v predstavi, za zavestno vodenje »dnevni sanj«, v katerih se ponavadi opravlja kakšna dejavnost. Znano je, da se med vizualizacijo neke gibalne aktivnosti dogajajo vsi tisti nevrofiziološki procesi, ki so značilni za fizično dejavnost, le da se odvijajo na precej nižji ravni intenzivnosti, zato ni težko razumeti, da mentalna vadba neke aktivnosti doseže podobno izboljšanje, kot če bi vadba potekala fizično.

Pri vizualizaciji je potrebna popolna sprostitelj. Pri tem pa je pomembnih več elementov:

- določitev cilja,
- ustvarjanje jasne zamisli in podobe,
- pogostost predstavljanja,
- pozitivna naravnost.

Pri vizualizaciji si pomagamo tudi z afirmacijami, to so pozitivne izjave. Z njihovo pomočjo nadomestimo negativne predstave s pozitivnimi mislimi. Afirmacije morajo

biti vedno pozitivne, kratke ter prilagojene posamezniku. Tehnike vizualizacije pripomorejo k bolj pozitivnemu sprejemanju samega sebe, kar je glavni pogoj za doseg cilja.

#### 4.11 POMEMBNA JE SAMOZAVEST

Vse tehnike in pravila dobrega javnega nastopanja in prepričevanja ne bodo govorniku nič pomagale, če nima poguma, da bi stopil pred poslušalce in spregovoril. Minimalna notranja gotovost, psihična trdnost in samozaupanje so temeljni kamni, brez katerih govorec ne more uspešno graditi javnega nastopa. (Thiele, 1995)

Govorec lahko oblikuje svojo samozavest tako, da:

- sprejme sebe kot osebnost;
- razvija duševno trdnost;
- sprejme svoj notranji nemir;
- svoj nastop vadi.

#### 4.12 PRIPRAVA PRIZORIŠČA

Če imamo možnost, da sami odločamo, kje bomo imeli predstavitev, moramo poiskati primeren kraj, kjer bomo to lahko uspešno opravili. Kje bomo imeli predstavitev, je odvisno od tega, za kakšno vrsto predstavitve gre in od kod bodo pripotovali naši udeleženci. Če bodo morali pripotovati od daleč, je prav, da predstavitev organiziramo tako, da bodo udeleženci lahko prenočili. Najugodnejši so predmestni hoteli in hoteli v središču mest. V zadnjem času poslovneži hotelom prinašajo veliko prometa in zato si tudi hoteli prizadevajo k temu, da jim ustrezajo. Posodijo jim konferenčne sobe, avdio-vizualne pripomočke in drugo tehnično opremo.

Ko pripravljamo prostor za predstavitev, je najbolje, da si naredimo kontrolni seznam, da česa ne spregledamo. Paziti moramo, da:

- je soba, v kateri se bo odvijala predstavitev, prezračena, privlačna in udobna,
- so sobe, v katerih bodo udeleženci prenočili, prav tako prezračene in udobne,
- pregledamo avdio-vizualno in drugo tehnično opremo,
- preverimo, kje se lahko udeleženci med odmori sprostijo (zabave, športne dejavnosti),
- je poskrbljeno za hrano. (Bowman, 2002)

Zelo pomembno je, kje je mesto govornika, kako je razporejeno občinstvo in kakšne so optimalne možnosti za delo v prostoru. Govornik lahko predava za govorniškimi pultom ali za konferenčno mizo. Sedi lahko na čelu mize, v sredini ali drugje. Lahko stoji ali sedi. (Erčulj, Vodopivec, 1999)

Pri prostoru moramo paziti, da ni premajhen. Oceniti moramo tudi, da med razpravo ne stojimo oz. sedimo predač od poslušalcev. Če je prostor majhen, se lahko odpravimo mikrofonu in govorniškemu pultu ter prisedemo k poslušalcem v polkrog ali krog. Na prostem je ponavadi govorec na višjem mestu, da ga lahko vsi vidijo. Takšna predstavitev je podkrepjena z dodatnim ozvočenjem. (Lerche, 1996)

Če gre za daljšo predstavitev, je dobro, da izberemo prostor z udobnimi sedeži ter mize ali vsaj pisalne ploskve, da si udeleženci lahko delajo zapiske.

Za sodelovanje z govorcem je potreben manjši prostor ali široki prehodi med vrstami, tako da je govorec čim bližje udeležencem.

Za dobro predstavitev je potrebna zadostna svetloba. Ne sme biti premočna, da ne bi motila projekcije. Udeleženci morajo imeti dovolj svetlobe, da lahko berejo in pišejo.

Prav tako je pomembno, da imamo dobro ozvočenje, čeprav nam naprave nekoliko priredijo glas. (Casson, 1995)

#### 4.13 PREVERJANJE PRIPRAV

»Pameten govorec ima pripravljeno tudi »katastrofno« izvedenko za najslabši primer: če odpovesta projekcija in ozvočenje, če govorniki pred njim porabijo preveč časa in mora skrajšati svoj javni nastop na polovico ali tretjino, če mora govoriti stoglavi množici in ne majhni skupini, če ...« (Možina, Tavčar, Knežević, 1998, str. 218)

Ko začnejo prihajati poslušalci, naj bo govorec svež in dobro razpoložen. Marsičesa, česar ni, udeleženci sploh ne bodo opazili – govorec pa potrebuje nekaj časa, da se zbere in pripravi za javni nastop, ki ga je snoval in pripravljaval toliko ur.

Govorec naj bo v prostoru, kjer bo imel javni nastop, vsaj pol ure pred začetkom, da preveri gradivo in opremo.

Lastna gradiva:

- morebitno popolno besedilo predstavitve, skripta, listek s potekom ter
- gradiva za prikazovanje (prosojnice, diapozitive, računalniške diskete, videokasete, vzorce, katalog s fotografijami in še kaj).
- S seboj naj ima tudi nekaj dokumentacije s podrobnimi podatki za odgovore na predvidena vprašanja poslušalcev.

Tehnično opremo:

- Če uporablja grafoskop, naj ima za pomemben javni nastop pripravljenega še rezervnega in najmanj tri žarnice.



- Če je prostor ozvočen, naj ugotovi, kako se vključijo mikrofoni ter preveri, ali ozvočenje deluje.
- Za uporabo običajne table naj bosta pripravljena kreda in brisalo, če pa je tabla bela, posebna pisala.
- Za uporabo računalnika in projektorja lahko govorec poskrbi sam ali pa ima spretnega pomočnika.

Z nekaj tuje pomoči razporedi sedeže in mize za udeležence. Tako lahko popravi neroden razpored, izboljša vidnost, omogoči pristop, razporedi napise z imeni in še kaj.

Preveri, ali ima vsa potrebna gradiva za udeležence (teze, obsežnejše gradivo, gradiva za razdeljevanje med nastopom, list za vpisovanje navzočih itd.).

Preveriti mora, ali je prostor dovolj razsvetljen, ogrevan in zračen. Če je prisoten morebiten vir ropota, ki ga je mogoče odstraniti, naj govorec poskrbi tudi za to. Za nemoten javni nastop je pomembno, da govorec že na začetku javnega nastopa ve, kdo bo izključil prave luči ob projekciji, kdo bo vključil ozvočenje in kdo razdelil gradiva. (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998)

## 5 IZVAJANJE JAVNEGA NASTOPA

Pri izvajanju javnega nastopa naj govorec pazi, da bo naredil na poslušalce dober prvi vtis in prav tako dober končni vtis. Prvi trenutki javnega nastopa so pomembni zato, ker oblikujejo celotno sodbo o govornem nadaljnjem izvajanju. Če je prvi vtis plašen in nezanesljiv, ga bo govorec kasneje težko popravil. S svojim zadnjim pečatom pa v poslušalcu pusti sliko, ki ga bo spremljala še dolgo po nastopu. (Thiele, 1995)

Zadnjih nekaj minut pred javnim nastopom govorec še enkrat v mislih na hitro preveri, ali ima s seboj vse potrebno za izvedbo javnega nastopa (skripta, besedilo, teze, prosojnice, diapozitive, videokasete, filme itd.). Preveri, ali je njegov zunanji videz primeren in popoln (obleka, gumbi, kravata, pričeska) ter popravi očitne nerodnosti, ki jih udeleženci hitro opazijo. Pred zahtevnejšim javnim nastopom naj si privoščijo tudi nekaj minut na svežem zraku.

Nato stopi pred poslušalce. Poslušalci so govorniku ob javnem nastopu ponavadi naklonjeni. Izjema so lahko na primer dolge prireditve, na katerih gredo zadnji govorniki poslušalcem že na živce. Preden gre govorec na svoje mesto, za lažji začetek govora nekajkrat globoko zadiha. Pred poslušalce stopi trdno in umirjeno, toda naravno. Uredi pripomočke (skripta, prosojnice itd.) – za to naj porabi raje malo več časa, da prepreči kasnejše zadrege in neprijetnosti.

Govorec se lahko predstavi sam ali pa ga predstavi kdo drug. Če se ne predstavi sam, to pogosto opravi vodja predstavitve, ki hkrati pove tudi kaj laskavega o govorniku. Toda preveč hvale govorniku škoduje, saj potem težko opraviči pretirana pričakovanja. Če pa se govorec predstavi sam, se omeji na temeljne podatke.

Zatem na kratko predstavi vsebino in glavne sestavine, ki jih prikaže tudi na prosojnici, s pomočjo računalniškega projektorja ali kako drugače.

Ob slovesnejših priložnostih govorec poslušalce nagovori tako, da najprej omeni najodličnejšo osebo (gospod minister ...), nato pa zajame še vse poslušalce skupaj (spoštovani gosti, kolegi ...).

Nagovoru sledi opis ciljev, ki zajema namen javnega nastopa ter koristi, prijetnosti in ugodnosti, ki jih obeta poslušalcem. Nenazadnje mora govorec poslušalce seznaniti tudi z vsebino in potekom javnega nastopa.

