



B&B
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Diplomsko delo višješolskega strokovnega študija
Program: Logistično inženirstvo
Modul: Poslovna logistika

PRIPRAVA NA USPEŠNO IN UČINKOVITO PREDSTAVITEV

Mentorica: dr. Silva Kos Knez
Lektorica: Mojca Jagodic

Kandidatka: Urša Štamcar

Kranj, september 2011

ZAHVALA

Iskreno bi se rada zahvalila mentorici in predavateljici dr. Silvi Kos Knez za njene strokovne nasvete ter usmerjanje pri diplomski nalogi, uslužbenkam v referatu pa za pomoč pri anketi.

Zahvaljujem se tudi lektorici Mojci Jagodic, ki je slovnično pregledala mojo diplomsko nalogo.

IZJAVA

»Študentka Urša Štamcar izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom dr. Silve Kos Knez.«

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

Dne _____

Podpis: _____

POVZETEK

Vsak izmed nas se je v procesu pridobivanja izobrazbe srečal s predstavitvijo, nekateri v osnovni šoli, drugi v srednji, spet tretji v višji oz. visoki šoli. Cilj te diplomske naloge je bralcu predstaviti večšine in podrobnosti učinkovite in uspešne predstavitve, ki mu bodo v pomoč pri izvajanju in načrtovanju samostojne predstavitve. Bralcu oz. govorcju želimo sporočiti, da se ne rodimo kot dobri govorcji, temveč to postanemo z obilo znanja in prakse.

Dober govorec lahko izvede učinkovito in uspešno predstavitev z obilo znanja nebesedne in besedne komunikacije. V samo besedno komunikacijo uvrščamo govor, zelo pomembno pri sami predstavitvi pa je, da je ta govor tekoč in gladek. Nepogrešljivo pa je tudi znanje o nebesedni komunikaciji, v katero uvrščamo mimiko, gestiko, proksemiko in govorico telesa. Zavedati se moramo, da včasih prvi vtis, ki je v veliko primerih najpomembnejši, naredimo prav z nebesedno komunikacijo.

Pred samo predstavitvijo veliko posameznikov popade trema, ki pa je v določenih primerih lahko koristna. Samo tremo lahko omilimo s predhodno uspešno načrtovano vsebino. Samo načrtovanje se prične pri določitvi ciljev, kjer je potrebno določiti, kaj bomo povedali, komu in na kakšen način.

Vsaka uspešna in učinkovita predstavitev je sestavljena iz treh delov: uvoda, jedra in zaključka. V uvodu je zelo pomembno, da si pridobimo naklonjenost občinstva, k čemur zelo pripomorejo vizualni pripomočki. Pri zaključku ne pozabimo preveriti, ali je bila sama predstavitev za občinstvo koristna. Po nastopu pa je koristno opraviti analizo, na podlagi katere lahko izboljšamo prihajajoče nastope.

KLJUČNE BESEDE

- predstavitev
- govorec
- komunikacija

ABSTRACT

In the process of obtaining education everyone of us met with presenting, some in elementary school, another in the middle, other in higher education. The aim of this paper is to present skills and details of efficient and effective presentation. We want to point out that we are not born as good rhetorics but we can become one with a lot of knowledge and practice.

A good speaker can make efficient and effective presentation with knowledge of non-verbal and verbal communication. Verbal communication consists of speech, it is very important that the speech is fluent and smooth. Very important is also nonverbal communication which consists of mimics, gestic, proxemics and body language. We must be aware that first impressions, which are in most cases the most important ones, are usually made by non-verbal communication.

Before the presentation starts many individuals get stage fright which can be helpful in some cases. We can eliminate stage fright by making a good plan of presentation. Planning begins with setting goals which are necessary to determine what are we going to tell, to whom and in what way.

Any successful and effective presentation consists of three parts: introduction, main body and conclusion. In introduction it is very important that we get sympathy from the audience. We should not forget to check whether the presentation was helpful for the audience. After the presentation it is advisable to do an analysis which helps to improve other presentations.

KEYWORDS:

- presentation
- speaker
- communication

KAZALO

1	UVOD	1
1.1	PREDSTAVITEV PROBLEMA	1
1.2	METODE DELA	1
2	KOMUNIKACIJA	2
2.1	SPLOŠNO O KOMUNIKACIJI	2
3	NEBESEDNA KOMUNIKACIJA	3
3.1	GOVORICA TELESA	3
3.2	PROKSEMIKA	4
3.3	GESTIKA.....	5
3.4	MIMIKA.....	5
4	BESEDNA KOMUNIKACIJA	6
4.1	GOVORNO KOMUNICIRANJE	6
4.2	PISNO KOMUNICIRANJE	6
4.3	ENOSMERNO KOMUNICIRANJE	7
4.4	GOVOR	7
4.4.1	DOBER GOVOREC.....	7
4.5	POSLUŠANJE	8
5	OPREDELITEV PREDSTAVITVE	9
5.1	PRIPRAVA NA PREDSTAVITEV	9
5.2	CILJI PREDSTAVITEV.....	10
5.3	UDELEŽENCI PREDSTAVITEV.....	10
5.4	NAČRTOVANJE VSEBINE.....	11
5.5	PRIPRAVA NA IZVEDBO	12
5.6	IZVEDBA PREDSTAVITVE	13
5.7	TRENTKI PRED PRIČETKOM PREDSTAVITVE.....	13
5.8	UVOD ALI ZAČETEK	14
5.9	OSREDNJI DEL.....	15
5.10	ZAKLJUČEK	15
6	RAZISKAVA	16
6.1	ANALIZA IN INTERPRETACIJA REZULTATOV.....	17
6.1.1	DEMOGRAFSKI PODATKI	17
6.1.2	KDAJ STE SE PRVIČ SREČALI S PREDSTAVITVIJO (GOVORNA VAJA, PREDSTAVITEV SEMINARSKE, IPD.)?19	
6.1.3	KOLIKOKRAT STE SAMI IZVAJALI PREDSTAVITEV?	20
6.1.5	KAKO BI SE OCENILI KOT GOVORNIK?	22
6.1.6	KADAR SAM/A VODIM PREDSTAVITEV:.....	23
6.1.7	KAKO BI OCENILI, DA SE PREDHODNO PRIPRAVITE NA PREDSTAVITEV?	24
6.1.8	KOLIKO ČASA PORABITE ZA PRIPRAVO NA PREDSTAVITEV?	28
6.1.9	ALI IMATE PRED PREDSTAVITVIJO, KI JO IZVAJATE, TREMO?	29
6.1.10	ČE IMATE TREMO, KAKO SE JE ZNEBITE?.....	30

