

MISAONI POSTAV ORGANIZACIJE

VJEŠTINE USPJEŠNOG PREZENTIRANJA



Boris Balent, mag. psih.
1,2,3 Pokreni d.o.o.
Direktor



Bez obzira gledamo li na prezentacijske vještine u užem ili širem smislu, one su značajan segment interpersonalnih vještina svake osobe. Kao i u drugim stvarima u životu, za kvalitetnu prezentaciju najprije je važno definirati cilj, odnosno što želimo postići prezentiranjem nekog sadržaja. Nadalje, važno je poštivati njezinu strukturu i osnovne aktivnosti koje uključuje poput: prikupljanja informacija i korisnih podataka, definiranja strukture i sadržaja prezentacije, izbora pomoćnih sredstava, te same izvedbe izlagača.

Vježba čini majstora

S obzirom na to da prezentacija, bilo zbog ograničenog vremena, bilo zbog očekivanja publike, zahtijeva višu razinu kvalitete od razine svakodnevnog komuniciranja, vrlo je važno da ona bude što kvalitetnije pripremljena i što bolje uvježbana. Kvalitetnom pripremom i uvježbanošću smanjujemo tremu, ali i dajemo jasniju strukturu samoj prezentaciji. U ovom ćemo se radu detaljno pozabaviti nekim zakonitostima i karakteristikama kvalitetne prezentacije i osobinama dobrih izlagača.

1. Uvodno o prezentacijskim vještinama

Prezentacija je nastup, izvedba, a sama riječ prevedena s engleskog znači: *biti prisutan, predstaviti se, iznijeti nešto, dar*. Na prezentaciju možemo gledati u užem i u širem smislu. Naime, poznati psihoanalitičar Carl Jung (2016.) već je davno definirao *personu* slikom koja nastaje kao produkt interakcije onoga što jesmo i onoga što društvo od nas očekuje, te je za oznaku tog pojma posu-

dio starogrčku riječ koja je označavala kazališnu masku koju su tijekom predstava nosili glumci. Naime, Jung smatra da se ljudi u svakodnevnoj komunikaciji zapravo koriste određenim maskama i da neprestano vode brigu o tome na koji će se način prezentirati socijalnoj okolini.

U ovom se radu nećemo baviti prezentacijom u širem smislu, već u užem smislu; gdje se ona odnosi na specifične situacije u kojima osoba u više strukturiranim uvjetima prenosi neku poruku unaprijed određenoj publici, s unaprijed definiranim ciljem.

Na specifičnost i kompleksnost prezentiranja u užem smislu ukazuje i Andrew Leight (2003.), koji opisuje prezentaciju kao sve ono što se ne može napisati, jer ako sve što želimo reći može stati na papir, tada se uopće ne trebamo pojaviti. Dakle, prezentacija, uz verbalnu komunikaciju, uključuje i neverbalni, te paraverbalni dio.

Kada u obzir uzmemo sva ta značenja, tada nam je jasno zašto je prezentacija nešto više od svakodnevne komunikacije i zašto zahtijeva specifičan i detaljan pristup.

Za početak, svaka bi prezentacija trebala imati jasno definirani cilj, pa prije nego što počnete pripremati prezentaciju, nastojite osvijestiti koji cilj želite postići. Naravno, u pravilu se radi o većem broju ciljeva, no uvijek postoji onaj glavni. U tablici 1. navedeni su mogući ciljevi prezentiranja.

Tablica 1. Ciljevi prezentiranja

Ciljevi prezentiranja
Informiranje – cilj je pružiti nove informacije (npr. informacije o novom pravilniku)
Podučavanje – cilj je da publika nešto shvati, razumije (npr. objašnjenje pojedinih zakonskih odredbi)
Uvjeravanje – cilj je da publika primijeni svoje mišljenje (npr. važnost promjene nekih ustaljenih obrazaca/procedura u poslovanju i uviđanje njihove koristi)
Aktiviranje – cilj je potaknuti publiku na konkretnu akciju (npr. prezentiranje o recikliranju otpada, kojemu je cilj potaknuti publiku na recikliranje)
Zabava – cilj je zabaviti publiku (npr. zabavni skeč)

Izvor: autor rada.

Naravno, sasvim je jasno kako svaka prezentacija istodobno uključuje mnoge različite elemente kojima postizemo razne ciljeve. Tako će prezentacija često biti istodobno i informativna, i poučna, i zabavna, te će u određenoj mjeri potaknuti slušatelja na akciju (ponekad i na izlazak iz dvorane, što je također akcija).