O uspešnosti javnega nastopa odločajo poslušalci, četudi si govorec od vsega začetka prizadeva pridobiti pozornost in naklonjenost poslušalcev:

- Namesto »jaz« in »vi« govori »mi« (s tem poudari skupne interese in usklajuje vodenje s pripravljenostjo poslušalcev).
- Na začetku jih pritegne k sodelovanju z vprašanjem, pa čeprav le retoričnim.
- Podaja vsebino, ki zbudi pri poslušalcih zanimanje. Poslušalce zanima tisto, kar jim lahko koristi. (Tavčar, 1995)

## 5.1 TREMA PRED NASTOPANJEM

Trema je neprijeten občutek marsikaterega nastopajočega. Tako se to, kar naj bi bilo vrhunec nešteti ur vloženega dela, spremeni v grozo, v strah pred neuspehom in izpostavitvijo na odru. Ustvarjalni nemir nastane pred nastopom in je lahko motivacija ter energija. To je namreč stanje večje telesne in duševne pripravljenosti, saj se telo in psiha pripravljata na izjemno situacijo in v ta namen aktivirata dodatne rezerve sil.

To se kaže v pospešenih telesnih funkcijah:

- srce prične hitreje biti, da bi omogočilo boljšo prekrvavitev celotnega telesa in še posebej možganov,
- spremeni se ritem dihanja,
- poveča se potenje,
- celotno telo je v pripravljenosti in reagira hitreje kot v običajnih situacijah.

Takšno stanje organizma povzroča pri govorniku strah in namesto da bi to nastalo energijo uporabil, jo blokira s tem, da se poskuša na silo umiriti. Neuporabljena energija povzroči nove simptome, privede do tresenja rok, slabosti in drugih individualnih znakov. Ker je stanje ponavadi povezano še z negativnim razmišljanjem, npr. občutkom izgube spomina in nesposobnosti za nastop, hitro nastane občutek propada – poraza. Pojavljajo se motnje v zbranosti in spominjanju, zato postaja govorjenje težje, iz spomina izginejo pomembni deli govora, govorniku se zatika, izgublja rdečo nit.

Trema mine ponavadi po prvih besedah, ob pravem naklonjenem pogledu iz občinstva. Ko se govorec osredotoči na svojo nalogo, koristno usmeri nakopičeno energijo iz napetosti v dejanja. (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998)

Strahove, ki povzročajo tremo ob nastopanju, govorec lahko premaga s spoznavanjem pričakovanih slušateljev in z odprtim, osebnim nastopom.

### **Možina, Tavčar, Kneževič (1998) poudarjajo devet nasvetov proti tremi:**

1. Bodi urejen! Skrbno opravljeno snovanje in pripravljane predstavitve 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. Priprava v mislih – ker ni razloga, da ne bi bilo vse v redu, si govorec pred nastopom nekajkrat v mislih »zavrti film« s predstavitvijo.
3. 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 videoposnetek, spoznal in popravil je napake.
4. Dihanje – izkušeni govorec tik pred začetkom nastopa (neopazno za vso okolico) nekajkrat globoko vdihne in izdihne, da ustvari zalogo kisika za prvih nekaj trenutkov.
5. Vse bo v redu. Govorec se zavestno otrese misli na tesnobo, na tremo. Po ducatu vdihov, čez minuto ali dve, se pomiri, zave se, da je zares »vse v redu«.
6. Sprostitev – 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 – izkušen 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 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 med nastopom je seveda dober kozarec vode. Mnogo je govorcev, ki pravijo, da je bolje nastopati s praznim kot s polnim želodcem.

Da stres ne škoduje našemu zdravju, moramo paziti na tri bistvene elemente:

- **nadzor** – občutek, da ima življenje smisel in namen;
- **predanost** – družini, delu, konjičkom, družabnemu življenju;
- **prilagodljivost** – pozitiven odnos do sprememb kot normalnih dogodkov v življenju.

Stres je vpliv, ki smo mu podvrženi vsi. Določena količina stresa je koristna in nas spodbuja k večji učinkovitosti, preveč stresa pa deluje prav nasprotno. Stres je pozitiven pojav, ki nam omogoča preživetje. Stres je naša pozitivna gonilna sila, ki

nas v določeni meri spremlja vse življenje. Negativne posledice ima le takrat, ko zahteve okolja presegajo naše sposobnosti. Stres vpliva na našo učinkovitost (Slika 6). Posledice stresa se kažejo na našem telesu, v našem vedenju, izražanju čustev, v mišljenju, in kot smo že omenili, v našem zdravstvenem stanju (Ucman, Stare- Draginc, 2002).

Za uspešno kljubovanje stresu sta še zlasti pomembna samozavest in trezno razmišljanje. Te lastnosti pa žal niso vsakomur prirojene, ampak se jih moramo v večini primerov naučiti.

## 5.2 UČINKOVIT GOVOR

»Učinkovito nastopanje je pomembno za osebno uspešnost poslovnih ljudi, poslovodij, strokovnjakov.« (Tavčar, 1995, str. 65)

Ko nastopamo, moramo poslušalce gledati v oči, ne smemo brati iz zapiskov. Zato se moramo na predstavitev že vnaprej pripraviti. Če se temeljito pripravimo, smo prvo oviro že premagali. S pripravami moramo začeti pravočasno, da imamo na voljo dovolj časa za odkritje pomanjkljivosti. Govorjenje je gledanje iz oči v oči. Opazovati moramo poslušalce, ker tako študiramo njihovo pozornost. Opazimo lahko nasmeške, prikimavanja, gubanje čela, krivljenje ust in podobno. Ne smemo si dovoliti, da bi med govorjenjem gledali v strop, krožili z očmi po dvorani, kot da ne bi bilo nikogar in gledali skozi okno.

Med govorom naredimo tudi premore. S tem damo trenutek svojim poslušalcem, da razmislijo o naših besedah in povprašajo, če jih kaj zanima. S premorom poudarimo pomembne dele svojega govora in si hkrati napolnimo pljuča s svežim zrakom. (Lerche, 1996)

## 5.3 VEŠČINE JAVNEGA NASTOPA

Med nami je zelo malo ljudi, za katere bi lahko rekli, da so rojeni govorniki, da jim brez dolgih priprav uspe pripraviti retorično sijajni govor, da lahko prepričujejo z argumenti in da brez zadrege ter s primerno odrezavostjo odgovarjajo na nizke udarce.

»Nastop je uspešen takrat, ko z njim dosežeš pričakovani učinek, ta učinek pa lahko dosežeš le, če ne govoriš samo **pred** poslušalci, ampak tudi z njimi.« (Lerche, 1996, str. 11)

Tavčar (1995) poudarja naslednje.

### **Kako govorec stoji pred poslušalci?**

- Pred poslušalci stoji trdno in uravnovešeno, s težo na obeh nogah.
- Njegova drža je pokončna in zravnana.
- Ni živčno napet in ne malomarno sproščen, temveč osredotočen na javni nastop in poslušalce.

- Pred večjim številom poslušalcev govorec stoji, pred manjšim številom poslušalcev pa lahko tudi sedi, da jim ne govori zviška.

#### **Na kateri razdalji se giblje med poslušalci?**

- Dober govorec ceni čim tesnejši stik s poslušalci.
- Idealne razdalje med govorcem in poslušalcem so med poldrugim in tremi metri.
- Govorec, ki se giblje v teh razdaljah, daje poslušalcem občutek, da govori prav vsakemu izmed njih.
- Medtem ko se govorec giblje med poslušalci, njegov pomočnik skrbi za projekcijo ali kake druge prikaze.

#### **Na kaj pazi dober govorec pri očesnem stiku?**

- Govorec ne gleda vstran, ker s tem daje poslušalcem občutek, da ima nekaj za bregom.
- Ne zre v višave, ker dobijo poslušalci občutek, da je vzvišen in ohol.
- Govorčev pogled ne sme biti niti prekratek (zbuja občutek nemira) niti predolg (sproži nelagodnost poslušalca).
- Govorec išče poglede poslušalcev in ostaja pri posamezniku le nekaj sekund.

#### **Nebesedna komunikacija govorca**

- Poslušalce moti govorec, ki krili z rokami, pred njimi bega ter se nenaravno pači.
- Poslušalcem so všeč govorci, ki se vedejo zbrano, naravno ter izžarevajo podjetnost in voljo do življenja.
- Dobri govorci marsikaj povedo z rokami, držo in predvsem z gibi glave, saj gledajo poslušalci predvsem govorčev obraz, ki je neločljiva sestavina povedanega.

#### **Besedno komuniciranje govorca**

- Govorec je prepričljiv le, če je njegova govorica naravna in razodeva njegova čustva.
- Vse, kar je v zapisanem besedilu (ločila, presledki med črkami, kakor koli poudarjeni deli besedila, odstavki, poglavja ...), govorec prelije v ritem in hitrost govorjenja, v glasnost in višino glasu, v naraščanje in upadanje ter pomembne premolke; naštetu pa še podkrepi s pogledi in kretnjami ter dopolni s projekcijami ali kakšnimi drugimi prikazi.

#### **Način dihanja dobrega govorca**

- Vdihovanje in izdihovanje dobrega govorca je med govorjenjem usklajeno in učinkovito.
- Dober govorec zna dokaj dolgo izdihovati (30 sekund), kar zadošča za precej besed, izdihani zrak pa sproti nadomešča s kratkimi vdihmi ob vsakem presledku, vsakem ločilu ter poudarku v stavku.
- Pri govorjenju dela malo daljše presledke, saj z njimi poudarja vsebino in olajšuje razumevanje.

## **5.4 RAZPRAVA**

»Razprava je lahko najdragocenejši del javnega nastopa: govorcju prinese povratne informacije in oceno o tem, kar je predstavil, lahko pa vodi do dogovorov o posameznih srečanjih v ožjem krogu, prinaša dragocene nove pobude in še kaj.« (Tavčar, 1995, str. 82)

Načina vodenja razprave sta dva. Lahko razpravljamo po vsaki glavni točki svojega govora, kar je primerneje za dolge govore z obsežno in težko tematiko. Lahko pa se odločimo za razpravo na koncu predavanja, ki je primernejša za krajše, lažje razumljive nastope.