6.1.11	OBKROŽITE, V KAKŠNI MERI SE VAM POVEČA NAPETOST, ČE NALETITE NA SPODAJ NAVEDENE DEJAVNIKE, PRI ČEMER 1 POMENI ZELO MAJHNO POVEČANJE NAPETOSTI IN 5 VISOKO POVEČANJE NAPETOSTI.....	31
6.1.12	NAJPOMEMBNEJŠI DEL NEBESEDNE KOMUNIKACIJE ...	36
6.1.13	KATERE PRIPOMOČKE UPORABLJATE PRI PREDSTAVITVI?.....	43
6.1.14	NA KAKŠEN NAČIN PO VAŠEM MNENJU OSEBA, KI PREDSTAVLJA PREDSTAVITEV, NA POSLUŠALCE NAREDI DOBER VTIS?.....	44
6.1.15	KAJ VAS PRI PREDSTAVITVI, KADAR JO IZVAJATE SAMI, SPRAVI V NEUGODEN POLOŽAJ?.....	45
6.1.16	KAKO REAGIRATE V PRIMERU, DA VAM JE NEPRIJETNO, KO IZVAJATE PREDSTAVITEV?	46
6.1.17	KAJ STORITE V PRIMERU, DA STE IZGUBILI RDEČO NIT PREDSTAVITVE (KADAR JO IZVAJATE SAMI)?	47
6.1.18	PROSTORI, KJER STE DO SEDAJ IZVAJALI PREDSTAVITVE, SO PO VAŠEM MNENJU BILI (PROSTORNI, SVETLI, OGREVANI OZ. HLAJENI, IMAJO OPREMO, KI JO POTREBUJEM ZA NASTOP):	48
6.1.19	ALI PO KONČANI PREDSTAVITVI PRIPRAVITE VPRAŠALNIK, S KATERIM PREVERITE, ALI STE BILI PRI PREDSTAVITVI USPEŠNI ALI NEUSPEŠNI IN TAKO UGOTOVITE, KAJ PRIHODNJIČ LAHKO POPRAVITE?	50
6.1.20	ALI POLEG ANKETNEGA VPRAŠALNIKA USTNO ANALIZIRATE NASTOP? ČE GA ANALIZIRATE, OBKROŽITE ŠE S KOM.....	51
6.2	SKLEP	53
7	ZAKLJUČEK	55
	LITERATURA	56
	KAZALO TABEL	57
	KAZALO GRAFOV	58
	PRILOGA – ANKETNI VPRAŠALNIK	60

1 UVOD

1.1 PREDSTAVITEV PROBLEMA

Vsak izmed nas se je že srečal z javnim nastopom ali predstavitvijo. Večina ljudi se nas je s predstavitvijo ali javnim nastopom prvič srečala pri procesu pridobivanja izobrazbe, ko smo bili primorani pred razredom in učitelji oziroma profesorji predstaviti seminarsko nalogo, določeno literaturo, ki smo jo obdelali v skupinah, opraviti zagovor diplome, ipd. Spet drugi pa se z njo srečajo vsakodnevno, vsaj v sodobnem svetu skoraj na vsakem delovnem mestu z različnimi predstavitvami ali poslovnimi nastopi, ko je potrebno predstaviti določen izdelek ali storitev, poslovni projekt, ipd. Prav zato je pomembno, da se za nastop učinkovito pripravimo in usposobimo, ker le z ustreznim znanjem in izkušnjami lahko izvedemo učinkovito predstavitev ali nastop.

V diplomski nalogi se osredotočamo na osebe, ki so v procesu pridobivanja izobrazbe, in sicer na izredne študente na Višji strokovni šoli B&B v Kranju. Ker je za ljudi, ki so vključeni v proces pridobivanja izobrazbe, zelo pomembno, da se za nastop učinkovito pripravijo in usposobijo, bomo v uvodnem delu podali smernice za učinkovito predstavitev – kako se uspešno pripraviti na predstavitev, kako se znebiti treme, različne stopnje priprave na predstavitev, analiza, ipd. S pomočjo anketnega vprašalnika smo izvedeli, kaj študentom pri predstavitvi predstavlja največ težav.

Med pisanjem diplome smo pridobili veliko uporabnih informacij in podatkov o tem, kako izvesti uspešno in učinkovito predstavitev. To nam bo pomagalo pri bodočih predstavitvah v procesu pridobivanja izobrazbe, pri zagovoru diplome, pa tudi kasneje na delovnem mestu.

1.2 METODE DELA

V teoretičnem delu naloga predstavlja spoznanja domačih in tujih avtorjev o predstavitvi, zato tu uporabljamo metode, ki se nanašajo na iskanje, zbiranje in proučevanje ustrezne literature.

V raziskovalnem delu pa se diplomsko delo usmerja na podatke, pridobljene z anketnim vprašalnikom, ki vsebuje 19 vprašanj. Anketiranci imajo omejene možnosti izbiranja odgovorov. Anketirali smo 50 izrednih študentov Višje strokovne šole B&B Kranj.

2 KOMUNIKACIJA

2.1 SPLOŠNO O KOMUNIKACIJI

Komunikacija je sredstvo za izmenjavo ter posredovanje informacij in misli. Beseda komunikacija izvira iz latinske besede *communicare* in pomeni deliti, sodelovati, vprašati za nasvet. Ljudje smo vsakodnevno vključeni v komunikacijski cikel, naj gre za naše javno ali zasebno življenje, zato je naše obnašanje skoraj vedno posledica komunikacije.

Komunikacija je proces, v katerem sodelujeta pošiljatelj ter prejemnik, ki si medsebojno posredujeta določeno informacijo, znanje ali izkušnjo. Pošiljatelj je oseba, ki sestavi in odda sporočilo, vendar pa je to sporočilo uspešno poslano le takrat, ko ima pošiljatelj jasno opredeljen cilj, sporočilo pa mora biti jasno in razumljivo. Pošiljatelj mora izbrati ustrezen način za posredovanje sporočila. Sporočilo lahko posreduje neposredno verbalno oziroma besedno: s pogovorom, intervjujem; posredno verbalno: prek telefona, radia, pisno; ali pa neverbalno oziroma nebesedno: z govoricno telesa; lahko pa se odloči za kombinacijo dveh načinov komunikacije. Prejemnik je oseba, ki ji je poslano sporočilo namenjeno in to sporočilo, če ne pride do motenj pri pošiljanju, uspešno prejme.

Pri komunikaciji je treba upoštevati pogoj, da je pošiljatelj sporočilo sposoben poslati, prejemnik pa prejeti. Sporočilo mora vsebovati dejstvo, željo ali pa informacijo, ki jo sporočevalec želi predati. Sporočilo pošiljatelj izrazi z gibi, besedo ali pa drugimi znaki. Sporočilo se prenese po komunikacijskem kanalu. Prenos sporočila poteka po primernem sredstvu s pomočjo medijev: z zvokom, svetlobo, vonjem in še čim. Prenos informacije oziroma sporočila omogoči oddajnik (npr. radijski oddajnik, glasilke ...), informacijo pa sprejme prejemnik z organom, kot je oko ali uho, ali pa z napravo, ustvarjeno za prejem sporočila, npr. radijskim sprejemnikom. Komunikacija je uspešna samo takrat, kadar je prejemnik prejel sporočilo tako, kot ga je pošiljatelj zasnoval in poslal. Vendar pa pri prenosu sporočila lahko pride do motnje, ki jo povzroči šum, ta je lahko osebne ali socialne narave. Komuniciranje je učinkovito samo takrat, kadar prejemnik sporočilo prejme in razume v takšni obliki, kot ga je zasnoval in poslal pošiljatelj.

