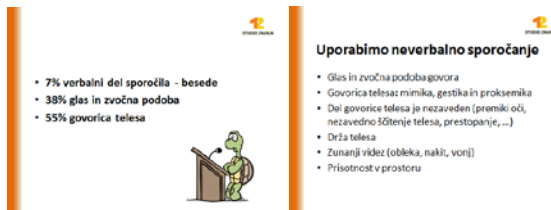


Umetnost javnega nastopanja (scenarij) – I. dan

1. uvodni pozdrav, predstavitev voditeljice delavnice, teme za danes in jutri - 5 min

predstavitev udeležencev (ime + zakaj sem tukaj) - opazujemo nezavedne reakcije treme pred občinstvom – 5 min

2. pomen neverbalnega sporočanja (slide 2x) – 15 min



Zvočna podoba govora zajema med drugim višino in ton glasu, glasnost, hitrost in ritem govorjenja ter poudarke.

Na glasu se pozna živčnost, da se nam mudi, čustva, PAVZE tudi sporočajo!

poudarek besed = drug pomen

• **Mimika, Nasmeh**

• **Gestika** so gibi rok, nog, dlani, prstov, ramen, glave. Lahko za ponazoritev ali namesto besed; zavestno ali nezavedno.

• **Proksemika:** položaj in gibanje ljudi v prostoru, medosebni prostor, drža telesa, način hoje in sedenja.

PRED KAMERO: NE bele, rdeče ali črne + ne ozko črtastih, drobno pikčastih ali karo vzorcev

zmerna uporaba nakita, ki mora predstavljati le dodatek; ne pretiravajmo s parfumi!

Drža telesa: sporoča drugim + vpliva na naše počutje + VAJA

Prisotnost - kaj vam pomeni beseda prisotnost, prezenca?

elementi: samozavest, sproščenost, pretočnost, odprtost, želja po komunikaciji, deljenju, dajanju energije, vključeni vsi čuti, tu in zdaj

vaja za prisotnost 1.del-zbranost, drugi del kasneje!

3. priprava na javni nastop (slide) – 35 min ali več



Dihanje podpira govor in kaže (izdaja) na naše **čustveno stanje, počutje**. Počutje in dihanje sta tesno povezana.

VAJA: dihanje - opazujemo naravni ritem, pljučno/trebušno dihanje, preizkusimo oboje, dihamo v trebuh – *pomagala: vizualizacija vdiha, knjiga, leže na tleh z iztegnjenimi rokami nad glavo

VAJA: uporaba prepone - kašljanje, ha, večkrat 'ha' na en izdih, držimo daljši 'ha';

VAJA: ogrevanje telesa (sprostimo blokade, zakrčenost) stresanje telesa + sproščaj zvok, priklon + vstaneš in zehaš, vrtenje vratu in ramen (zakrčenost), zapestja

VAJA: ogrevanje obraznih mišic (predvsem jezik, čeljust, ustnice), pačenje + zamrznitev

VAJA: govorni aparat - zvoki za vajo izgovorjave

"BIČ BABA BUH" na en dah + "Cicica cipica cunjice črne cefra" – stopnjuješ tempo

VAJA: POZORNOST + imeti kaj za početi, ko stojiš pred publiko (pozornost na vse čute – poslušamo znotraj in zunaj sebe, vonjamo, okušamo, občutimo, pogledamo)

VAJA: energijaska prisotnost na odru!!!

s pogledom zaobjameš vse prisotne, spuščaj enakomerne zvoke pesmice (prepona, energija, enakomernost; čustva pustiš ven)

----- do sem 1h

4. soočanje s tremo (slide 2x) – 5 min

Definicija: Strah pred jasno definirano bodočo situacijo. – kakšni so telesni odzivi?