### **Razprava po vsaki glavni točki nastopa**

Celotno predstavitev razdelimo na točke glavnega dela. Po vsaki pomembni točki napravimo kratek povzetek. Nato s primerno usmerjenimi vprašanji vzpodbudimo razpravo o tem delu govora. Nevarnost, ki preži pri tej razpravi, je, da se udeleženci in udeleženke navadno zapičijo v določeno točko. Govorec mora dovolj energično voditi posamezno točko v taki razpravi, da lahko nadaljuje svoj govor z naslednjo točko.

### **Razprava na koncu predavanja**

Je pogostejša metoda razprave. Takšno razpravo govorec po končanem predavanju vzpodbudi s stavki, kot na primer: »Je še kaj nejasnega? Imate še kakšno vprašanje?« (Lerche, 1996, str. 117) Pri taki razpravi preti nevarnost, da bodo udeleženci govorili kar vse povprek ali enostavno ne bo vprašanj. V vsakem izmed problemov se mora govorec spretno znajti in na prijazen in vljuden način reagirati.

Po razpravi je javnega nastopa konec. Prireditelj ali predstavnik udeležencev se govorcju zahvali. Za zares dober javni nastop požanje celo aplavz. Po aplavzu pa pove poslušalcem, da je rad sodeloval, in se zahvali za udeležbo. Ko poslušalci odhajajo, jim je še vedno na voljo za pojasnilo, dogovor ali komentar. Pospravljanje papirjev, prosojnic in druge opreme je na vrsti šele, ko odide zadnji poslušalec. (Tavčar, 1995)

## **6 GOVORČEVE OBVEZNOSTI PO NASTOPU**

Četudi je govorec opravil svoj javni nastop, odstopil svoje mesto naslednjemu govorcju ali pa so poslušalci že odšli, to zanj še ne pomeni konec. Čakajo ga še organizacijska opravila, ki zajemajo:

- vračilo opreme in pripomočkov;
- ureditev lastnih gradiv za morebitno ponovno uporabo;
- poravnava materialnih obveznosti;
- odprema dodatnih gradiv, vprašalnikov itd.;
- mnogokrat pa je primerna tudi vljudnostna pisna zahvala prireditelju ali organizatorju nastopa.

Govorca pa čakajo tudi vsebinske zadeve. Izpolniti mora obljube, dane med nastopom. Obljubi lahko, da bo priskrbel informacije ali poslal literaturo, publikacije, informativno gradivo, kopije slikovnih prikazov.

Če govorec možnih naštetih obveznosti do poslušalcev ne izpolni, to pomeni veliko napako. (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998)

## 6.1 OCENJEVANJE NASTOPA

Govorec mora od drugih izvedeti, kako je predstavitev uspela, kaj je bilo narobe in kaj prav, zato so najboljši ocenjevalci poslušalci. Do teh informacij govorec najlažje pride s pomočjo vprašalnika ali anketnega lista, ki ga razdeli poslušalcem in jih prosi, naj ga izpolnijo ter vrnejo.

Govorec išče ocene tudi pri sodelavcih, pri nadrejenih, pri organizatorju ali prireditelju. Nenazadnje si govorec tudi sam kritično izpraša vest, kako je speljal zastavljeni načrt, kaj je preskočil, opustil.

Še najbolj verodostojne pa so ocene, ki jih govorec dobi od navzočih prijateljev, znancev in sorodnikov. Nenazadnje si lahko tudi sam kritično izpraša vest – kako je izpeljal zastavljeni načrt, kaj je preskočil, opustil in kaj skazil. (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998)

Govorec, ki po uspešni predstavitvi misli, da ni napravil nobene napake, je zagotovo prezrl marsikaj bistvenega, saj popolnosti v komuniciranju ni. »Kdor ne zaznava lastnih napak, ne more postati boljši.« (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998, str. 374)

## 6.2 ANALIZA NAPAK

Osnova za analiziranje lastnega javnega nastopa so dobre povratne informacije, ki jih govorec kritično dopolni s svojimi občutki, opažanji in spomini. »Zaveda se, da je javno nastopanje veščina, pridobljena z vajo, s spoznavanjem uspehov in napak. (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998)

## 7 RAZISKAVA

V praktičnem delu diplomske naloge smo izvedli anketo, ki je bila anonimna. Razdeljenih je bilo sto vprašalnikov, od tega je bilo vrnjenih dvainosemdeset, osemnajst vprašalnikov ni bilo vrnjenih, dva vprašalnika pa sta bila napačno izpolnjena. V rezultat ankete smo tako zajeli pravilno izpolnjenih in vrnjenih osemdeset vprašalnikov. Anketa je na začetku zajela osnovne podatke o anketirancih, kot so: spol, izobrazba in starost, v nadaljevanju pa smo iz dvajsetih zastavljenih vprašanj želeli izvedeti:

- koliko so anketiranci samozavestni,
- ali so že javno nastopali,
- kakšen odnos imajo do javnega nastopanja,
- kako ocenjujejo sebe kot govorca,
- na kakšen način prepričujejo poslušalce,
- koliko časa se pripravljajo na javni nastop,
- kaj storijo, če izgubijo rdečo nit govora,
- ali imajo rezervno gradivo za krizne razmere,
- kdaj najlažje odgovarjajo na zastavljena vprašanja,
- kam so med nastopom osredotočeni z pogledom,
- s čim si pomagajo pri javnem nastopu,
- katere pripomočke uporabljajo,
- kako dosežejo lep glas,
- ali svoj nastop analizirajo,
- s kom svoj nastop analizirajo,
- kaj analizirajo po nastopu,
- ali imajo pred nastopom tremo in kako jo odpravijo,
- ali menijo, da je trema lahko tudi pozitivna.

### 7.1 ANALIZA IN INTERPRETACIJA REZULTATOV

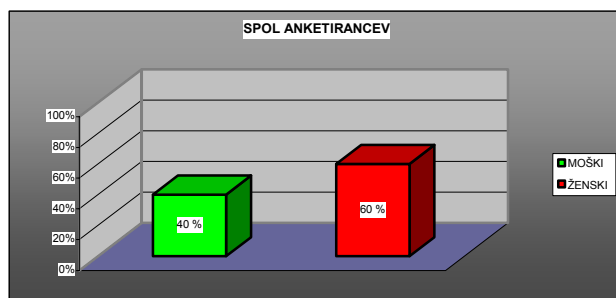
Rezultati zajemajo osemdeset pravilno izpolnjenih vprašalnikov.

#### SPOL

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
MOSKI	32	40 %
ŽENSKI	48	60 %
SKUPAJ	80	100 %

Tabela 7: Spol anketirancev





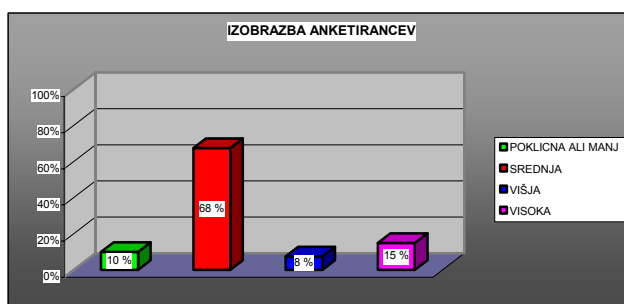
Graf 2: Spol anketirancev

Anketirala sem 40 % moških in 60 % žensk. Menim, da je lahko vsak človek, ne glede na spol, lahko dober javni govorec. Na izvedbo javnega nastopa imajo vpliv le govorničeve spretnosti in znanje ter veliko vaje.

## IZOBRAZBA

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
POKLICNA ALI MANJ	8	10 %
SREDNJA	54	68 %
VIŠJA	6	8 %
VISOKA	12	15 %
SKUPAJ	80	100 %

Tabela 8 : Izobrazba anketirancev



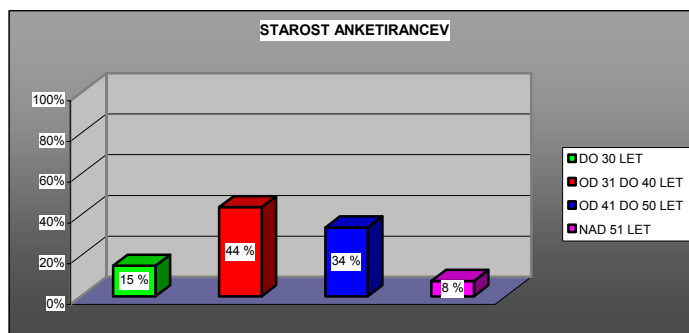
Graf 3: Izobrazba anketirancev

V anketi je sodelovalo 10 % anketiranih s poklicno ali manj kot poklicno stopnjo izobrazbe, 68 % s srednješolsko izobrazbe, 8 % z višjo stopnjo izobrazbe in 15 % anketiranih z visoko stopnjo izobrazbe. Iz grafa in tabele je razvidno, da največji delež predstavljajo anketirani s srednješolsko stopnjo izobrazbe.

**STAROST**

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
DO 30 LET	12	15 %
OD 31 DO 40 LET	35	44 %
OD 41 DO 50 LET	27	34 %
NAD 51 LET	6	8 %
<b>SKUPAJ</b>	80	100%

Tabela 9: Starost anketirancev



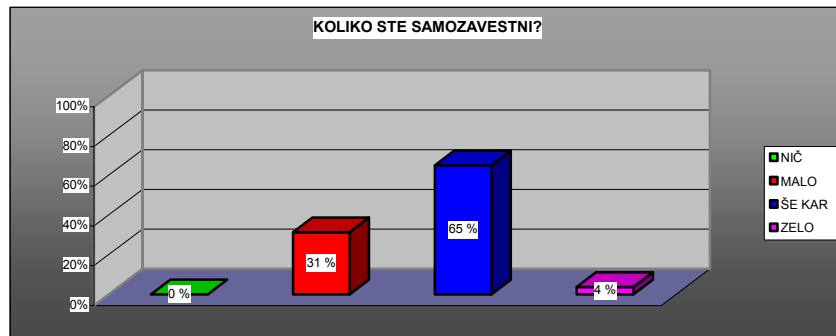
Graf 4: Starost anketirancev

Iz starostne skupine do 30 let je sodelovalo 15 % anketiranih. Največ anketiranih se je uvrstilo v starostno skupino od 31 do 40 let, tj. 44 %. 34 % anketiranih je starih od 41 do 50 let, v starostno skupino nad 51 let pa se je uvrstilo 8 % anketiranih.