Zašto je važno voditi brigu o tim ciljevima? Naime, prije početka, trebali biste definirati glavni cilj prezentacije kako se ne bi dogodilo da zbog sporednog cilja zanemari-te primarni. Primjerice, tijekom vaše prezentacije publika se vrhunski zabavila, no nije upamtila gotovo ništa od sadržaja. Dakle, svojim ste pristupom zanemarili glavni cilj svoje prezentacije, a to je bilo informiranje publike. Iako prilikom pripreme prezentacije treba voditi brigu o tome da u određenoj mjeri uključite svaki od ciljeva, budući da publika u pravilu voli čuti i nešto korisno i važno, i nešto zanimljivo, ali i nešto zabavno, obavezno istaknite glavni cilj koji želite postići.

Bez obzira na to što su generalno neki ljudi prirodno vještiji izlagači, dok su drugi nešto lošiji, u pravilu svaka vrhunska prezentacija zahtijeva određenu količinu sustavne i kvalitetne pripreme. Tako u sustavnom pristupu prezentiranju možemo prepoznati neke osnovne aktivnosti:

1. prikupljanje informacija i korisnih podataka,
2. definiranje strukture i sadržaja prezentacije,
3. izbor pomoćnih sredstava,
4. uvježbavanje,
5. izvedbu same prezentacije.

Svakom od navedenih aktivnosti detaljno ćemo se baviti u nastavku.

Pažnja slušatelja jedan je od ključnih kriterija (no ne i jedini) na temelju kojih se može procijeniti koliko je neka prezentacija uspješna. Da bi prezentacija bila uspješna, jednako je važno da zaokupimo pažnju slušatelja i postignemo cilj prezentacije. Na slici 1. možemo vidjeti odavno poznat podatak o tome što se događa s pažnjom prosječnog slušatelja tijekom 50-minutne prezentacije.

Slika 1. Grafički prikaz pažnje slušatelja tijekom 50-minutne prezentacije



Izvor: Hartley, J., Davies, I., 1978.

Poštujući zakonitosti funkcioniranja čovjekove pažnje i predviđajući padove pažnje tijekom prezentacije, kvalitetnom pripremom izlagač može umanjiti negativne efekte te pojave. Načinima na koje to može postići, detaljno ćemo se baviti u nastavku. Poznata operna pjevačica i kazališna glumica Dorothy Sarnoff (Goodreads, 2017.) izjavila je kako treba znati završiti s govorom prije nego što vas publika prestane slušati. Dobri govornici taj trenutak znaju prepoznati, pa se u takvim situacijama koriste raznim tehnikama i metodama kako bi preduhitrili pad koncentracije i interes publike. Budući da je pažnja slušatelja na najvišoj razini na početku i na kraju prezentacije, upravo početni i završni dio treba iskoristiti za ključne sadržaje i najvažnije informacije.

2. Prikupljanje informacija i korisnih podataka

Kvalitetna priprema podrazumijeva prikupljanje korisnih informacija i prvi je korak prema vrhunskoj izvedbi. Bez obzira na to koliko bili vješti govornici i koliko smo komunikativni i snalažljivi, za vrhunsku prezentaciju uvijek je potrebna sustavna priprema. Naravno, što više prezentiramo, to je vrijeme potrebno za pripremu kraće, pa proces postaje sve efikasniji i ekonomičniji. Ponekad možemo misliti kako je sposobnost improvizacije više

nego poželjna osobina izlagača. I u pravu smo, samo što se to nipošto ne odnosi na ovu fazu. Improvizacije u fazi pripreme, kada treba prikupiti informacije, zapravo su prepreka. Uslijed pretjereanog samopouzdanja i vjere da će sve biti u redu i da ćemo se već nekako snaći, možemo se nedovoljno pripremiti i zanemariti neke ključne informacije i podatke s kojima ne možemo ili ne smijemo improvizirati. Čak i kada počnemo improvizirati, toga moramo biti svjesni samo mi, ali publika to nipošto ne smije primijetiti. U tablici 2. nalaze se osnovni podaci i informacije koje bismo trebali prikupiti prije izrade same prezentacije kako bi naša prezentacija bila što uspješnija.