3 NEBESEDNA KOMUNIKACIJA

Nebesedno komuniciranje ali neverbalno komuniciranje je vrsta komuniciranja, ki ne poteka v govorjeni ali pisni obliki. Gre za sporočila, ki jih sporočamo z določenim delom telesa ali pa kar s celim. Če se sprehodimo po ulici in opazujemo mimoidoče, nam ti z oblačili ves čas neverbalno sporočajo, kateri skupini ljudi pripadajo. Oblačila so del tovrstne komunikacije in komunicirajo z nami, ne da bi nam bilo treba sploh spregovoriti. V današnjem času je ta komunikacija močno porinjena v ospredje. Neverbalna komunikacija se osredotoča na govorico telesa, mimiko, gestiko, proksemiko, čas, vonj in zunanji videz.

Nebesedna komunikacija je komunikacija, ki jo je zelo težko nadzorovati, zato se nam lahko hitro zgodi, da bomo izdali nekaj, česar ne bi želeli sporočiti sogovorniku. To je posledica neveščega neverbalnega komuniciranja. V tem primeru bo sogovornik, ki je vešč tovrstnega komuniciranja, v veliki prednosti, saj bo pri tem pogovoru izvedel več, kot bi nevešč sogovornik želel izdati.

Raziskave so pokazale, da s pomočjo neverbalne komunikacije sporočamo kar 55 odstotkov informacij, pomen besed ima le 7-odstotni delež, zvok (glasnost in dinamika) govora pa 38 odstotkov. V 55-odstotni delež neverbalne komunikacije štejemo govorico telesa, kamor sodijo drža, kretnje, mimika, gestika, proksemika, pogled, čas, otip in vonj (Možina, 1995, str. 47). Iz navedenih podatkov izvemo, da bo nevešč sogovornik z neverbalno komunikacijo tako lahko izdal kopico neželenih podatkov, vešč pa jih bo prejel.

Ljudje si neverbalno komunikacijo lahko razlagamo različno, saj ni enozvočna, kot je besedna komunikacija. Isti prostor, vonj ali zvok lahko različni prejemniki zaznavajo različno. Nekemu prejemniku je denimo poslovni prostor, opremljen z baročnim interierjem všeč, drugemu pa ne.

Neverbalno komunikacijo posamezniki dojemamo drugače, saj se nebesedna sporočila razlikujejo glede na kulturo. Sporočila si lahko razlagamo le, če sogovornika poznamo, se vživimo vanj ali pa dobro poznamo kulturo, iz katere prihaja. Dvignjen palec denimo v naši kulturi predstavlja znak za dobro, kar pa ne pomeni, da je enako tudi v drugih kulturah.

3.1 GOVORICA TELESA

Govorico telesa bi lahko razumeli kot temelj sporočanja brez besed. Ljudje komuniciramo z vsem ali pa samo z določenim delom telesa, tovrstna komunikacija pa lahko poteka zavedno ali pa nezavedno. Z govorico telesa zunanjemu svetu sporočamo določeno čustveno stanje, ki ga občutimo v danem trenutku. Da pa bi ljudje tovrstno komunikacijo lahko razbrali in si jo razložili, pa je potrebna določena čustvena inteligenca. Govorica telesa se glede na kulturo ne razlikuje.

Govorica telesa obsega (Tavčar, 1995):

- držo in hojo,
- proksemiko,
- gestiko,
- mimiko.

3.2 PROKSEMIKA

Proksemika zajema položaj in gibanje ljudi v prostoru in se od kulture do kulture razlikuje.

Poslovni prostor zajema opremo prostora, velikost prostora, barvo ... Z urejenostjo poslovnega prostora močno pripomoremo k boljši komunikaciji. Veliko nam o sogovorniku pove denimo postavitve stola v prostoru. Če je stol postavljen tako, da si sogovornika sedita nasproti in ju ločuje miza, to med sogovornikoma predstavlja distanco. Če pa je stol postavljen ob bok mize, se distanca med njima razbije, kar zmanjša občutek, da je ena oseba v nadrejenem položaju. Ogromno pa nam o sogovorniku povedo tudi predmeti, ki se nahajajo v poslovnem prostoru. Ti predmeti so lahko zelo osebni, kot npr. slike, spominki, priznanja, ipd., ali pa nekoliko manj osebni.

Kot smo že omenili, proksemika zajema položaj ljudi v prostoru in razdaljo, ki jo imenujemo tudi osebni prostor. Osebni prostor je razdalja sogovornika ali sogovornikov pri pogovoru. Razdalja v poslovnem prostoru se razlikuje glede na vsebino in odnos osebe, s katero komuniciramo. Ločimo štiri razdalje v osebni prostoru:

- Prvi pas imenujemo **intimni pas**; razdalja v tem pasu je do 0,4 m. To je posameznikov najintimnejši pas. V ta pas lahko vstopajo samo tisti ljudje, na katere je oseba čustveno navezana (otroci, starši, partner). Pri poslovnem pogovoru se sogovorniku na tako razdaljo približamo zelo redko in to samo takrat, ko gre za zelo pomembno stvar in naj je ostali sogovorniki ne bi slišali.
- Drugi pas je **osebni pas**. Razdalja v tem pasu je od 0,4 pa do 1,5 m. To je pas, v katerem komuniciramo s prijatelji, znanci, sodelavci. To je pas, ki je najbolj pogost. Primeren je za poslovne razgovore v pisarni ali javnosti, kjer je prisotna zasebnost.
- Tretji pas je **socialni ali družabni pas**. Razdalja v tem območju je od 1,5 pa do 4 m. To je pas, v katerem potekajo poslovni ali zasebni pogovori z ljudmi, ki jih slabo poznamo.

- Zadnji pas je **javni pas**, pri čemer je razdalja od 4 do 8 m. Uporablja se na seminarjih, predavanjih, konferencah.

3.3 GESTIKA

Gestika je sporočanje s telesnimi gibi oziroma kretnjami rok in nog. Kretnje so lahko zavestne, podzavestne ali priučene. Redko uporabljamo samo eno kretnjo, največkrat jih uporabimo več hkrati, najbolj pogosto pa uporabljamo kretnje rok.