**KOLIKO STE SAMOZAVESTNI?**

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
NIČ	0	0 %
MALO	25	31 %
ŠE KAR	52	65 %
ZELO	3	4 %
<b>SKUPAJ</b>	80	100 %

Tabela 10: Koliko ste samozavestni?



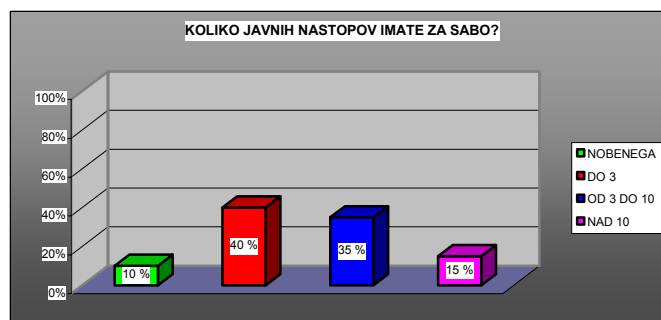
Graf 5: Samozavest anketirancev

Anketiranci so se imeli pri tem vprašanju možnost opredeliti med štirimi ponujenimi odgovori. Kot je razvidno iz podatkov, se večina anketiranih ocenjuje za še kar samozavestne, iz česar lahko sklepamo, da imajo o sebi srednje dobro mnenje.

#### KOLIKO JAVNIH NASTOPOV IMATE ZA SABO?

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
NOBENEGA	8	10 %
DO 3	32	40 %
OD 3 DO 10	28	35 %
NAD 10	12	15 %
SKUPAJ	80	100 %

Tabela 11: Koliko javnih nastopov imate za sabo?



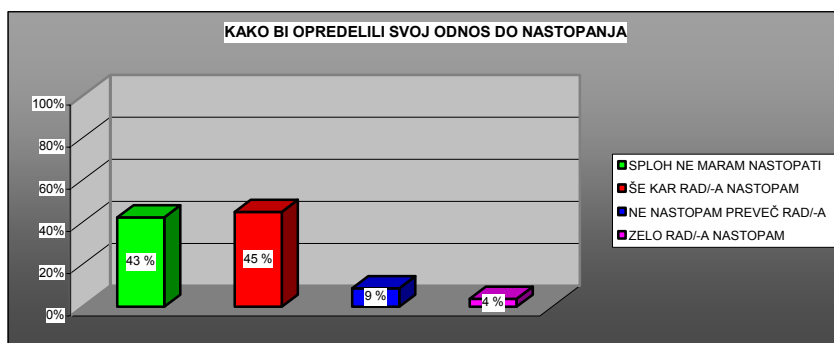
Graf 6: Število javnih nastopov

Iz navedenih podatkov je razvidno, da se je za odgovor »nobenega« odločilo 8 oseb, in sicer tistih, ki imajo poklicno ali manjšo stopnjo izobrazbe. Ocenjujem, da glede na svoj poklic nimajo ustreznega delovnega mesta in s tem tudi zelo malo ali nič možnosti javnega nastopanja. Iz ostalih podatkov pa je razvidno, da vprašani imajo izkušnje v javnem nastopanju, nekateri več, drugi manj. Ljudje si na podlagi izkušenj iz preteklosti ustvarimo tudi sliko prihodnosti, kar pomeni, da na podlagi pozitivnih ali negativnih izkušenj doživljamo tudi določeno stopnjo treme.

**KAKO BI OPREDELILI SVOJ ODNOS DO NASTOPANJA?**

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
SPLOH NE MARAM NASTOPATI	34	43 %
ŠE KAR RAD NASTOPAM	36	45 %
NE NASTOPAM PREVEČ RAD/-A	7	9 %
ZELO RAD/-A NASTOPAM	3	4 %
SKUPAJ	80	100 %

Tabela 12: Kako bi opredelili svoj odnos do nastopanja?



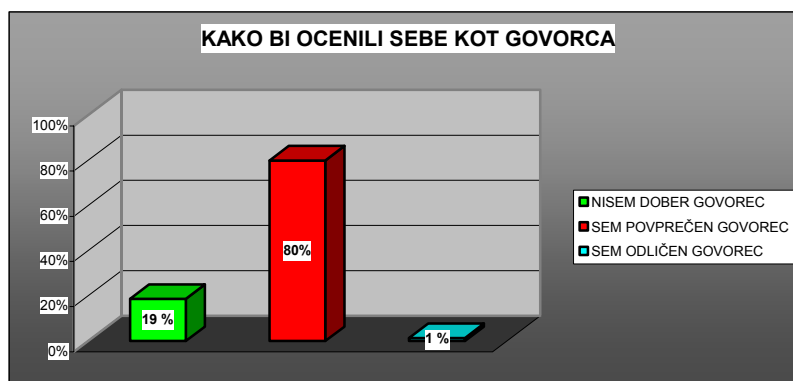
Graf 7: Kako bi opredelili svoj odnos do nastopanja?

Odnos do javnega nastopanja se med posamezniki razlikuje, nanj pa vpliva mnogo dejavnikov. Vendar pa lahko iz podatkov razberemo, da večina vprašanih sploh ne mara nastopati ali pa ne nastopa preveč rada. Če grobo povzamemo ta rezultat, lahko rečemo, da ima 90 % anketiranih negativen, 10 % pa pozitiven odnos do javnega nastopanja.

**KAKO BI OCENILI SEBE V VLOGI GOVORCA?**

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
NISEM DOBER GOVOREC	14	19 %
SEM POVPREČEN GOVOREC	60	80 %
SEM ODLIČEN GOVOREC	1	1 %
SKUPAJ	75	100 %

Tabela 13: Kako bi ocenili sebe kot govorca?



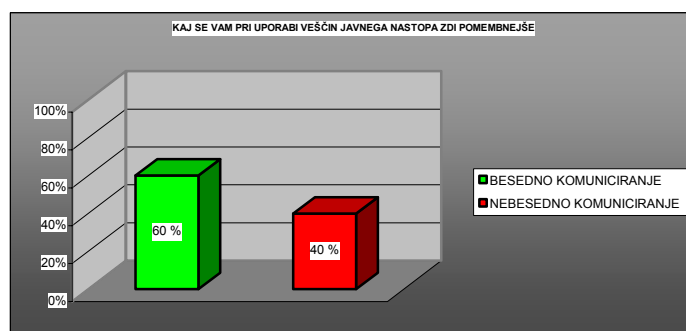
Graf 8: Kako bi ocenili sebe kot govorca?

Kar 80 % vprašanih je ocenilo, da so povprečni govorniki, le 1 se je odločil za oceno »odlično«. Glede na rezultat menim, da so morda premalo samozavestni.

#### KAJ SE VAM PRI UPORABI VEŠČIN JAVNEGA NASTOPA ZDI POMEMBNEJE?

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
BESEDNO KOMUNICIRANJE	48	60 %
NEBESEDNO KOMUNICIRANJE	32	40 %
SKUPAJ	80	100 %

Tabela 14: Kaj se vam pri uporabi veščin javnega nastopa zdi pomembnejše?



Graf 9: Kaj se vam pri uporabi veščin javnega nastopa zdi pomembnejše?

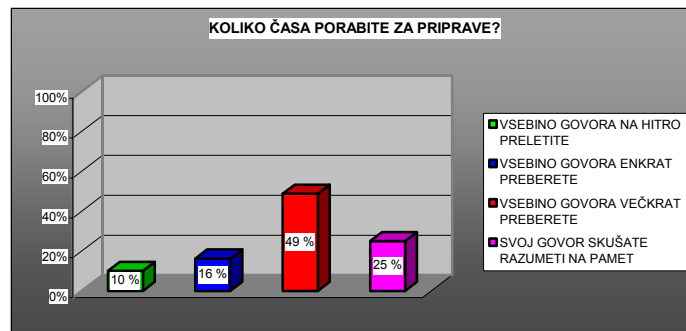
Predvidevam, da se vprašani premalo zavedajo, da oddajajo največ sporočil poslušalcem s svojo nebesedno komunikacijo, saj je kar 60 % anketiranih odgovorilo, da se trudi narediti na poslušalce dober vtis s pomenom besed. Možina,

Tavčar in Kneževič (1998) tej trditvi nasprotujejo, saj so v svojem delu zapisali, da človek oddaja z nebesedno komunikacijo kar 55 % vseh sporočil.

### KOLIKO ČASA PORABITE ZA PRIPRAVE?

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
VSEBINO GOVORA NA HITRO PRELETITE	8	10 %
VSEBINO GOVORA ENKRAT PREBERETE	13	16 %
VSEBINO GOVORA VEČKRAT PREBERETE	39	49 %
SVOJ GOVOR SKUŠATE RAZUMETI NA PAMET	20	25 %
<b>SKUPAJ</b>	<b>80</b>	<b>100 %</b>

Tabela 15: Koliko časa porabite za priprave?