Tablica 2. Osnovni podaci i informacije za pripremu kvalitetne prezentacije

Prikupite sljedeće podatke:
• Tko je publika? • Koliko će ljudi biti u publici? • Koja je dob publike? • Koje su struke? Koja je njihova razina obrazovanja? • Koliko su upućeni u tematiku/koliko su stručni? • Jesu li došli dobrovoljno? • Koje ciljeve žele postići? (Sjetite se gore navedenih ciljeva svake prezentacije.) • Koliko imam vremena na raspolaganju? (Neki izlagači zanemare ovaj aspekt!)

Izvor: autor rada.

3. Definiranje strukture i sadržaja prezentacije

3.1. Osnovna struktura prezentacije

Prezentaciju strukturalno možemo podijeliti na tri dijela:

- 1. Početak prezentacije** – uvodni je dio prezentacije koji obuhvaća otprilike 1/5 prezentacije, a glavni mu je cilj pripremiti slušatelja za primanje poruke (pobuđivanje interesa i motiviranje), te upoznavanje sa sadržajem prezentacije.
- 2. Središnji dio** obuhvaća otprilike 3/5 prezentacije, a glavni mu je cilj iznošenje glavne ideje (poanta i glavni cilj prezentacije), iznošenje argumenata i glavnih informacija.
- 3. Završetak prezentacije** obuhvaća otprilike 1/5 prezentacije, a glavni cilj tog dijela je provjera je li publika čula ideju koju smo željeli prenijeti; je li ju razumjela i prihvatila.

Postoji vrlo praktičan akronim koji nam pomaže da lakše zapamtimo jednu detaljno definiranu strukturu prezentacije po ključnim dijelovima. Radi se o **BOMBER B strukturi**, koja je detaljno opisana u tablici 3.

Tablica 3. BOMBER B struktura

BOMBER B dijelovi	
BANG!	hvaćanje pažnje (bacanje mamca) – navedite koju će korist publika imati, tko ste vi i zašto ste stručnjak za to područje, navedite neki zanimljiv statistički podatak, citat, usporedbu, fotografiju/crtež, anegdotu, pitanje, aktualnost iz medija povezanu s temom i sl.
OPENING	plan puta (sadržaj) – ukratko navedite ključne točke („što je na meniju“)
MESSAGE	3 – 5 ključnih poruka – argumentirati!
BRIDGE	međusobno povezivanje ključnih poruka
EXAMPLES	navođenje primjera, analogija (što slikovitije)
RECAP	sažimanje, ponavljanje ključnih poruka
BANG!	završnica (bacanje mamca)

Izvor: LARC. B.O.M.B.E.R.-B, <http://www.larcedge.com/img/pdf/Bomber%20b.pdf>.

S obzirom na to da su za formu prezentacije početak i završetak najvažniji i najistaknutiji dijelovi, detaljno ćemo se posvetiti upravo tim dijelovima strukture.

3.1.1. Uvodni dio prezentacije

Uvodni dio prezentacije možemo nazvati i postavljanjem scene, budući da izlagač priprema teren za postizanje ciljeva svoje prezentacije. Uvodni dio uključuje:

- 1. Pozdravljanje publike** – iako se ova točka čini jednostavnom te mnogi smatraju da joj ne treba pridavati posebnu pažnju, ovo je vrlo važan dio prezentacije jer je upravo pozdrav često prvi kontakt izlagača s publikom. Pozdrav je prvi korak u stvaranju prvog dojma. Stoga je vrlo važno da izlagač pozdrav pripremi; razmisli o njemu; da ga napiše i nauči.
- 2. Predstavljanje izlagača** – za predstavljanje vrijede ista pravila kao i za pozdrav, stoga je važno pripremiti predstavljanje (ako vas neće predstaviti netko drugi). U pravilu je bitno navesti čime se bavite i zbog čega ste stručni za temu o kojoj ćete pričati (nastojite naglasak staviti na znanje i iskustvo).
- 3. Predstavljanje naslova teme** – ukratko recite što je tema vaše prezentacije (to može biti opširnija rečenica samog naslova). Sam bi naslov trebao biti opisan, kratak i relevantan, a pritom dobro dođe i doza provokativnosti. Tako naslov može biti u formi pitanja; možete se koristiti riječima koje izazivaju snažne predodžbe; može biti u formi aliteracije ili kontradiktorne tvrdnje i sl.
- 4. Definiranje cilja prezentacije** – ukratko recite što želite postići svojom prezentacijom i zašto je publika ovdje.

5. Kratak pregled sadržaja – ukratko navedite glavne točke vaše prezentacije (o čemu će sve biti riječi) kako bi publika znala što može očekivati.