S položajem rok in nog največkrat izražamo odnos do sogovornika. Vendar pa si moramo položaj rok in nog razlagati skupaj z ostalimi gestami, saj nekateri gibi nimajo jasnega pomena in so lahko le posledica sproščenosti sogovornika. Upoštevati pa moramo, da se geste razlikujejo glede na kulturo. Na primer: če v naši kulturi želimo nekoga priklicati, to storimo tako, da pomigamo s kazalcem, če pa bi to naredili v Koreji, bi to pomenilo zelo vulgarno gesto.

3.4 MIMIKA

Vse gibe obraza, ki izražajo in odražajo čustva, občutke in misli opredeljuje pojem mimika. Gibi, ki so posledica čustev, se v kulturah pomensko ne razlikujejo. Mednje štejemo: žalost, jezo, srečo, gnus, strah ter presenečenje. Mimika po svetu je torej identična.

Mimika je pomemben del nebesednega komuniciranja. Določene gibe na obrazu lahko nadzorujemo, na primer smeh, druge pa težje. Če denimo občutimo notranji nemir, roke lahko delujejo hladno, nemir pa se bo odrazil tudi na obrazni mimiki.

Obraz razdelimo na več območij:

- **čelno območje** (čelo in obrvi),
- **srednji obraz** (nos, oči in lica),
- **območje ust in čeljusti**.

Čelno območje je območje čelnih gub, ki so lahko navpične ali vodoravne. Vodoravne gube nastanejo takrat, kadar smo začudeni, presenečeni, pozorni, osupli ... Gibanje čela je povezano z gibanjem ostalih obraznih mišic. Navpične gube pa nastanejo takrat, kadar smo skoncentrirani na določeno stvar.

Srednji obraz daje poudarek predelu oči, saj z njimi v življenju najpogosteje komuniciramo, pa naj bo to podzavestno ali zavestno. Z očmi sprejemamo zunanje dražljaje, sporočamo pa tudi notranje psihično stanje. Sogovornika pri pogovoru vedno gledamo v oči, tako v zasebnem ali javnem življenju, v nasprotnem primeru

sogovornik dobi občutek, da nas pogovor ne zanima ali pa, da mu lažemo. Če sogovornika gledamo v oči, mu to daje občutek zaupanja. Vendar pa moramo paziti, da ta pogled ni predolg, saj bi si ga sogovornik lahko napačno razlagal; denimo, da nas telesno privlači ali pa kot izzivanje.

Zadnji predel je območje ust in čeljusti, pri čemer so usta najizrazitejši del telesa.

4 BESEDNA KOMUNIKACIJA

O besedni komunikaciji govorimo takrat, ko so za komunikacijo potrebne besede. Ljudje smo edina živa bitja na tem planetu, ki se sporazumevamo z besedami. Tovrstno komunikacijo uporabljamo po vsem svetu, ne glede na pripadnost ali razvitost kulture, ki ji pripadamo, se pa ta nekoliko razlikuje glede na izvor in način izgovorjave besede. Ljudje z besedami izražamo misli, ki se nam porodijo v glavi oziroma možganih, sporočimo jih s pomočjo glasilk in jezika, sporočilo pa sprejmemo prek ušes. Z besedami pa lahko komuniciramo tudi v pisni obliki. Tudi tu se nam informacija porodi v možganih, sporočimo pa jo prek pisma, elektronske pošte, plakata ... Zelo pomembno je, da se zavedamo, da pomen besed ni vedno enoznačen, določena beseda ima lahko več pomenov, prav tako imajo različne besede enak pomen, zato v verbalni komunikaciji lahko pride do nesporazuma.

Besedno ali verbalno komunikacijo delimo na dva dela, na govorno komuniciranje in pisno komuniciranje.

4.1 GOVORNO KOMUNICIRANJE

Govorno komuniciranje je nagovor oz. razgovor med dvema ali več osebami. Tovrstno komuniciranje je hitro in največkrat vsebuje tudi povratne informacije. Omogoča sočasno komuniciranje z več osebami hkrati, vendar pa v tem primeru lahko pride do neurejenosti, saj za tako komuniciranje velja, da več kot je udeležencev v verigi komuniciranja, večje so možnosti, da pride do napake pri prenosu sporočil. Na sporočila, ki smo jih sprejeli s pomočjo izgovorjenih besed, lahko takoj odgovorimo in tako oddamo povratno informacijo, če pa dvomimo, da smo informacijo pravilno sprejeli, lahko v istem trenutku preverimo informacijo pri sogovorniku.

4.2 PISNO KOMUNICIRANJE

Gre za komuniciranje, ki se prenaša z zapisano besedo oziroma simboli, risbami, barvami ... Torej gre za komunikacijo prek revij, pisem, časopisov, plakatov ... Pisno komuniciranje je trajno in jasno, ki ga je kasneje mogoče preveriti. Pošiljatelju in

prejemniku ostane zapisano sporočilo, ki ga lahko hranita tako dolgo, kot želita. Tu so sporočila jasnejša, saj ima pošiljatelj več časa, da premisli, kaj bo sporočil. Vendar pa je tovrstno sporazumevanje bolj zamudno in pri njej izvemo manj informacij. Pošiljatelj povratne informacije ne dobi takoj, nanjo mora počakati in jo bo v tem primeru dobil šele takrat, ko se bo prejemnik odzval, zato tovrstna komunikacija ni primerna takrat, ko povratno informacijo potrebujemo takoj.

4.3 ENOSMERNO KOMUNICIRANJE

Pri predstavitvi govorimo o enosmerni komunikaciji, saj sporočilo potuje v eno smer od pošiljatelja oz. osebe, ki izvaja predstavitev do prejemnikov oz. poslušalcev. Ne gre pa za enosmerno komunikacijo, kadar poslušalci zastavljajo vprašanja in jim oseba, ki predstavitev izvaja, odgovarja. Z enosmernim komuniciranjem se študentje najpogosteje srečujejo pri predavanjih, ko predavatelji podajajo učno snov.

4.4 GOVOR

Govorjenje je verbalno komuniciranje in je najaktivnejši del predstavitve. Dober izvajalec predstavitve govori gladko, brez zapletanja. Da sama predstavitev poteka gladko, je pri govorcu zelo pomemben besedni zaklad, ki ga moramo skozi življenje bogatiti.

Gladek govor bi opisali kot:

- hitro tekoče govorjenje;
- smo zbrani in osredotočeni na tisto, kar želimo povedati;
- med govorom ne uporabljamo mašil;
- upoštevamo poudarke.

Pri samem govoru moramo biti pozorni, da odpiramo usta ter tako govorimo z odprtim grlom; samo tako bo namreč naš glas jasen in razumljiv. Zelo pomembna pa je tudi sama izgovorjava, ki jo moramo vaditi toliko časa, da bo jasna, razločna in glasna. Ne pozabimo pa še na kretnje, ki morajo biti v skladu s povedanim. Nikoli ne pretiravajmo s kretnjami, saj bomo le s pravo mero kretenj na poslušalce naredili dober vtis.