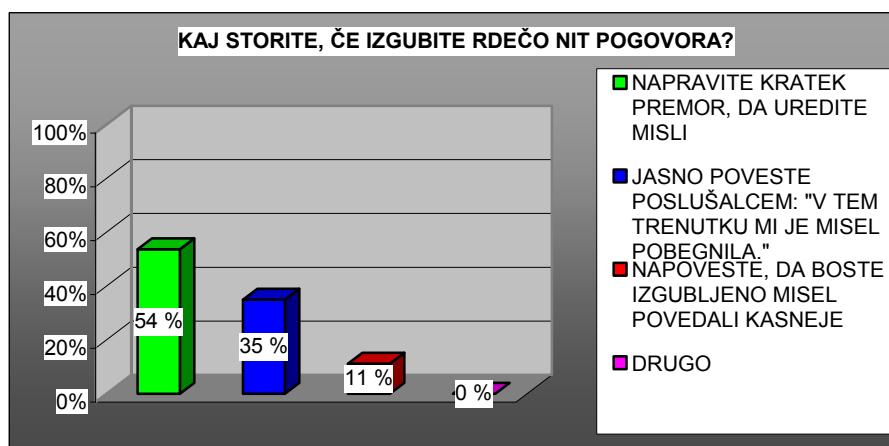
Graf 10: Koliko časa porabite za priprave?

Iz grafa je razvidno, da kar 49 % vprašanih vsebino govora večkrat prebere, 25 % vprašanih pa jo skuša razumeti na pamet. Mislim, da je za tekoč in uspešen govor zelo pomembno vsebino govora dobro razumeti.

### KAJ STORITE, ČE IZGUBITE RDEČO NIT POGOVORA?

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
NAPRAVITE KRATEK PREMOR, DA UREDITE MISLI	43	54 %
JASNO POVESTE POSLUŠALCEM: »V TEM TRENUTKU MI JE MISEL POBEGNILA.«	28	35 %
NAPOVESTE, DA BOSTE IZGUBLJENO MISEL POVEDALI KASNEJE	9	11 %
DRUGO	0	0 %
<b>SKUPAJ</b>	<b>80</b>	<b>100 %</b>

Tabela 16: Kaj storite, če izgubite rdečo nit pogovora?



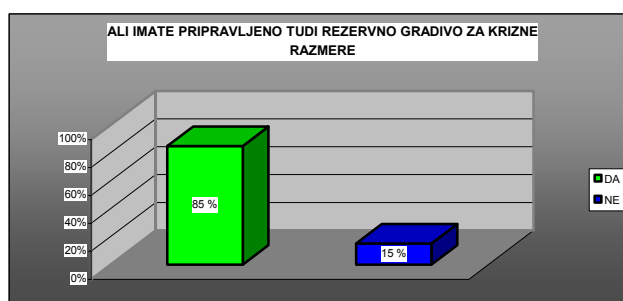
Graf 11: Kaj storite, če izgubite rdečo nit pogovora?

Večina vprašanih, ko izgubijo rdečo nit pogovora, najraje naredi kratek premor, da uredi svoje misli. 35 % vprašanih jasno in pošteno pove poslušalcem, da so izgubili rdečo nit. 11 % vprašanih pa napove, da bodo izgubljeno misel povedali kasneje. Najbolj se strinjam z večino, imajo namreč možnost narediti premor, ne da bi poslušalci vedeli, da jim je spodletelo. Vedno je najbolje storjeno napako priznati.

#### ALI IMATE PRIPRAVLJENO TUDI REZERVNO GRADIVO ZA KRIZNE RAZMERE?

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
DA	68	85 %
NE	12	15 %
SKUPAJ	80	100 %

Tabela 17: Ali imate pripravljeno tudi rezervno gradivo za krizne razmere?



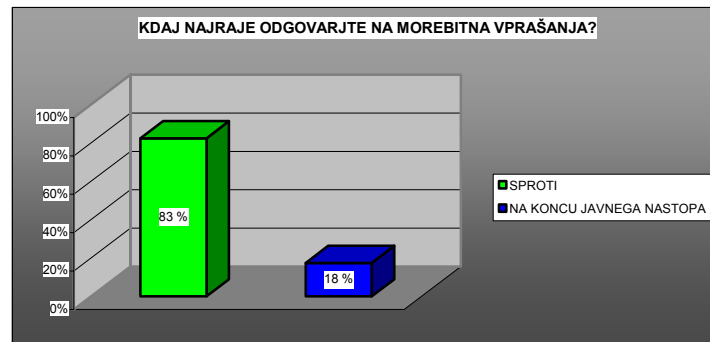
Graf 12: Ali imate pripravljeno tudi rezervno gradivo za krizne razmere?

Skoraj vsi vprašani (85 %) imajo pripravljeno gradivo za krizne razmere, saj nikoli ne moremo vedeti, kdaj bo šlo kaj narobe. Vsi pa, ki smo že kdaj nastopali, vemo, da je tišina najbolj moteča.

#### NA MOREBITNA VPRAŠANJA NAJRAJE ODGOVARJAM:

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
SPROTI	66	83 %
NA KONCU JAVNEGA NASTOPA	14	18 %
SKUPAJ	80	100 %

Tabela 18: Kdaj najraje odgovarjate na morebitna vprašanja?



Graf 13: Kdaj najraje odgovarjate na morebitna vprašanja?

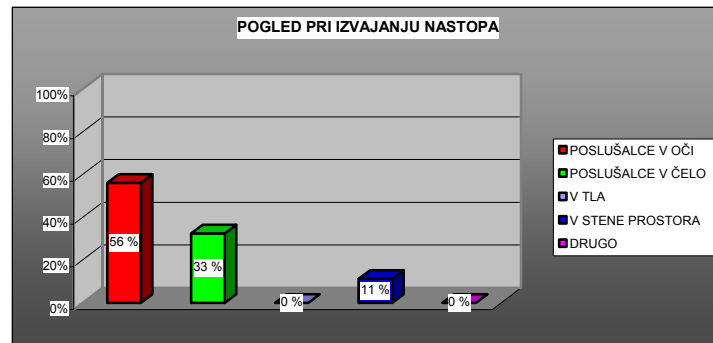
Večina vprašanih (83 %) na morebitna vprašanja najraje odgovarja sproti. Menim, da izhod iz načrtovanega poteka govora lahko javni nastop celo popestri, le govorec ne sme zgubiti tako imenovane rdeče niti.

#### PRI IZVAJANJU JAVNEGA NASTOPA NAJRAJE GLEDAM:

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
POSLUŠALCE V OČI	45	56 %
POSLUŠALCE V ČELO	26	33 %
V TLA	0	0 %
V STENE PROSTORA	9	11 %
DRUGO	0	0 %
SKUPAJ	80	100 %

Tabela 19: Kam ima med nastopom govorec usmerjen pogled?





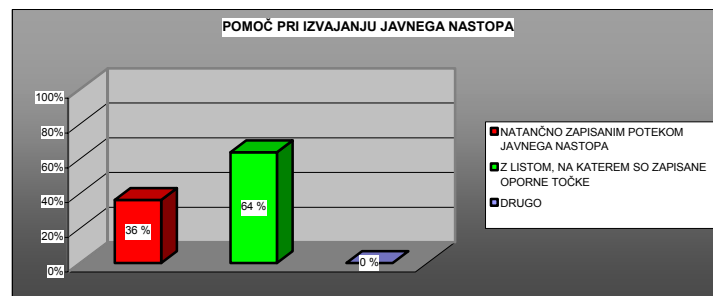
Graf 14: Kam ima govorec med nastopom usmerjen pogled?

Polovica vprašanih (56 %) večinoma gleda poslušalce v oči. Presenetljiv pa je rezultat, da kar 33 % vprašanih gleda poslušalce v čelo. To se marsikomu zdi smešno, vendar je morda ta način stika s poslušalci za govornika, ki se ponavadi predolgo zadrži s pogledom na poslušalca, bolj priporočljiv od neposrednega očesnega stika, kajti pri pogledu v čelo poslušalec nima občutka, da ga govorec gleda in ga ne prevzame neprijeten občutek kot pri predolgem neposrednem očesnem stiku.

#### PRI IZVAJANJU JAVNEGA NASTOPA SI POMAGAM Z:

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
NATANČNO ZAPISANIM POTEKOM JAVNEGA NASTOPA	29	36 %
Z LISTOM, NA KATEREM SO ZAPISANE OPORNE TOČKE	51	64 %
DRUGO	0	0 %
<b>SKUPAJ</b>	80	100 %

Tabela 20: Pomoč pri izvajanju javnega nastopa



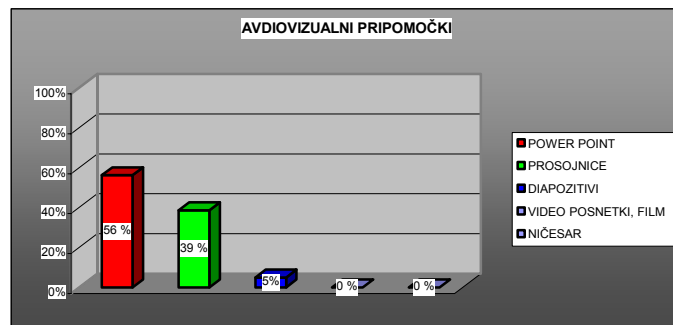
Graf 15: Pomoč pri izvajanju javnega nastopa

Na podlagi tega anketnega vprašanja sem ugotovila, da je zelo dobrodošlo, da imamo listek z opornimi točkami. 64 % vprašanih je povedalo, da glavno temo pogovora vzdržujejo z listom, na katerem imajo zapisane posamezne točke, preostalih 36 % vprašanih pa si potek javnega nastopa natančno zapiše. Za slednje menim, da spadajo med začetnike, saj še niso dovolj prepričani, da se bodo znašli, če izgubijo rdečo nit javnega nastopa.

### KATERE AVDIOVIZUALNE PRIPOMOČKE NAJPOGOSTEJE UPORABLJATE PRI NASTOPU?

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
POWER POINT	45	56 %
PROSOJNICE	31	39 %
DIAPOZITIVI	4	5 %
VIDEO POSNETKI, FILM	0	0 %
NIČESAR	0	0 %
SKUPAJ	80	100 %

Tabela 21: Katere avdiovizualne pripomočke najpogosteje uporabljate pri nastopu?