Nimam kaj povedati / nesprošččenost

- negativno: zaskrbljenost, razdražljivost, raztresenost, težave s koncentracijo, neučinkovitost
- pozitivno: vznemirjenost, motiviranost, samozavest, ustvarjalnost, učinkovitost, živahnost, aktivnost, vedrost

5. Kako se soočiti s tremo – predpriprava (slide) – 5 min



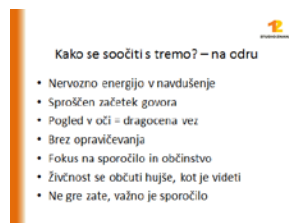
- prve stavke na pamet; vsaj dve generalki kot da je v živo: stoje, na glas, s prikazi

- Vizualiziraj uspeh! – jasno, glasno, ploskanje, odobravanje – samozavest
OBČINSTVO JE NA TVOJI STRANI
- kava, alkohol, prenajedanje (čokolada)
- funkcioniranje naprav, spoznavanje s prostorom!
- vzpostaviti odnos (rokovanje, par besed, z zbiranjem podatkov)

VAJE SPROŠČANJA za tik preden stopiš na oder: - 15 min

- opazuješ svoj dih (+ šteješ dolžino)
- skrčiš in stegneš prste (na rokah in nogah)
- ogreješ obrazne mišice
- zaokrožiš z vratom in rameni, dlanmi
- nevtralna drža (ali sede) + prisotnost, zbranost
- vživljanje v čustveno stanje prijetnega spomina, energiziranje
- vizualizacija: vpijanje sonca v sončni pletež
- vizualizacija dobrega poteka nastopa (glasen govor, jasno sporočanje, dober stik z občinstvom, zadovoljstvo vseh prisotnih)
- zavedanje lastne vrednosti (moji dosežki, pretekle pozitivne izkušnje z nastopanjem ...)
- spomni se na nekoga, ki ga dobro poznaš in je sproščen, karizmatičen govorec/-ka, poskušaj se vživeti v njegovo vlogo, prevzeti njegovo energijo

6. Kako se soočiti s tremo – na odru (slide) – 10 min



- globoko dihati (s trebušno prepono), da ne zmanjka zraka sredi stavka; pred začetkom nekajkrat globoko vdihniti in izdihniti, da se ustvari zaloga kisika
- Začetek govora: **pavza, nasmešek, preštej do 3, pogled**
- Predstavlja si prijatelja, ljubljeno osebo v občinstvu

- pogled, ki se seli od poslušalca do poslušalca, poišči **prijazen obraz** in govori njemu
- Vedi se samozavestno in prej ko slej se boš tako počutil -“Fake it till you make it”
- **Ne osredotočaj se nase** in na to, kaj si **občinstvo misli o tebi**; prevzemi **odgovornost**, da občinstvo **dojame tvoje sporočilo**

7. Lastnosti dobrega govorca (slide 2x) – 8 min



- Jasen namen vs. govoričenje brez repa in glave – zmeden poslušalec. **Suvereno, jasno, glasno govori.**
- **Prisotnost, integriteta, etičnost**
- Samozavest je tudi to, da priznaš svojo **zmoto**, se ne počutiš ogroženega od drugačnega mnenja, ...
- iskren: stoji za tem, kar govori
- navdušenje ne le s čustvi, tudi z besedami: neverjetno, izvrstno, čudovito, krasno
- Nabiraj si vse več izkušenj! Upaj si, izpostaviti se!