4.4.1 DOBER GOVOREC

Dober govorec ima naslednje lastnosti: ima kaj povedati, najde dovolj časa za pripravo, ima vedno več izkušenj, ljudje ga upoštevajo kot osebnost, je samozavesten, prepričljiv in zna povedati, kar je treba. Seveda pa mora imeti tudi veliko znanja in veščin, kot so: znanje o komuniciranju, govorjenju in izražanju,

slogih nastopanja, dokazovanju, prepričevanju, razpravljanju, o pripravljanju in izvajanju nastopov, obvladovanju občinstva in razmerah z njimi, o napakah in težavah pri govorništvu (Tavčar, 1995, str. 66).

Retorika, z drugo besedo tudi govorništvo, obsega spretnosti in znanje o govorništvu. Retorika nam daje navodila, kako naj uporabljamo prepričevalna sredstva in kako si pomagamo do logične in učinkovite zgradbe govora. Retorika je prastara veščina, saj so jo poznali že pred triindvajsetimi stoletji. Govorniške veščine so dobrodošle marsikje, denimo ob srečanju s poslovnimi partnerji, v javnosti, društvih in združenjih, pa tudi družinskem krogu in krogu prijateljev.

Poznamo več vrst govorov:

- **informativni govor** – je namenjen posredovanju podatkov znanj in informacij;
- **prepričevalni govor** – govorec skuša oblikovati mnenje občinstva, lahko spodbudi obstoječe mnenje ali pa spodbudi nastajanje novega;
- **priložnostni govori** – to so vsi govori in nagovori ob različnih slovesnostih.

4.5 POSLUŠANJE

Zelo pomembna stvar uspešne in učinkovite predstavitve, ki se je moramo zavedati, je, da ljudje nismo dobri poslušalci. Poslušamo namreč samo s 25-odstotno koncentracijo, torej nam uide kar 75 % informacij. V 48 urah teh 25 odstotkov informacij, ki smo jih sprejeli, polovico pozabimo, upoštevati pa moramo tudi, da smo nekaj informacij sprejeli napačno (Tavčar, 1995, str. 31).

Ljudje poslušamo na tri načine (Možina, 2004, str. 167):

- **zložno poslušanje** – poslušalca pri tem načinu zanimajo le ključne informacije, redko si kakšno informacijo tudi zapiše;
- **kritično poslušanje** – poslušalec prejete informacije pretehta, želi ugotoviti, kakšne namene in stališča ima sogovornik in ga kritično presoja;
- **aktivno poslušanje** – ta način poslušanja je najzahtevnejši način poslušanja. Poslušalec se želi vživeti v vlogo sogovornika, da bi ga čim bolje razumel.

Lahko pa se nam zgodi tudi, da naletimo na poslušalca, ki ga naše informacije sploh ne zanimajo in nas zato ne posluša oziroma se ne trudi poslušati.

Poslušalce ločimo na dve skupini, dobre in slabe poslušalce. **Slabi poslušalci** so egocentrični, ti ob vsaki priložnosti vskočijo v pogovor s svojimi težavami ali pa svojimi cilji, ki so jih dosegli v svoji karieri ali pa zasebnem življenju. Slabi poslušalci so tudi tisti, ki so nezaupljivi in vsako informacijo razumejo kot napad, tudi če to ne drži. **Dobri poslušalci** so tisti poslušalci, ki se osredotočijo na pogovor, sogovornika ne prekinjajo in ostajajo pri bistvu zadeve.

5 OPREDELITEV PREDSTAVITVE

Nastopi in predstavitve so govorno komuniciranje z udeleženci, saj vsebujejo govorico telesa, obnašanje v prostoru, glasove, govorjenje in telesne stike. Pri nastopih in predstavitev gre za neposredno komunikacijo. Med nastopi in predstavitvami ni bistvenih razlik. Nastopi so družabni, razvedrilni ali priložnostni. Najpogosteje so namenjeni specializiranemu občinstvu.

Predstavitve pa so govori v poslovnem, tehničnem, strokovnem ali znanstvenem okolju. Predstavitve so najpogosteje namenjene ožjemu občinstvu. Predstavitve so namenjene seznanjanju številnih udeležencev z nečim novim, lahko pa so namenjene tudi vplivanju. Predstave, ki so namenjene seznanjanju z nečim novim, so **informativne predstavitve**, saj gre za podajanje informacij, ob koncu občasno privedejo do zastavljanja vprašanj in podajanja odgovorov. Predstavitev, k je nastala zato, da bi vplivala na udeležence, praviloma ne sme spodbuditi spraševanja, ampak le soglasja o podani vsebini predstavitve.

Udeleženci sprejemajo predstavitev le, če se sklada z njihovimi interesi in pričakovanji. Predstavitve pripomorejo k uspešnosti in napredovanju poslovnih strokovnjakov in poslovnežev, ki pa se med seboj razlikujejo. Nekateri se nastopom želijo izogniti in storijo vse, da se ne pojavijo pred občinstvom, spet drugi nastope sprejemajo, ker jih morajo, po končanem nastopu pa imajo občutek, da so opravili dobro, tretji pa se potegujejo za nastope, ker jim predstavlja izziv. Nastopanje je večšina, ki terja obilo konceptov, priprav in vaj.

5.1 PRIPRAVA NA PREDSTAVITEV

Tudi za predstavitve se moramo vnaprej pripraviti, kar terja obilo dela in priprav. Pri tem nam pomaga sedem temeljnih vprašanj (Možina, 2004, str. 329):

- **Zakaj?**

Zakaj imamo predstavitev, kaj želimo z njo doseči in kaj je njen cilj?

- **Kaj?**

Kaj je vsebina predstavitve, tema in o čem teče beseda?

- **Kdo?**

Kdo podaja predstavitev?

- **Komu?**

Komu je namenjena predstavitev, kdo naj se je udeleži oz. kdo naj bo v občinstvu?

- **Kako?**

Kako naj poteka predstavitev in kako bomo to povedali?

- **Kdaj?**

Kdaj in koliko časa naj traja predstavitev?

- **Kje?**

Kje naj bo predstavitev?

S pomočjo teh vprašanj bomo odgovorili na cilje, navedli udeležence in vsebino predstavitve.

5.2 CILJI PREDSTAVITEV

Dobra predstavitev je ciljna dejavnost. Predstavitev mora vedno imeti samo en glavni cilj, ki so mu podrejeni manjši cilji. Cilj je opredeljen kot predstavitev informacij, prepričevanje, dokazovanje in spodbujanje. Cilji pa morajo biti seveda realni, dosegljivi in izzivalni, nikoli ne smejo biti preveč številni. Cilje, tako kot drugod, dosegamo s strategijami. Te so združene s cilji, vsebovati pa morajo načine, urejenost in sredstva. Najbolj učinkovito je, če izpostavimo tri ali največ štiri trditve, saj bi v primeru, če bi jih navedli več, udeleženci lahko pozabili bistvene. Dobro je tudi, če bistvene zadeve ali trditve ponovimo večkrat (na začetku, sredini in koncu).