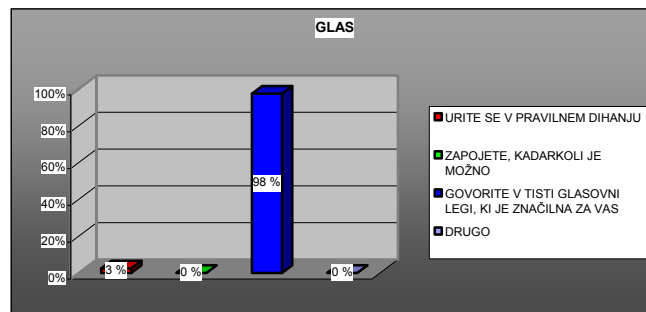
Graf 16: Avdiovizualni pripomočki

Vprašani se zavedajo, da je vse, kar je novo, toliko bolj zanimivo in da je pri tem tudi učinek večji. Med vsemi anketiranimi jih kar 56 % javni nastop najraje podkrepi s prosojnicami v programu Power Point, 39 % z že zelo znanimi prosojnicami in le 5 % z diapozitivi. Ljudje se vse bolj zavedajo, da morajo biti njihovi javni nastopi profesionalno pripravljene. Kar je popolnoma prav, saj naredijo dober vtis na poslušalce.

**KAKO PRI NASTOPU DOSEŽETE LEPO ZVENEČ GLAS?**

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
URITE SE V PRAVILNEM DIHANJU	2	3 %
ZAPOJETE, KADARKOLI JE MOŽNO	0	0 %
GOVORITE V TISTI GLASOVNI LEGI, KI JE ZNAČILNA ZA VAS	78	98 %
DRUGO	0	0 %
<b>SKUPAJ</b>	<b>80</b>	<b>100 %</b>

Tabela 22: Kako pri nastopu dosežete lepo zveneč glas?



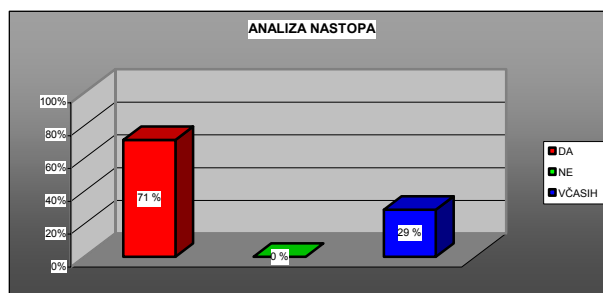
Graf 17: Kako pri nastopu dosežete lepo zveneč glas?

Skoraj vsi, kar 98 % vprašanih, pravijo, da lepo zveneč glas dosežejo samo in izključno z govorjenjem v tisti glasovni legi, ki je zanje značilna, torej kar jim je podarila »mati narava«.

**ALI ANALIZIRATE SVOJ NASTOP?**

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
DA	57	71 %
NE	0	0 %
VČASIH	23	29 %
<b>SKUPAJ</b>	<b>80</b>	<b>100 %</b>

Tabela 23: Ali analizirate svoj nastop?



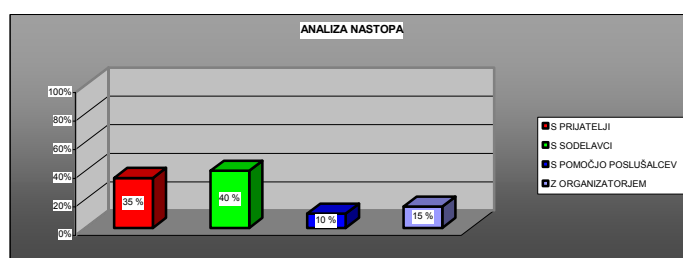
Graf 18: Analiza nastopa

Rezultati so pokazali, da kar 71 % anketiranih svoj nastop analizira, 23 % pa to stori le včasih. Popolnosti v komuniciranju ni, zato je potrebno nastop vedno analizirati in ugotovljene napake odpraviti.

### S KOM ANALIZIRATE SVOJ NASTOP?

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
S PRIJATELJI	28	35 %
S SODELAVCI	32	40 %
S POMOČJO POSLUŠALCEV	8	10 %
Z ORGANIZATORJEM	12	15 %
SKUPAJ	80	100 %

Tabela 24: S kom analizirate svoj nastop?



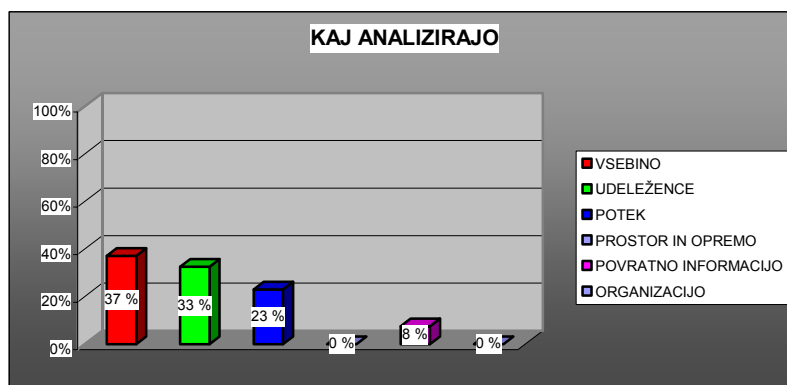
Graf 19: S kom analizirate svoj nastop?

40 % anketiranih svoj nastop analizira s svojimi sodelavci, kar je razumljivo, saj se tako vsi izpopolnjujejo v javnem nastopanju. S timskim delom lahko nenehno izboljšujejo že storjene napake. 35 % vprašanih analizira svoj nastop s prijatelji, 10 % vprašanih s pomočjo poslušalcev in 15 % vprašanih z organizatorjem.

### KAJ NAJPOGOSTEJE ANALIZIRATE PO NASTOPU?

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
VSEBINO	89	37 %
UDELEŽENCE	78	33 %
POTEK	55	23 %
PROSTOR IN OPREMO	0	0 %
POVRATNO INFORMACIJO	18	8 %
ORGANIZACIJO	0	0 %
SKUPAJ	240	100 %

Tabela 25: Kaj najpogosteje analizirate po nastopu?



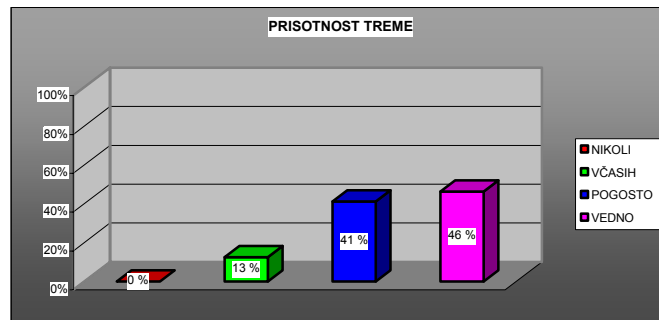
Graf 20: Kaj najpogosteje analizirate po nastopu?

Iz podatkov je razvidno, da največkrat analizirajo vsebino (primernost in dosežene cilje), udeležence (sodelovanje, razprava) in potek javnega nastopa (uvod, jedro, zaključek). Zelo pohvalno je, da analizirajo več dejavnikov, kajti iz poslušalčevega sodelovanja ugotovimo, kako in v kolikšni meri so poslušalci razumeli vsebino našega nastopa.

### IMATE PRED JAVNIM NASTOPOM TREMO?

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
NIKOLI	0	0 %
VČASIH	10	13 %
POGOSTO	33	41 %
VEDNO	37	46 %
SKUPAJ	80	100 %

Tabela 26: Imate pred javnim nastopom tremo?



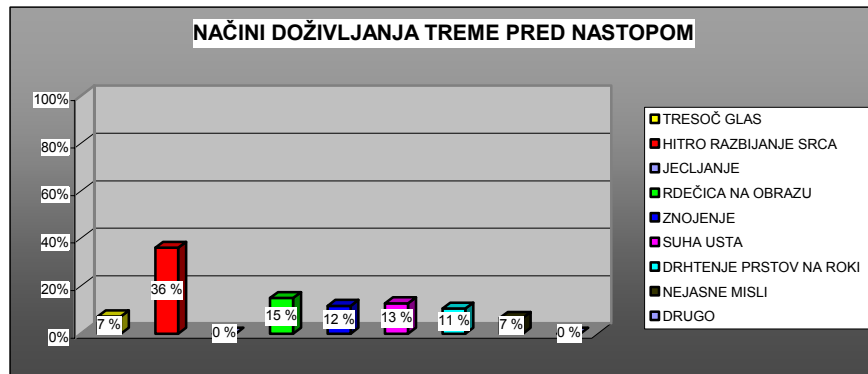
Graf 21: Trema pred javnim nastopom

Rezultati so potrdili, da se trema loti bolj ali manj pogosto vseh anketiranih, kar potrjuje trditve, da spremlja večino ljudi pred javnimi nastopi. Možina (1998) opisuje trema kot občutek tesnobe, ki jo občutimo vselej, kadar smo pod nekim pritiskom. Pogosto se nas loti v trenutkih pred javnim nastopanjem. Če jo občutimo v normalnih mejah, je lahko koristna, saj nas spodbuja, da kar najbolje izkoristimo svoje sposobnosti in znanje. Ko pa se naučimo trema obvladati, nam to omogoča, da se naučimo tolikšne samokontrole, da ne preraste v brezglavi strah, ki povzroči zavore in blokade mišljenja.

#### KAKO NAJPOGOSTEJE DOŽIVLJATE TREMO PRED JAVNIM NASTOPOM?

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
TRESOČ GLAS	13	7 %
HITRO RAZBIJANJE SRCA	65	36 %
JECLJANJE	0	0 %
RDEČICA NA OBRAZU	27	15 %
ZNOJENJE	21	12 %
SUHA USTA	23	13 %
DRHTENJE PRSTOV NA ROKI	19	11 %
NEJASNE MISLI	12	7 %
DRUGO	0	0 %
<b>SKUPAJ</b>	<b>180</b>	<b>100 %</b>

Tabela 27: Kako najpogosteje doživljate trema pred javnim nastopom?