8. VPRAŠANJA

9. IZBOR VAJ:

- nepripravljen govor 3 minute ZA ali PROTI (zapolnimo 3 minute, ne ponavljajmo se, lepo zaključimo, ne zatavajmo stran od teme);
- telesna drža in čustva (ugibanje skupine);
- večerne novice v veselo-navdušenem tonu, z variacijami glasu in spreminjanjem poudarkov, zelo dramatično;
- zgodba – vadimo pavze, doživljanje, risanje z besedami;
- strokovna predstavitev domišljajske živali (kakšna je videti, velikost, kje živi, kaj je, ...) vs. intervju s strokovnjakom o tej živali (navdušenje nad predmetom svojega preučevanja!); *lahko tudi uporabni predmeti, kristali, rastline
- intervju s strokovnjakom;
- lastna analiza: katere so + plati mojega javnega nastopanja (v čem sem dobra), katere šibkosti, kaj lahko naredim, da jih izboljšam, na čem gradim, kaj poudarim;

- oglaševalska kampanija
- vsi gradimo zgodbo (vsak en stavek ali pa s prstom pokažemo na tistega, ki nadaljuje);
- beri besedilo kot: športni napovedovalec, tv napovedovalec, duhovnik, predsednik, rapper; ali z uporabo različnih čustev – zapeljivo, prestrašeno, navdušeno, zdolgočaseno, jezno, odveč mi je;

Umetnost javnega nastopanja (scenarij) – II. dan

„Na svetu sta le dve vrsti govorcev. 1. živčni in 2. lažnivci.“ ~ Mark Twain

1. kratka ponovitev 1. dne: ogrevanje telesa, govornega aparata + vaja prisotnosti – 5 do 10 min
2. vrste javnega nastopanja (slide)

– Kaj vse lahko štejemo kot javno nastopanje? - 5 min



glasnost – mikrofoni, uporaba mikrofona: ne zvijaj žice, ne tolči po / ob mikrofoni, če pride do tehničnih težav, takoj prositi za strokovno pomoč

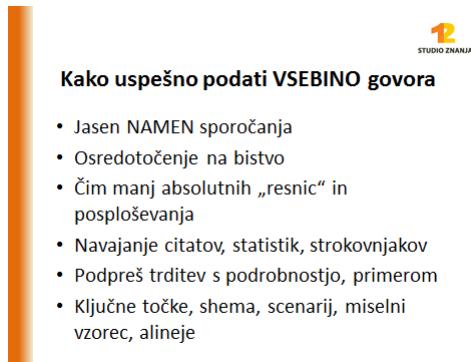
Kamera: kam je usmerjen pogled; kot da govoriš posamezniku, če gre za nagovor, mimika in gestika sta še bolj vidni kot na odru; si v dnevni sobi ljudi. Muhca - ploskanje, tolčenje...

Radio: intervju, ne odgovarjamo le s kimanjem

Uporaba + pozor na nezavedne reakcije

3. Kako uspešno podati VSEBINO govora (slide 2x) - 12 min

NAMEN: naučiti, spodbuditi »Dobri govorniki niso rojeni, temveč narejeni!«



- **Jasen namen** v 1 stavku

- Bistvo: **Jedrnatost + vzeti si čas za doživetje** (vs. dolgovezenje ali hitenje)

- Navajanje virov nam da kredibilnost, citiranje virov

- Razjasniš s primerom, daš podatek v kontekst npr. 14 GB na USB – dovolj ur glasbe za polet na luno in nazaj

- Vključimo čustva - navdihujoč govor
- Anekdote, zgodbe
- Uporaba vizualnega gradiva
- Smiselna uporaba časa, pavze
- Ciljna javnost, naslovnik
- Verjemi v svoje sporočilo



- Čustva: jih lahko uporabiš. Razširi čustvovanje na celotno skupino. Iskreno doživljanje vzbuja empatijo. Tudi z besedami (neverjetno, čudovito, izjemno,...)
- odigramo predstavitev, naredimo šov, dogodek, produkcijo
- doživljanje zgodbe - **Z besedami slikamo podobo** (doživeto, slikovito)
- čas: če je potrebno izpuščamo manj pomembne reči, prilagajamo
- Pavze: predvidimo jih v pripravi oz. če doživljamo besedilo, pridejo naravno; Premori, povzetki, poudarki, doživljanje zgodbe, ponavljanje ključnih poudarkov (z drugimi besedami) – tudi **odvisno od občinstva, spremljajmo odziv**
- Ciljna javnost in njene potrebe: ali že pozna ozadje in gremo k bistvu ali najprej zgradimo temelje? Žargon, tujke, strokovni izrazi ... - Prilagojeni ciljni javnosti ali jih razložimo ali jih ne uporabljamo
- **Prilagajanje komunikacijskega stila drugemu** pomeni, da se približamo njegovemu načinu izražanja.
- verjemi v svoje sporočilo **in vase**