5.3 UDELEŽENCI PREDSTAVITEV

Brez udeležencev ni predstavitve. Udeleženci bodo s predstavitvijo zadovoljni, če bodo imeli občutek, da je narejena po njihovi meri – zato mora vodja pred pričetkom pridobiti informacije o udeležencih.

Vsak udeleženec ima svoje osebne interese in interese, ki jih zastopa; to so najpogostejše interese organizacije, iz katere prihaja. Vsako občinstvo ima drugačne

interese, zato je zelo pomembno, da vemo, ali je to občinstvo staro, mlado, izobraženo, koliko predznanja ima o obravnavani zadevi ...

Koliko pa bodo udeleženci »odnesli« od predstavitve, pa je odvisno od njih samih oziroma njihovega sodelovanja.

Priporočljivo je tudi, da poizvemo, ali so bili udeleženci zadovoljni z našim nastopom. To lahko naredimo tako, da vnaprej pripravimo anketo, ki jo bodo udeleženci rešili ob koncu. Tako bomo izvedeli, ali smo bili uspešni in kaj naj pri drugem nastopu izboljšamo.

5.4 NAČRTOVANJE VSEBINE

Pred pričetkom je potrebno pripraviti načrt predstavitve. V grobem bi ga razdelili na **začetek**, ta zavzema uvod in predstavitev, **jedro**, ki zavzema utemeljitve in ugotovitve, ter **zaključek**, v katerem ponovimo bistvo in se udeležencem zahvalimo za sodelovanje. Načrt predstavitve si zabeležimo, najučinkoviteje pa je, če pripravimo opomnike, ki nas bodo vodili skozi pogajanje. Ne pozabimo pa tudi, da je ključ do uspeha vaja.

V **uvodu** navedemo, kako se bomo predstavili, pritegnili pozornost občinstva in pripravili podlago za osrednjo temo. V uvodu lahko povemo šalo, zastavimo vprašanje, uporabimo citat ...

Za uvodom sledi **jedro**. Jedro je odvisno od koncepta, ki ga bomo izbrali. Ločimo več vrst jeder Možina, 2004, str. 333):

- **klasični** – temelji na ponavljanju,
- **vprašanja** – temelji na sodelovanju,
- **vidiki** – obravnavanje več vidikov,
- **seznam** – temelji na kategorijah,
- **obdobja** – temelji na preteklosti, sedanjosti in prihodnosti,
- **za in proti** – temelji na plusih in minusih.

V jedru poudarimo in ponovimo bistvo. Zelo koristno je, če ta del podkrepimo z različnimi dokazi. Priporočljivo je, da so to primeri iz vsakodnevnega življenja, analize, statistike ...

Zadnji del načrtovane predstavitve pa je **zaključek**, kjer navedemo bistvo, pripravimo povzetek in udeležence pozovemo k izvajanju dogovorjenega.

Zelo pomembno je tudi, da posamezne dele predstavitve primerno **časovno razporedimo**. Med pogajanjem bodo udeleženci zastavljali vprašanja, zato moramo natančno določiti čas, ki ga bomo namenili vprašanju in odgovorom.

5.5 PRIPRAVA NA IZVEDBO

Ko imamo načrt pripravljen, se je potrebno pripraviti na pogajanja. Izberemo **stil** pogajanj. Razlikujemo med dvema:

- **Didaktičen ali pripovedni stil** – kot nam pove ime, izvajalec pripoveduje vsebino, v pomoč pa so mu razni pripomočki. Gre za stil, pri katerem izvajalec nastopa kot strokovnjak.
- **Interaktivni stil** – izvajalec spodbuja udeležence k sodelovanju. Udeleženci se med seboj pogovarjajo in izmenjujejo izkušnje.

Pripraviti je potrebno tudi **gradivo**. Najprej pripravimo **gradivo za govornika**. To je gradivo, ki ga izvajalec potrebuje, da predstavitev lahko gladko poteka, brez kakršnih koli zapletov. To je lahko gradivo iz pisnih virov ali pa izkušnje drugih, ki jih kasneje zabeležimo in uredimo v vsebino z opombami. Če je izvajalec izkušen, lahko teze napiše sam.

Vodja oziroma izvajalec **gradivo za udeležence** najpogosteje pošlje z vabilom. Tako se lahko udeleženci na predstavitev pripravijo oziroma predstavitvi lažje sledijo.

Zelo koristno je tudi, če pripravimo **pripomočke za izvedbo** predstavitve. Najnujnejši pripomočki, ki jih potrebujemo, so gradivo, tabla, stojalo z listi, grafoskop, računalnik. Danes so zelo koristne tudi prosojnice, ki jih izdelamo s pomočjo računalnika. Paziti pa moramo, da na njih ne navedeno preveč podatkov. Koristno je, če uporabimo različne barve, primerno pisavo, ozadje ...

Izbrati je treba tudi **prostor** za predstavitev. Prostor mora biti pripravljen tako, da je možen očesni stik vodje s poslušalci. Prostor mora biti primerno hlajen ali ogrevan, svetel, stoli in mize morajo biti udobni, poskrbljeno mora biti za ozvočenje, če je treba, pa moramo udeležencem zagotoviti tudi dostop do računalnika. Zelo pomembna je razporeditev stolov in miz. Sedeži so lahko razporejeni v obliki kroga, polkroga, podkve, črke U ...

Priporočljivo je, da govorec izvede **poskusni nastop**. Ta mora biti čim bolj podoben pravemu nastopu, saj bo le tako govorec izvedel, ali je njegova vsebina ustrezna,

čas dobro razporejen, ali je izbral ustrezne pripomočke ... Če se pojavijo pomanjkljivosti, jih tako lahko še pred pravo predstavitvijo odpravi.

Nazadnje preverimo še **priprave**. Preverimo, ali smo priprave opravili v celoti ali je prišlo do kakšne spremembe. Tik pred pričetkom preverimo še prostor, če delujejo vsi pripomočki, ki jih potrebujemo.