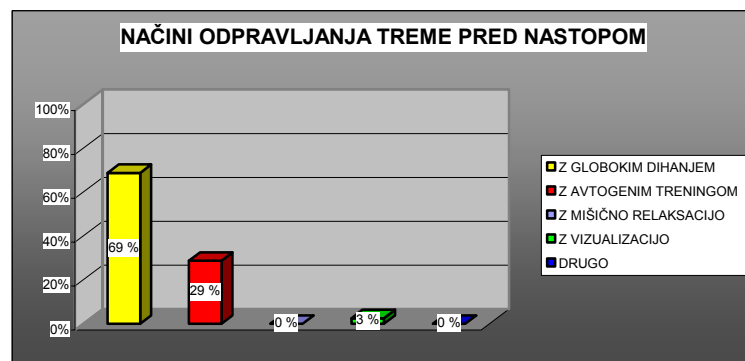
Graf 22: Kako najpogosteje doživljate tremo pred javnim nastopom?

Pri tem vprašanju so imeli anketiranci možnost izbrati tri odgovore. Največjo tremo pred javnim nastopom doživljajo v obliki hitrega bitja srca, pojavlja se rdečica na obrazu, suha usta in drhtenje prstov na roki. Nekaj vprašanih pa ima tudi težave s tresočim glasom in nejasnimi mislimi.

#### NA KAKŠEN NAČIN ODPRAVLJATE TREMO PRED JAVNIM NASTOPOM?

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
Z GLOBOKIM DIHANJEM	55	69 %
Z AVTOGENIM TRENINGOM	23	29 %
Z MIŠIČNO RELAKSACIJO	0	0 %
Z VIZUALIZACIJO	2	3 %
DRUGO	0	0 %
<b>SKUPAJ</b>	<b>80</b>	<b>100 %</b>

Tabela 28: Na kakšen način odpravljate tremo pred javnim nastopom?



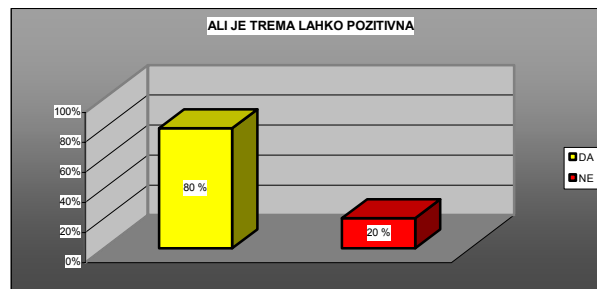
Graf 23: Na kakšen način odpravljate tremo pred javnim nastopom?

Več kot polovica vprašanih (69 %) odpravlja tremo pred nastopom z globokim dihanjem. Ostali pa si pomagajo z avtogenim treningom in vizualizacijo. Odpravljanje treme je glede na te podatke zelo učinkovito, najbolj neopazno in hitro delujoče, zato ta način javni govorniki radi uporabljajo.

### ALI JE PO VAŠEM MNENJU TREMA LAHKO POZITIVNA?

ODGOVOR	ŠTEVILO ODGOVOROV	%
DA	64	80 %
NE	16	20 %
SKUPAJ	80	100 %

Tabela 29: Ali je po vašem mnenju trema lahko pozitivna?



Graf 24: Ali je po vašem mnenju trema lahko pozitivna?

Trema se pri ljudeh odraža različno, tako jo tudi občutimo, zato jo nekateri vidijo le v negativnem smislu in kot oviro. Tisti pa, ki jo ocenjujejo kot pozitivno, občutijo v stanju treme tudi vzpodbudo in močno aktivnost, seveda se tudi pri teh pojavlja občutek strahu, vendar v meji, ki zanje ni kritična.

### SKLEP

Z anketo sem želela dobiti odgovore, kako javni govorniki doživljajo javni nastop in katere veščine uporabljajo. Nekateri odgovori so me presenetili, saj so bili drugačni od mojih pričakovanj.

Presenečena sem nad samokritičnostjo anketirancev. S pomočjo vprašanja, na katerega je samo eden od anketiranih odgovoril, da se ima za dobrega govornika, sem spoznala, da je samokritičnost lahko koristna ali škodljiva. Govorniki, ki opažajo svoje lastne napake pri javnem nastopanju, so seveda nad njimi razočarani, hkrati pa se jih trudijo odpraviti in če jih odpravijo, s tem svoj javni nastop izboljšajo. Govorniku, ki pa je zelo samokritičen, primanjkuje samozavesti, nesamozavesten govornik pa bo prav gotovo naredil na poslušalce slab vtis.



Zanimiv odgovor sem dobila pri enajstem vprašanju, ki izdaja, da večina anketiranih poleg projekcijskega gradiva potrebuje še list z opornimi točkami, poleg tega pa ima vedno pripravljeno tudi rezervno gradivo za krizne razmere.

V 14. vprašanju sem dobila potrditev, da svoj nastop vedno analizirajo, preseneča pa me, da uspešnost predstavitve analizirajo predvsem s sodelavci in prijatelji. Zelo malo jim pomenijo povratne informacije s strani poslušalcev, kar je slabost, saj so poslušalci glavni pokazatelji uspešnosti nastopa.

Rezultati ankete so tudi potrdili, da se tremi pred javnim nastopom ne more nihče izogniti, niti izkušeni govorci ne. Doživljamo jo vsi, le občutimo jo različno.

## 8 ZAKLJUČEK

Javni nastop se začne že veliko prej kot na odru pred občinstvom. Da bo potekal brez težav, mora biti naše poznavanje vsebine, o kateri bomo govorili, zelo dobro, potrebno je veliko vaje in osebna priprava nastopajočega.

Dober govorec ne bo nikoli javno nastopil nepripravljen. Zaveda se, da se je potrebno na javni nastop temeljito pripraviti in vaditi, zato si bo vzela dovolj časa za pripravo in vaje. S pomočjo katere od tehnik sproščanja se bo sprostil, umiril srčni utrip in dihanje, popustila pa bo tudi mišična napetost.

Govorec svoj javni nastop vnaprej pripravlja s ciljem, da prenese določena znanja in izkušnje ali da vpliva na stališča, vedenje in delovanje poslušalcev. Za doseg želenega cilja oblikuje svoj govor v smiselno celoto, razčlenjeno na uvod, jedro in zaključek, vse skupaj pa podkrepi s primernim projekcijskim gradivom.

Do zaključka uspešno izvedenega javnega nastopa je dolga pot. Na tej poti odigra govorec vlogo avtorja, ki javni nastop oblikuje, vlogo režiserja, ki lahko predstavi vsebino na različne načine in pri tem uporabi različna projekcijska gradiva, ter vlogo igralca, ki javni nastop izvede.

Na začetku javnega nastopa so običajno poslušalci govorcju naklonjeni, zato si nikdar ne sme privoščiti, da bi naredil slab prvi vtis z opravičilom, da na govor ni pripravljen, z nepripravljenostjo tehnično opremo ali s čim podobnim. Govorec je v prostoru, kjer bo imel nastop, vsaj pol ure pred začetkom, da preveri:

- lastna gradiva;
- tehnično opremo;
- primernost razporeda miz in stolov;
- ali ima vsa potrebna gradiva za poslušalce ter
- primerno prezračevnost, razsvetljava in temperaturo prostora.

Tremo pred javnim nastopom občutijo tudi najbolj izkušeni govorci, ki jo učinkovito odpravljajo z dobro pripravljenostjo na javni nastop. Ponavadi jih trema mine že po

prvih besedah, saj ko se osredotočijo na svojo nalogo, koristno usmerijo nakopičeno energijo iz napetosti v dejanja.

Po javnem nastopu čakajo govorca še morebitne obveznosti do poslušalcev in analiziranje izvedenega javnega nastopa. Analiziranje napak je za govorca zelo pomembno, ker tako ugotovi svoje lastne napake in jih odpravi.

Kako se pripravljajo, izvajajo in kako doživljajo javni nastop določeni posamezniki, pa sem skušala ugotoviti z anonimnim anketnim vprašalnikom.

Na podlagi dobljenih rezultatov sem ugotovila, da se posamezniki trudijo narediti na poslušalce dober vtis s pomenom besed, kateremu številni avtorji (Možina, Tavčar in Kneževič, 1998) pripisujejo najmanjši pomen v komuniciranju. Pozabljajo pa na najbolj zgovorni dejavnik javnega nastopa, nebesedno komunikacijo, z njo se trudi na poslušalce narediti dober vtis le 40 % anketiranih, kar me preseneča.

Razni avtorji (Možina, Tavčar, Kneževič, 1998) poudarjajo, da se trema pred javnim nastopom loteva vsakogar. Vprašani doživljajo tremo na različne načine. Nekateri jo vidijo le v negativnem smislu in kot oviro, tisti pa, ki jo ocenjujejo kot pozitivno, občutijo v stanju treme tudi vzpodbudo in močno aktivnost, seveda se tudi pri teh pojavlja občutek strahu, vendar v meji, ki zanje ni kritična. Najpogosteje jo odpravljajo z globokim dihanjem.

Predvidevala sem, da največ anketiranih svoj javni nastop podkrepí s projekcijskim gradivom (power point), kar je raziskava tudi potrdila. Uporabljajo tudi še druge vrste gradiva za prikazovanje javnega nastopa, kar kaže na to, da je tehnološki napredek zelo očiten, česar se vprašani očitno zavedajo in so vedno pripravljene iti v korak s časom.

Da se po nepotrebem ne zapletajo v težave z izgubo rdeče niti vsebine pogovora, vprašani raje naredijo premor, si zbistrijo misli in želeno misel povedo kasneje. Da do takih neljubih situacij ne prihaja, imajo vedno pripravljeno rezervno gradivo za krizne razmere.

Pri analiziranju odgovorov pa sem prišla do zanimive ugotovitve, ki kaže na to, da potrebuje večina anketirancev poleg projekcijskega gradiva med izvajanjem javnega nastopa za pomoč tudi list z opornimi točkami, kar seveda ni slabost.