4. priprava govora (slide 3x) – 10 min

Postopek priprave govora

- Razjasnimo namen:
 - a. Informiranje
 - b. Vplivanje
- Ciljna javnost
- Tridelna zgradba: **uvodni, osrednji in zaključni del**
- Nihanje pozornosti poslušalcev
- Priprava gradiva
- Scenarij predstavitev
- Poskusni nastop

- Poznamo dva temeljna cilja, to sta **informiranje** in **vplivanje**. Če si zastavimo cilj informiranje, potem bomo seznanjali poslušalce z nekimi novimi spoznanji, navodili,

znanji ipd. Če je cilj vplivanje, si želimo vplivati na poslušalce v tej smeri, da bomo uresničili zastavljeni cilj. Vplivamo na njihova **stališča, vedenje in delovanje**.

- Ciljna javnost: koliko že vedo o naši temi, kaj jih zanima, zakaj se bodo udeležili naše predstavitve oz. nastopa, kaj bodo lahko koristnega dobili od nas, kakšna je starost, spol, izobrazba, da lahko prilagodimo jezik; zgolj jasno sporočilo / podajanje konteksta, grajenje temeljev

- **uvodni del** ima tri funkcije: vzbuditi pozornost poslušalcev, vzpostaviti naklonjen odnos s poslušalci in narediti uvod v osrednjo vsebino predstavitve. V uvodu lahko začnemo z vprašanjem, z izzivalno začetno trditvijo, sklicevanjem na znano osebo ali dogodek, uporabo primerne citata, s pozivanjem na čustva poslušalcev, s humorjem, zanimivo fotografijo.

- **osrednji del**: bistvo

- **zaključni del** predstavlja kratek povzetek vsebine. To lahko naredimo s pomočjo vprašanj, spomnimo jih na bistvene vsebinske poudarke prezentacije, motiviramo jih z neko aktivnostjo.

- Učinek predstavitve je odvisen tudi od **pozornosti** poslušalcev in pri tem moramo upoštevati, da je pozornost največja na začetku, po kakšnih 10 do 15 minutah pa jo moramo ponovno vzpodbuditi.

Pri daljših nastopih pomislimo na **odmore!**

- Gradivo: vsebina govora + vizualni pripomočki, hand outi

- **Scenarij predstavitve**: predvsem za vodenje sebe. Aktivnosti po zaporedju in zraven označi, koliko **časa** bo potreboval za posamezno aktivnost. Med izvajanjem ga ima pred sabo, da sproti kontrolira dejansko porabljeni čas. (primer)

- Za poskusni nastop je najpomembnejše, da je kar najbolj podoben pravemu nastopu. Lahko se **posnamemo** z videokamero ali telefonom in posnetke **analiziramo**.

Dobro se pripravimo na izvedbo govora



- Branje / govor
- Kartice s ključnimi točkami
- Miselni vzorec
- Tabla
- Power Point prezentacija




- 5 min

ČE SE ODLOČIŠ ZA BRANJE TEKSTA:

- **Ne beri vsega!** Nikoli ne preberi: "Lepo pozdravljeni."
- **Piši tako kot govoriš.** Ne govorimo na enak način kot pišemo.
- **Zapiši si namige za izvedbo, za branje.** Zapiši si npr. "pavza", **podčrtaj** beside, ki jih želiš **poudariti**. Oštevilči si liste, piši le na eno stran.
- **Piši z velikim fontom in dovolj prostora.** Ne boš mogel zelo podrobno zreti v tekst, temveč ga boš 'odigral', kot bi bral pravljico, zgodbo.
- **Branje statistik** je bolj varno kot podajanje na pamet + vtis večje kredibilnosti
- **Prilagajaj zapiske, pripravo situaciji:** Vedno je lahko kaj nepredvidenega. Ne drži se kot pijanec plota zapisanega.