5.6 IZVEDBA PREDSTAVITVE

Izvedba predstavitve je odvisna od priprave. Predstavitev v grobem delimo na:

- **trenutke pred pričetkom predstavitve,**
- **uvod ali začetek,**
- **osrednji del,**
- **zaključek.**

5.7 TRENUTKI PRED PRIČETKOM PREDSTAVITVE

Vsakemu izmed nas se je že zgodilo, da je moral nastopiti v javnosti in ga je pred začetkom zgrabila **trema**. Trema je naraven pojav, je strah pred nastopanjem v javnosti. Strah nas je, da se nam bodo ljudje posmehovali, bojimo se množice ali pa se bojimo govoriti. Pri nekaterih ljudeh trema izgine, ko predstavitev začne teči, nekaterim pa se zgodi, da popolnoma otrpnejo. Trema se kaže v obliki potenja rok, suhih ust, tesnobe v želodcu, tresočih rok, tresočega glasu, mehkih kolen ... Ni pa nujno, da je trema vedno slaba, lahko je tudi koristna. Treme se lahko znebimo z naslednjimi nasveti:

- **bodi dobro pripravljen** – dobro zasnovana predstavitev je najboljšje jamstvo, da bo predstavitev uspešna;
- **začetek v mislih** – udeleženec lahko v mislih prične s predstavitvijo, tako utrdi pot za dober nastop;
- **vaje** – če smo nastop že vadili in nas je pri tem opazovala vsaj ena oseba in naš nastop komentirala, ni razloga za tremo;
- **dihanje** – pred nastopom nekajkrat globoko vzdihnemo, saj bi zaradi treme lahko pričeli dihati plitvo in se zaradi pomanjkanja zraka lahko slabo počutili;
- **vse je v redu** – nekajkrat ponovimo stavek »vse je v redu«, pri tem pa ne pozabimo na dihanje;

- **sprostitev** – priporočljiva je minutka telovadbe ali meditacije, česar seveda ne delamo pred občinstvom, pripomoglo pa bo k boljšemu počutju;
- **gibanje** – izkušeni govorci nikoli ne stojijo samo na enem mestu, temveč se gibljejo, kar sprošča napetost;
- **pogled** – vedno je pomemben stik z občinstvom, nikoli ne glejmo samo v eno točko; če se ozremo po udeležencih in se jim nasmehujemo, bomo dobili občutek, da je vse v redu;
- **požirek vode** – pred začetkom je priporočljivo spiti požirek vode, soka ali druge nealkoholne pijače, saj nas bo to sprostito.

5.8 UVOD ALI ZAČETEK

Na **začetku** govornik stopi pred občinstvo, se predstavi in pove bistvene stvari. Med izvajanjem predstavitve mora biti pozoren na več stvari.

Nikoli ne pozabimo na **dihanje** in v enem dihu skušati povedati cel stavek. Dihati moramo globoko, s celimi pljuči in trebušno prepono. Vdihovanje in izdihovanje uskladimo z govorjenjem.

Vsebino posredujemo z **glasom**, zato moramo poskrbeti, da govorimo srednje hitro, približno sto besed na minuto, dovolj glasno, da nas slišijo tudi poslušalci v zadnjih klopih, pomembna je tudi višina glasu, bolj priporočljiv je globok kot visok glas. Pazimo pa tudi na izgovorjavo, ki naj bo jasna in izrazita.

Udeleženci bodo pozorni tudi na naše **vedenje**. Pomembno je, da pred občinstvom stojimo trdno in uravnoteženo, s težo na obeh nogah. Pred občinstvom se je pomembno tudi sprehajati, ne ves čas stati na enem mestu.

Pri predstavitev ne komuniciramo samo govorno, temveč tudi neverbalno. Pomembno je tudi, da se za nastop **uredimo**. Med urejenost uvrščamo obleko in osebno higieno.

Ne pozabimo na **očesni stik** z udeleženci; ta je pomemben, ker pomaga ohranjati pozornost poslušalcev in povečuje zaupanje v govornika. Pazimo pa tudi, kam je usmerjen naš **pogled**. Nikoli ne gledamo samo enega poslušalca, ampak vse, ki so prisotni v prostoru. Če bi govornik gledal stran od poslušalcev, bi lahko mislili, da nekaj prikriva.

5.9 OSREDNJI DEL

Za uvodnim delom je na vrsti **osrednji del** predstavitve. Če je govornik pridobil pozornost udeležencev, lahko preide na bistvo predstavitve. Včasih pa lahko naleti tudi na težave in mora, preden preide na bistvo, odpraviti nesporazume.

V osrednjem delu je govornik prepuščen sam sebi, v pomoč so mu njegove predhodne izkušnje in znanje ter predhodni načrt. Govornika vodi logika, ki ga pelje od znanega k manj znanemu in od konkretnega k splošnemu, čemur pravimo indukcija. Govorec mora paziti, da se ne oddalji pretirano od teme predstavitve. Najbolje je, če vsebino razdeli na odstavke, ob koncih odstavkov pa ponovi bistvo.

V jedru mora biti govornik pozoren na več stvari. Pripomočki ga pri nastopu dopolnjujejo in ne prevladujejo. Pozoren mora biti tudi na **čas**, če opazi stisko, je potrebno izpustiti nepomembne stvari.

Hitro pa lahko naletimo na udeleženca, ki moti naš govor. To lahko počne z raznimi ugovori in komentarji. Najbolje je, če uspemo ugovore spremeniti v vprašanja ali pa mu nanje pritrjujemo. Taki osebi nikoli ne nasprotujemo, saj bi jo to lahko še dodatno podžgalo, pazimo pa tudi, da nismo žaljivi, saj bi to lahko privedlo do slabe volje ostalih udeležencev.

Če so udeleženci dosegli vrh navdušenja in ne kažejo več zanimanja za predstavitev, predstavitev zaključimo.

5.10 ZAKLJUČEK

Statistike pravijo, da si poslušalci najbolje zapomnijo zaključek. V zaključku navedemo glavne ideje ali sklepe, dobro je, če jih govorec zapiše na list. Zaključek določa, ali je govorec dosegel zastavljeni cilj. Zaključek mora biti vrhunec dobrega nastopa, kar lahko dosežemo z naslednjimi primeri:

- **sinergija** – v sklepu združimo svoje trditve, zarišemo celovito podobo in ponudimo sklepno ugotovitev;
- **sprememba sloga** – če smo skozi predstavitev ustvarili dober odnos s poslušalci, na koncu lahko potrkamo tudi na njihova čustva;
- **domislica, humor** – predstavitev lahko zaključimo z akcijskim pozivom, kot je: »storite to takoj!« ali pa povemo šalo.

Po končani predstavitvi ali govoru običajno sledi **razprava**, pri čemer se rado zgodi, da se poslušalci ne odzovejo. Takrat je najbolje, da nekoliko počakamo in s tem poslušalce na nek način prisilimo k sodelovanju. Razprava je koristna, saj govorniku prinaša povratne informacije, ki jih lahko kasneje uporabi za izboljšavo, lahko pa privede tudi do ponovnega srečanja.

Predstavitev je tako prišla h koncu. Govorec se zahvali udeležencem in se poslovil od njih. Tudi udeleženci se zahvalijo govorniku, lahko ga nagradijo tudi z aplavzom. Govorec nikoli ne odide prvi, ampak vedno zadnji.