Polovica vprašanih (56 %) večinoma gledajo poslušalce v oči. Presenetljiv pa je rezultat, da kar 33 % vprašanih gleda poslušalce v čelo, kajti pri pogledu v čelo poslušalec nima občutka, da ga govorec gleda in ga ne prevzame neprijeten občutek kot pri predolgem neposrednem očesnem stiku.

Rezultati ankete so tudi pokazali, da vsi anketirani na morebitna vprašanja najraje odgovarjajo sproti, kar je tudi prav. Izhod iz načrtanega govora lahko javni nastop celo popestri, le govorec ne sme zgubiti rdeče niti.

Ljudje, ki se ukvarjajo z javnimi nastopi, vedno analizirajo svoj javni nastop. Analizirajo ga s prijatelji ali s sodelavci, pri tem pa pozabljajo na povratno informacijo poslušalcev, ki je pomembnejša, saj se zaradi njih izvaja javni nastop.

Presenetil me je tudi samokritični rezultat vprašanih, saj so v 80 % odgovorili, da so povprečni govorci, le eden si je upal pohvaliti, da je odličen govorec, preostali vprašani pa so odgovorili, da niso dobri govorci.

Če želimo predstaviti sebe, svoj izdelek, projekt in hočemo biti uspešni ali karkoli drugega, moramo tudi predstavitvam nameniti določen čas. Če bomo imeli dovolj znanja, samozavesti in bomo znali ljudi prepričevati, kot to počnejo retoriki, bomo bližje svojemu uspehu.

Moje diplomsko delo je prispevalo k ugotovitvi in osebному prepričanju, da se uspešni govorci ne rodijo, pač pa to postanejo z znanjem, spretnostmi in veliko vaje. Za dosego zelenega uspeha pa ne smemo pozabiti svojega nastopa tudi analizirati, kajti le tako lahko ugotovimo lastne napake, jih odpravimo in izboljšamo svoje javno nastopanje.

## LITERATURA

- BIRKENBIHL, V.: Sporočila govornice telesa. Ljubljana: Center za tehnološko usposabljanje, 2000
- BOWMAN D., P.: Prezentacije. Ljubljana: Založniška hiša Primath, 2002
- CASSON, H.: Umetnost govora. Ljubljana: Pravljico gledališče, 1995
- CLAYTON, P.: Poslovna govornica telesa. Ljubljana: Prešernova družba, 2004
- ENKELMANN, N. B.: Moč retorike: prepričati z govorom, glasom in osebnostjo. Kranj: Vernar Consulting, 1997
- ERČULJ, J., VODOPIVEC, I.: S komunikacijo do cilja. Ljubljana: Šola za ravnatelje, 1999
- FAST, J.: Govornica telesa. Koper: Založba Lipa, 1973
- FLORJANČIČ, J. in FERJAN, M.: Management poslovnega komuniciranja. Kranj: Moderna organizacija, 2000
- HELER, R. in HINDLE, T.: Veliki poslovni priročnik, Ljubljana: Mladinska knjiga, 2001
- KAVČIČ, B.: Poslovno komuniciranje. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, 2000
- KNEŽEVIČ, A. N.: Oljka: o sporazumevanju in obnašanju: tudi tako govorimo. Škofja Loka: Tempo trade, 2006
- LERCHE, R.: Veščine javnega nastopanja. Radovljica: Skriptorij KA, 1996
- MOŽINA, S., TAVČAR, M., KNEŽEVIČ, A.: Poslovno komuniciranje. Maribor: Obzorja, 1998
- MIHALJČIČ, Z. in ŠANTL MIHALJČIČ, L.: Poslovno komuniciranje. Učbenik. Ljubljana: Jutro, 2000
- PEASE, A.: Govornica telesa. Ljubljana: Mladinska knjiga, 1997
- TAVČAR, M.: Uspešno poslovno sporazumevanje. Ljubljana: Novi Forum, 1995
- THIELE, A.: Kaj moram vedeti: O govorniški spretnosti. Ljubljana: Gospodarski vestnik, 1995
- UCMAN, I., STARE - DRAGINC, A.: Koncepti in veščine komuniciranja. Novo mesto: Ekonomska šola Novo mesto, Viška strokovna šola, 2002

## PRILOGA

### ANKETA

Sem Klavdija Papler, študentka Višje strokovne šole, program poslovni sekretar. Odgovore tega vprašalnika bom uporabila za raziskavo praktičnega dela diplomske naloge z naslovom Priprava in izvedba javnega nastopa. Zagotavljam vam, da bodo odgovori uporabljeni izključno za potrebe diplomske naloge in vas prosim za sodelovanje. Anketa je anonimna.

Najlepše se vam zahvaljujem in vas prosim, da pri vprašanjih preberete navodilo v oklepaju.

**(Obkrožite ustrezen odgovor)**

**Spol:**                    M                    Ž

**Izobrazba:**            POKLICNA ALI MANJ            SREDNJA            VIŠJA            VISOKA

**Starost:**                    do 30 let                    od 31 do 40 let                    od 41 do 50 let  
**nad 51 let**

**1. Koliko ste samozavestni? (Obkrožite ustrezen odgovor.)**

a) nič                    b) malo                    c) še kar                    d) zelo

**2. Koliko javnih nastopov imate za sabo? (Obkrožite ustrezen odgovor in utemeljite, če ste odgovorili z a)**

a) nobenega                    b) do 3                    c) od 4 do 10 nastopov                    d) več kot 10 nastopov

Javno nastopal/-a še nisem zaradi: \_\_\_\_\_ .

**3. Kako bi opredelili svoj odnos do nastopanja? (Obkrožite ustrezen odgovor)**

a) Sploh ne maram nastopati.                    b) Še kar rad/-a nastopam.  
c) Ne nastopam preveč rad/-a.                    d) Zelo rad/-a nastopam.

**4. Kako bi ocenili sebe v vlogi govorca? (Obkrožite ustrezen odgovor)**

a) sem odličen govorec                    b) sem povprečen govorec                    c) nisem dober govorec

**5. Kaj se vam pri uporabi veščin javnega nastopa zdi pomembnejše? (Obkrožite ustrezen odgovor)**

- a) Besedno komuniciranje (prepričujete z glasom).
- b) Nebesedno komuniciranje (pozorni ste na svojo govorico telesa).

**6. Koliko časa porabite za priprave? (Obkrožite ustrezen odgovor)**

- a) Vsebino govora na hitro preletite. b) Vsebino govora enkrat preberete.
- c) Vsebino govora večkrat preberete. d) Svoj govor skušate razumeti na pamet.

**7. Kaj storite, če izgubite rdečo nit pogovora? (Obkrožite ustrezen odgovor)**

- a) Napravite kratek premor, da lažje uredite svoje misli.
- b) Jasno poveste poslušalcem: »V tem trenutku mi je misel pobegnila.«
- c) Napoveste, da boste izgubljeno misel povedali kasneje.
- d) Drugo: \_\_\_\_\_ .

**8. Ali imate pripravljeno tudi rezervno gradivo za krizne razmere? (Obkrožite ustrezen odgovor)**

- a) da b) ne

**9. Na morebitna vprašanja najraje odgovarjam: (Obkrožite ustrezen odgovor.)**

- a) sproti b) na koncu javnega nastopa

**10. Pri izvajanju javnega nastopa gledam: (Obkrožite ustrezen odgovor)**

- a) poslušalce v oči b) poslušalce v čelo
- c) v tla d) v stene prostora
- e) drugo: \_\_\_\_\_

**11. Pri izvajanju javnega nastopa si pomagam z: (Obkrožite ustrezen odgovor)**

- a) Natančno zapisanim potekom javnega nastopa.
- b) Z listom, na katerem so zapisane oporne točke.
- c) Drugo: \_\_\_\_\_ .

**12. Katere avdiovizualne pripomočke najpogosteje uporabljate pri nastopu? (Obkrožite ustrezen odgovor)**

- a) power point b) prosojnice
- c) diapozitivi d) video posnetki, film
- e) ničesar f) drugo: \_\_\_\_\_

**13. Kako pri nastopu dosežete lepo zveneč glas? (Obkrožite ustrezen odgovor)**

- a) Urite se v pravilnem dihanju med govorjenjem.
- b) Zapožete, kadar koli je možno.
- c) Govorite v tisti glasovni legi, ki je značilna za vas.
- d) Drugo: \_\_\_\_\_ .

**14. Ali analizirate svoj nastop? (Obkrožite ustrezen odgovor)**

- a) da
- b) ne
- c) včasih

**15. S kom analizirate svoj nastop? (Obkrožite ustrezen odgovor.)**

- a) s prijatelji
- b) s sodelavci
- c) s pomočjo poslušalcev
- d) z organizatorjem

**16. Kaj najpogosteje analizirate po nastopu? (Obkrožite največ tri odgovore.)**

- a) Vsebino-primernost, dosežene cilje.
- b) Udeležence-sodelovanje, razprava.
- c) Potek-kako uspešni so bili posamezni deli (uvod, jedro, zaključek).
- d) Prostor in opremo-primernost, delovanje.
- e) Povratno informacijo udeležencev.
- f) Organizacijo – ustreznost, potek, spodrsaljaje nastopa.

**17. Imate pred javnim nastopom tremo? (Obkrožite ustrezen odgovor.)**

- a) nikoli
- b) včasih
- c) pogosto
- d) vedno

**18. Kako najpogosteje doživljate tremo pred javnim nastopom? (Obkrožite največ tri odgovore.)**

- a) tresoč glas
- b) hitro razbivanje srca
- c) jecljanje
- d) rdečica na obrazu
- e) znojenje
- f) suha usta
- g) drhtenje prstov na roki
- h) nejasne misli
- i) drugo: \_\_\_\_\_

**19. Na kakšen način odpravljate tremo pred javnim nastopom? (Obkrožite ustrezen odgovor.)**

- a) z globokim dihanjem
- b) z avtogenim treningom
- c) z mišično relaksacijo
- d) z vizualizacijo
- e) drugo: \_\_\_\_\_

**20. Ali je po vašem mnenju trema lahko pozitivna? (Obkrožite ustrezen odgovor.)**

- a) da
- b) ne