-Tabla: če bo veliko risanja, razlage ali stik, ustvarjanje z občinstvom skupaj ... primerno za majhna občinstva do 20 ljudi;

Nikoli ne govori, ko gledaš v tablo ... če pišeš, vmes ne govoriš


STUDIO ZNANJA

Power point prezentacija

- Dobro vidna
- Preprosta
- Barvita
- Vsebini primerna
- Alineje namesto stavkov
- Ne beri s prezentacije!
- Prilagajaj



- 7 min

- Vidnost: dovolj velike črke, barve, ki se vidijo (ne presvetle); **ne vključuj grafov ali tabel, ki bodo slabo vidne**
- Preprostost: naj ne 'letijo' stvari naokoli (animacija)...izberi **en stil** in se ga drži; **manj je več**
- Barvito (a naj ne jemlje pozornosti iz tebe, ne mešamo stilov in barv, naj ne bo preveč 'dogajanja' na platnu)
- Vsebini primerno **število slidov**, ne preveč ali premalo, glede na vsebino
- Prilagajaj: ti kontroliraš prezentacijo, ne ona tebe ... lahko izpuščaš manj pomembne slide, če tako presodiš ...; PPT je samo vizualni pripomoček ne celotna predstava (tri tretjine: govor, izvedba, vizualni pripomočki)
- **VADI uporabo slidov!!**

- **trendi** PPT prezentacij


VAJA: priprava 5 minutnega govora na poljubno temo (ekspert za eksotično žival, prodaja revolucionarnega produkta, zgodba preobrazbe ...) – 30 do 60 min

določimo namen (informiranje /vplivanje; ciljno javnost; ustvarimo vizualni pripomoček: alineje, miselni vzorec, scenarij; pregledamo timing; 3-delna sestava; poskusna izvedba)


5. navdihujoč govor (slide 4x) – 6 min

Navdihujoč govor popelje na čustveno potovanje

- Namen je vplivanje
- (Osebne) zgodbe
- Uporabimo glagole premikanja
- Dotakne se srca, navdihne, opogumi
- Empatija občinstva



- Izziv, da drugače pogledamo na situacijo
- Pozitivna vizija
- „Practice what you preach“



- Lahko ga poimenujemo **tudi motivacijski govor**. Vplivamo na **stališča, vedenje in delovanje**.

- Osebne zgodbe **premagovanja ovir**: prikaz, da zmore nekdo – zmoremo tudi mi; posebej zgodbe ljudi, ki so začeli iz nič ... resnične, relevantne (Povezava zgodbe z realnostjo: link do občinstva, njihovih vsakdanjih življenj)
- **Ne preveč zgodb!** Vsako zgodbo poveži z glavno poanto
- GLAGOLI PREMIKANJA, DELOVANJA: pri zgodbi jih poudariš, lahko jih ,odigraš‘, npr. tečeš, narediš par korakov, če govoriš o tem v zgodbi
- Iz sebe, iz duše – dotaknemo se srca ... večje možnosti za **empatijo**; doživiš, odigraš, tudi če je vnaprej pripravljeno in večkrat povedano, **vživeti se** moraš kot igralec. **Bodi to, kar si! Ne kopiraj** gest od drugih ali iz knjig, bodi naraven in v **trenutku**, prisoten, doživljaj, **iskrenost**
- Podelitev svojih **šibkosti** (človeškost, približanje občinstvu, dol s pediestala, poistovetenje ... vendar NE slabosti glede tega, o čemer predavaš)