6. Najava trajanja prezentacije – ako unaprijed nije definirano, obavezno najavite koliko će trajati prezentacija kako bi slušatelji mogli planirati svoje vrijeme i aktivnosti. Naravno, pritom je važno da se tog rasporeda i pridržavate.

S vremenom sve bolje procjenjujemo vrijeme tijekom prezentacije, no svakako je važno da i taj vremenski aspekt uvježbavamo. U pravilu, što je prezentacija kraća, a odstupanja u sadržaju manja, to je u većoj mjeri potrebno uvježbati vremenski aspekt prezentacije kako se ne bi dogodilo da izgubimo pojam o vremenu. Najlakši način je da nekoliko puta prezentirate sadržaj (sami, pred kolegama/prijateljima/obitelji), te da pritom mjerite vrijeme koje vam je potrebno. Winston Churschill je zorno opisao važnost pripreme kod kratkih prezentacija. Jednom prilikom je izjavio: *Moram se ispričati za ovaj relativno dugačak govor. Naime, nisam imao vremena pripremiti se za kraći* (Townsend, J., 2015.).

Opres, slajdovi!

Ne pretjerujte s količinom teksta na slajdovima. Slajdovi bi trebali sadržavati samo natuknice. U suprotnom se gubi fokus s ključnih ideja, a slušatelji tijekom prezentacije čitaju tekst sa slajdova umjesto da slušaju izlagača.

Ne pretjerujte s količinom slajdova, osim ako se radi o slikama.

Vodite brigu o kontrastu između pozadine i teksta, kako tijekom prezentacije glavna preokupacija slušatelja ne bi bilo prepoznavanje i detektiranje teksta na slajdovima.

Vodite brigu o fontu, kako bi tekst bio čitljiv i slušateljima u zadnjem redu.

3.1.2. Završni dio prezentacije

Završetak prezentacije trebao bi uključivati tri važna segmenta:

- 1. Sažetak sadržaja**, prilikom kojeg ponavljamo početnu misao i cilj našeg izlaganja.
- 2. Zaključak i poziv na prihvaćanje** iznesenih stavova, te isticanje akcija koje slijede.
- 3. Efektan završetak** koji se odnosi na neku snažnu izjavu, te zahvalu publici na pozornosti.
- Vodite brigu o tome da ostavite dovoljno vremena za moguća **pitanja publike** (ako nije unaprijed drukčije definirano). Pitanja su važna, jer publici

daju osjećaj uključenosti, a izlagaču mogućnost za dodatno objašnjenje. Ako tijekom same prezentacije želite izbjeći upadice publike (čest slučaj kod kraćih prezentacija), tada na početku naglasite da ćete na pitanja odgovarati na kraju.

4. Izbor pomoćnih sredstava

Najprije treba naglasiti da su sadržaj prezentacije, struktura i organizacija najvažniji dijelovi prezentacije, a pomoćna sredstva su samo dodatna pomoć, odnosno svojevrsan „šlag na torti”. Neki se izlagači usredotoče na formu, pa zanemare sadržaj. Pomoćna sredstva su vrlo koristan način privlačenja pažnje, pobuđivanja slušatelja i aktiviranja različitih perceptivnih kanala kod slušatelja. Stoga biste odabirom pomoćnih sredstava trebali nastojati uključiti što više različitih modaliteta; vizualni, auditivni i kinestetički.

Neka od pomoćnih sredstava koja se mogu koristiti u prezentaciji:

- različiti programi za prezentiranje (npr. Power Point, Prezi, In3dgallery, Powtoon & Goanimate, Emaze i sl.)
- *flipchart* s flomasterima različitih boja
- ploča
- ilustracije
- video
- glazba
- demonstracija pomoću raznih alata, uređaja i rekvizita
- *handouts* (no vodite brigu u kojem trenutku ćete ih podijeliti publici jer ako su opširni, a podijelite ih na početku prezentacije, postoji opasnost da vas publika neće slušati jer će čitati tekst koji ste im dali).

Svakako se prije samog prezentiranja dobro upoznajte s pojedinim pomoćnim sredstvima kako bi tijekom prezentacije s lakoćom baratali njima.



Pomoćna sredstva su izvrstan alat pomoću kojega izlagač može dodatno privući pažnju publike, podignuti njihovu aktivaciju, prezentaciju učiniti zanimljivijom i dinamičnijom, te potaknuti aktivaciju različitih perceptivnih kanala.

” Uz kvalitetu sadržaja, gotovo je jednako važno na koji ćete način taj sadržaj prezentirati publici; prezentirajte s entuzijazmom, te vodite brigu o svojoj neverbalnoj komunikaciji.