„Practice what you preach“: ljudje, katerih življenje samo nam je motivacija, nas mnogo hitreje prepričajo, navdihnejo

5 ključnih elementov navdihujočega govora

1. Prikaz problema + kredibilnost govorca
2. Utrditev potrebe po razrešitvi (neg. scenariji)
3. Usmeritev ali razrešitev
4. Čustva (navdušenje, strast, doživetost)
5. Spodbuda k akciji, opogumljanje

- 2 min

- Ustvari kredibilnost tako, da prikažeš svoje znanje o tematiki, morebitne dokaze, strokovnost – prikažeš dejstva, statistike, citate + osebne izkušnje - KREDIBILNOST tudi, če gre za osebno zgodbo

- Prepričaj občinstvo, da je to res problem in ga je treba rešiti. Ter kaj se zgodi, če ga ne rešimo. Prikaži težave.

- Prikaži ideje, možne razrešitve problema ali že razrešeno situacijo.

- Govori z navdušenjem, prenašaj svoja čustva na občinstvo, naj doživljajo s tabo, uporabi stavke kot "**predstavljajte si ...**", da vključiš njihovo domišljijo

- Opogumljanje, povabilo: verjameš v občinstvo, spodbujaš jih, pozitiven pristop, da se da doseči spremembe in verjameš, da jim/nam bo uspelo!

Isti elementi se uporabljajo za **REKLAMNI OGLAS**. (primer)

OPCIJSKA VAJA: reklama za neverjeten produkt (ime, kater problem rešuje, slogan) primer: čudežne leteče hlače – zabaven in poceni prevoz brez onesnaževanja: naveličani prepolnih avtobusov, čakanja v kolonah, vdihovanja izpušnih plinov na kolesarski stezi in zamujanja na sestanke? iz NASnih laboratorijev prihaja nov revolucionaren izdelek: ČLH, poganja jih poseben pralni prašek – cenovno ugoden, pozabite na gnečo in izpušne pline, dvignite se nad mestni smog in končno pridite na sestanek pravočasno; želite vse svoje življenje ostati pri tleh ali želite pogledati na življenje z višine? kupite ČLH storite nekaj zase, za svoje poslovne partnerje in za okolje! – 15 min

Sestava navdihujočega govora

- Začetek (ice-breaker, pritegne pozornost)
- Uvodna predstavitev tematike
- Vzpostavitev kredibilnosti
- Izpostavljanje problema
- Rešitve in usmeritev
- Alternativni scenariji
- Potrditev
- Udarni zaključek



- 2 min

Začetek – uporaba **humorja**, če je primerno; (provokativno) **vprašanje**, zanimiv podatek, vzpodbudi domišljijo, omeni znano osebnost, citat

Predstavitev o čem bo govora in glavni poudarki (narišeš jim mentalni zemljevid), daj občinstvu razlog, da poslušajo dalje (obrazložiš naslov)

Ustvari **kredibilnost** tako, da prikažeš svoje znanje o tematiki, morebitne dokaze, strokovnost – prikažeš dejstva, statistike, citate + osebne izkušnje

Izpostaviš problem ki ga je treba rešiti

Rešitve, usmeritev, ideje

Alternativni scenariji – predstaviš kaj se lahko zgodi, če ničesar ne storimo v zvezi s problemom

Potrditev – potrdimo **glavne argumente**

Udarni zaključek – stavek, ki si ga bodo zapomnili, pozitivna izjava – **citat, pozitiven klic k akciji, izražanje zaupanja, da bo sprememba uspela**

Dodatno:

uporaba **besed**, ki ves čas spominjajo na **glavno temo** pogovora; npr. M. Luther King 'I have a dream ...'; navadno se ponovi vsaj 3x

zaključni **vsak sklop s povzetkom** v stilu: "tako torej ukrotimo tremo" – jasen zemljevid za občinstvo, naj bo **občinstvu enostavno slediti**

uporaba vprašanj, pavz, doživljanje;

citiranje dialogov namesto povzemanja

<http://www.mojvideo.com/video-steve-jobs-govor-na-kolidzu-reed-podnapisi/d9d976110141bd21ddf9>

dobri elementi: pohvala; začne s humorjem; napove 3 zgodbe; vsaki zgodbi da uvod (zgodba govori o ... povezovanju pik); uporabi vprašanja - s tem vzbudi zanimanje občinstva; "Do you want an unexpected baby boy?" citira besede, ne reče opisno 'vprašali so ju ali želita ... - občinstvo povleče v dejanski trenutek dogajanja zgodbe; »izbral sem kolidž, ki je skoraj tako drag kot Stanford« – približa se občinstvu, vključi jih, ta podatek je relevanten za njih; podarjanje besed "priceless"; »naj vam podam primer!« ... itd

6. odnos do občinstva (slide 2x) – 6 min

The image shows two presentation slides from Studio Znanja. The left slide is titled 'Odnos do občinstva' and lists six bullet points: 'Preveri svoj odnos (vzvišenost, resnost, sproščenost)', 'Bodi prilagodljiv', 'Bodi všečen, a stoj za svojim sporočilom', 'Doživljaj, vizualiziraj', 'Empatija', and 'Resnicoljubnost, odkritost, govorjenje iz sebe'. The right slide lists five bullet points: 'Odprtost do novih idej in komentarjev občinstva', 'Ne jemlji se preveč resno', 'Smeh, odzivnost, sodelovanje', 'Spoštljivost, taktnost', and 'Medkulturno komuniciranje (upoštevamo kulturne razlike glede obnašanja, pozdravljanja, uporabe barv itd.)'. Both slides feature the Studio Znanja logo in a vertical orange bar on the left side.

- Svoj odnos: pretirana sproščenost lahko izpade neprofesionalno (briga me), vzvišenost zapira komunikacijo, prevelika resnost zapira tok energije; odpiranje prostora za pretok; koliko formalni smo?

-Prilagodljiv specifičnim potrebam občinstva: padec pozornosti, nerazumevanje, dodatne razlage, **spremljaj odziv in sprašuj po njem!** Ne skači na novo tematiko, dokler ne vidiš, da so ljudje dojeli prejšnjo. Ne jemlji za samo po sebi umevno, da ti vsi sledijo. Raje jih vprašaj. "Mi sledite? Kako vi vidite to? Se strinjate? Kako se v vašem življenju to kaže? Mi lahko podate še kak primer iz svojega življenja?"

- doživljaj: Potem bo lahko **občinstvo doživljalo s tabo**, preko tvojih besed

- **Kako dosežemo empatijo?** iskrenost, očesni stik, podeliš košček sebe, zgodbe in doživljanje, podeliš svojo šibkost, poiščemo skupne točke z občinstvom, se jim približamo na njihovem terenu, z njihovim jezikom

- Dopusčaj in spoštuj drugačno mišljenje

- Uporaba humorja, vedrina v govoru; ljudje imamo radi dinamiko (šov vs. monotonost)

- Sodelovanje: **Ask, don't tell.** Ne samo grmadenje vsebine, **naj občinstvo sodeluje** – si več zapomni, je bolj vključeno, lahko dodaja nove ideje. Vprašanja tudi pri zgodbi – spodbudi


zanimanje, razmislek in tako vplete občinstvo. Vendar **VZDRŽUJ RED** – naj ti posameznik(i) iz občinstva **ne 'ugrabi'** predavanja, pozornosti