5. Izvedba odnosno održavanje prezentacije

Nakon što jasno definirate ciljeve i sadržaj prezentacije, postavite jasnu strukturu, te odaberete pomoćna sredstva, počnite pripremati finalni dio, a to je sama izvedba odnosno prezentiranje onoga što ste pripremili. Pritom je važno da svojom verbalnom i neverbalnom komunikacijom pokazujete entuzijazam; da dinamičnim, jasnim i glasnim govorom (uz potrebne modulacije i naglašavanje ključnih riječi) održavate pažnju slušatelja tijekom cijele prezentacije. Svojom entuzijazmom i neverbalnom komunikacijom pokazujete da vjerujete u ono što prezentirate, a to je prvi korak u procesu uvjeravanja drugih kada im iznosimo neke ideje.

Prilikom samog prezentiranja iznimno je važno pratiti kako publika reagira (pratite moguće znakove nezadovoljstva, odnosno zadovoljstva). Ako primijetite pad koncentracije, promijenite pristup, modalitet, tempo, pomoćno sredstvo; postavite pitanje publici ili jednostavno iskoristite stanku ako je moguće.

Važnost pripreme i osluškivanje publike

Ako želite vrhunsku prezentaciju, tada i vaša priprema treba biti na toj razini. Prije nego što počnete pripremati prezentaciju, nastojite se dobro informirati o publici koja će vas slušati, njihovom interesu i prostoru u kojem će se odvijati prezentacije. Definirajte ključne ciljeve koje

Nekoliko osnovnih pravila prezentiranja

Ako je u publici više od 15 ljudi, obavezno ustanite.

- Ne čitajte tekst s ekrana. Fokus na ekran trebao bi biti minimalan. Vaš pogled trebao bi više od 90% vremena biti usmjeren prema publici.
- Vodite brigu o tome da vaš pogled nije usmjeren samo prema jednoj osobi ili jednom dijelu publike jer će se ostatak publike osjećati zanemarenim.
- Koristite se prostorom koliko je god to moguće; krećite se po prostoru jer time potičete dinamiku i aktivaciju publike. Statičan govornik ostavlja dojam sporosti i dosade. No, naravno, nemojte pretjerati u kretanju prostorom kako kod publike ne biste potaknuli nervozu ili kako glavni fokus publike ne biste umjesto sadržaja, postali vi i vaše kretnje.
- Ako imate tremu, važno je osvijestiti kako je trema zapravo čest i uobičajen segment svake prezentacije, te da je ona najčešće nevidljiva publici koliko god da nam se iz perspektive izlagača to činilo drukčije. Također vodite brigu o tome da se što bolje pripremite jer će tada i trema biti daleko manja.

želite postići i nekoliko ključnih informacija koje želite prenijeti publici, te oko njih gradite svoju prezentaciju. Dobro se pripremite i nekoliko puta uvježbajte prezentaciju prije nego što izađete pred ciljanu publiku (a vaša generalna proba može biti pred ogledalom, prijateljima, obitelji, kolegama). Prezentirajte s entuzijazmom, te prilikom prezentiranja vodite brigu o vlastitoj verbalnoj, ali i neverbalnoj komunikaciji. Tijekom prezentacije nemojte zaboraviti povremeno obratiti pažnju na publiku jer vam ona može dati najbolju direktnu povratnu informaciju idete li u dobrom smjeru ili trebate malo promijeniti brzinu, skrenuti u neku zaobilaznu ulicu ili je dovoljno na putu prema vašem odredištu samo malo pojačati radio radi stvaranja dobre atmosfere.

Literatura

Goodreads, Dorothy Sarnoff
>Quotes > Quotable Quotes,
dostupno na: <https://www.goodreads.com/quotes/42338-make-sure-you-have-finished-speaking-before-your-audience-has>, pristupljeno: 29.10.2017.

Hartley, J., Davies, I. (1978.)
Note taking: A critical review,
Programmed Learning and Educational technology. 15: p. 207-224.
Jung, C. G. (2016). *Psychological Types*, London and New York, Routledge Classics

LARC. B.O.M.B.E.R.-B, dostupno na: <http://www.larcedge.com/img/pdf/Bomber%20b.pdf>, pristupljeno: 28.10.2017.

Leigh, A., Maynard, M. (2003.) *Perfect presentation*, Random House Business

Townsend, J. (2015). *Presentation Pocketbook*, Laurel House, UK, Management Pocketbooks Ltd.