- Taktnost: izogibanje besedam, ki lahko prizadenejo prejemnike
- Medkulturne razlike: posebej če smo na tujem ali če so prisotni ljudje iz različnih kultur
- **Tehnike za minimaliziranje stresa**: sproščanje, dobra priprava na govor, vaja, vživljanje v čustveno stanje prijetnega spomina, zavedanje lastne vrednosti...
- **OCENA OBČINSTVA**: mislijo tako kot ti, so proti, so nevtralni – prilagodiš! Kakšno spremembo želiš pri njih doseči? (imej to v mislih)

7. izvedba (slide 2x) – 11 min

Izvedba – vrh ledene gore


- Prihod
- Pozabimo na opravičevanje
- Odpravimo mašila (emm, eee, uuu, ne, torej, ...)
- Stik s poslušalci
- Jasna izgovorjava



STUDIO ZNANJA

- Primerna glasnost in hitrost
- Mimika, gestika, proksemika
- Vprašanja
- Nadzor nad časom
- Zaključek

Prvi vtis je odločilen, zadnji ostane



STUDIO ZNANJA

- Začetek nastopa je že **vstop govornca v prostor**, zato mora biti pozoren na vse, kar bi utegnilo pokvariti njegov prvi vtis. Ko stopi na svoje mesto, si v miru pripravi vse pripomočke (npr. prosojnice) in scenarij.

- Obvladovanje strahu / tehnike sproščanja

- Nikoli ne začeti z **opravičevanjem** za karkoli. Ne za pomanjkljivo opremo, slabo urejen prostor, neustrezno svetlobo, svojo bolezen ipd. **Poslušalci pričakujejo najboljše in to morajo tudi dobiti.** + ni dober prvi vtis + mogoče niso niti opazili

- mašila: raje delajmo pavze namesto mašil

- **Stik z očmi**: Ko se postaviš pred poslušalce, najprej s pogledom preletiš vse udeležence, posamezniku nameni nekaj sekund (največ 3 ali med 5 in 10 – ameriška varianta). Zares pogledajmo ljudem v oči, ne samo na splošno po sobi, da **navežemo stik** + preverjaj razumevanje

- **Izgovorjava**: vadi težje besede, ogrej govorni aparat

- hitrost: malo počasneje od običajnega govora; glasnost odvisna od prostora – uporabi prepono! Spremembe v glasnosti (**poudarki**) - ko pripovedujemo zgodbo (ustvarjanje napetosti)

- **Vprašanja** so sredstvo za pritegnitev poslušalcev k sodelovanju, to pa ugodno vpliva na uspešnost predstavitve in na pomnjenje poslušalcev.

Govorec nenehno nadzoruje **časovni potek**, če ni stenske ure, položi pred sebe zapestno uro in neopazno pogleduje nanjo. Če mu zmanjkuje časa, potem mirno izpušča manj pomembne vsebine. Nastop mora brezpogojno končati v predvidenem času.

ZAKLJUČEK: Povzeti je treba glavne ideje, sklepe, prednosti rešitev, izdelkov, možnosti, prosimo za **vprašanja** in na njih odgovorimo, povemo, kje smo dosegljivi za morebitno dodatno razlago ali vprašanja.

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

Zaključek mora biti **močan** in **prepričljiv** ter **odločen**, zato si ga mnogi govorcju tudi napišejo.

Ne pozabimo na konec nastopa, predstavitve... (lahko pokvarimo vtis z lažno skromnostjo ali nesigurnostjo)

Ko je predstavitve konec, se prireditelj zahvali govorcju. Če je govorec deležen aplavza, ga zbrano, samozavestno sprejme in se prijazno zahvali. Ko poslušalci odhajajo, je govorec na voljo za dodatna vprašanja. (Pospravljanje je na vrsti šele, ko odide zadnji poslušalec.)

8. VPRAŠANJA

9. VAJE

10. Evalvacija (feedback) + info o dostopu do materialov + info o ostalih delavnicah STUDIA ZNANJA (darilo: 15% popust na katerokoli delavnico STUDIA ZNANJA)