6 RAZISKAVA

Praktični del diplomske naloge predstavljajo podatki, pridobljeni z anonimno anketo. Vprašanja se navezujejo na predstavitve, s katerimi so se anketiranci srečali v procesu pridobivanja izobrazbe ali pa po službeni dolžnosti. V raziskavo je zajetih 45 anonimnih anketirancev. Anketiranje je potekalo med izrednimi študenti na Višji strokovni šoli B&B Kranj. Vse ankete, ki smo jih razdelili, so bile vrnjene in pravilno izpolnjene. Za pisanje diplomske naloge smo se odločili, ker se v procesu pridobivanja izobrazbe pogosto srečujemo s predstavitvami, pri katerih lahko hitro naletimo na določeno težavo. S težavami pri predstavitev pa se ne srečujemo samo študentje, temveč tudi osebe, ki morajo predstavitev izvajati po službeni dolžnosti. Anketni vprašalnik zajema 19 vprašanj. Na zastavljena vprašanja zaprtega tipa so anketiranci lahko odgovorili le z enim od ponujenih odgovorov, če jim noben od teh ni ustrezal, so lahko navedli svojega. Slednje je bilo mogoče storiti samo pri določenih vprašanjih, ne pri vseh.

Od anketirancev smo želeli izvedeti:

- demografske podatke (spol in starost),
- kdaj so se prvič srečali s predstavitvijo,
- kolikokrat so sami izvajali predstavitev,
- ali opravljajo zaposlitev, pri kateri se vsakodnevno srečujejo s predstavitvijo,
- kako bi se ocenili kot govornik,
- kako se počutijo, kadar sami vodijo predstavitev,
- kako bi ocenili, da se predhodno pripravijo na predstavitev,
- koliko časa porabijo za pripravo na predstavitev,
- ali imajo pred predstavitvijo tremo,
- kako se znebijo treme,
- v kakšni meri se jim poveča trema, če naletijo na navedene dejavnike,
- oceno, kateri del nebesedne komunikacije se jim zdi najpomembnejši,
- katere pripomočke uporabljajo pri predstavitvi,

- na kakšen način se jim zdi, da oseba, ki predstavlja predstavitev, na poslušalce naredi dober vtis,
- kaj jih pri predstavitvi, kadar jo izvajajo sami, spravi v neugoden položaj,
- kako reagirajo v primeru, da jim je neprijetno, ko imajo predstavitev,
- kaj naredijo, če izgubijo rdečo nit predstavitve,
- kakšni se jim zdijo prostori, kjer so do sedaj izvajali predstavitve,
- ali po končani predstavitvi pripravijo vprašalnik, s katerim preverijo, ali so bili učinkoviti pri predstavitvi in kaj prihodnjč lahko popravijo,
- ali poleg ankete ustno analizirajo svojo predstavitev?

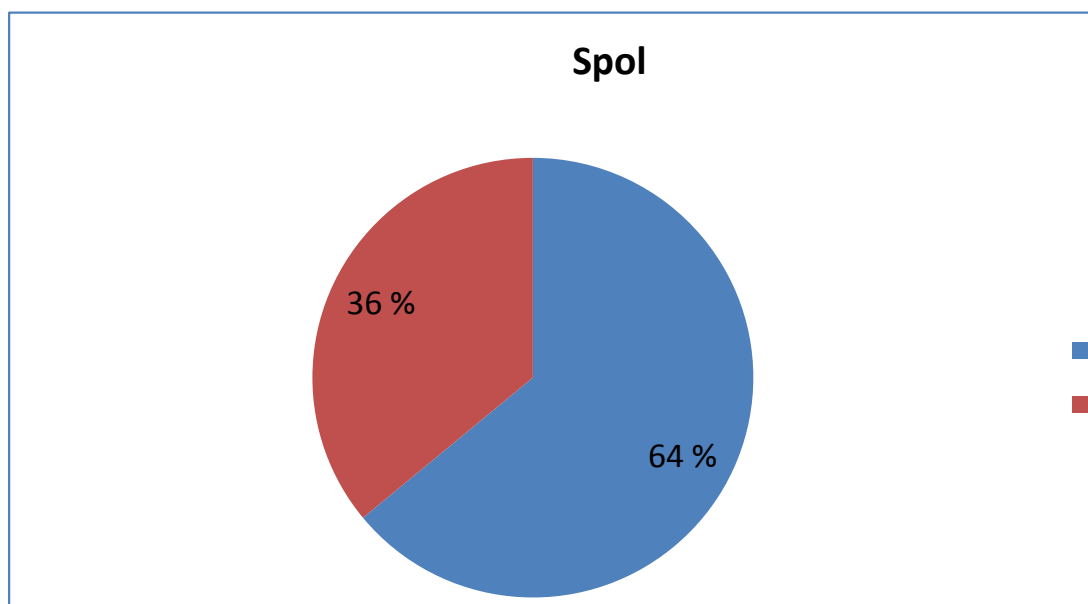
6.1 ANALIZA IN INTERPRETACIJA REZULTATOV

6.1.1 DEMOGRAFSKI PODATKI

- Spol

Odgovor	Število odgovorov	%
Moški	16	64 %
Ženski	29	36 %
Skupaj	45	100 %

Tabela 1: Spol anketiranih oseb



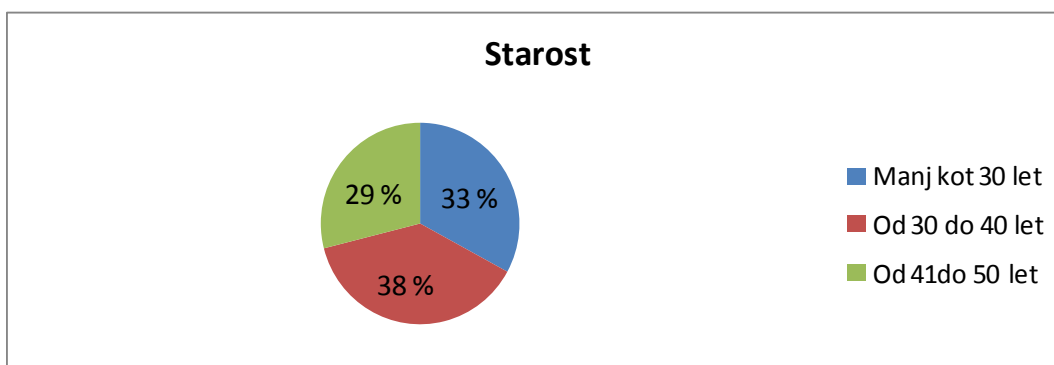
Graf 1: Spol anketiranih oseb

Iz tabele in grafa je razvidno, da smo prejeli 45 izpolnjenih anketnih vprašalnikov od tega je 16 (36 %) anketirancev moških in 29 (64 %) žensk.

- **STAROST**

Odgovor	Število odgovorov	%
manj kot 30 let	15	33 %
od 30 do 40 let	17	38 %
od 41 do 50 let	13	29 %
skupaj	45	100 %

Tabela 2: Starost anketiranih oseb



Graf 2: Starost anketiranih oseb

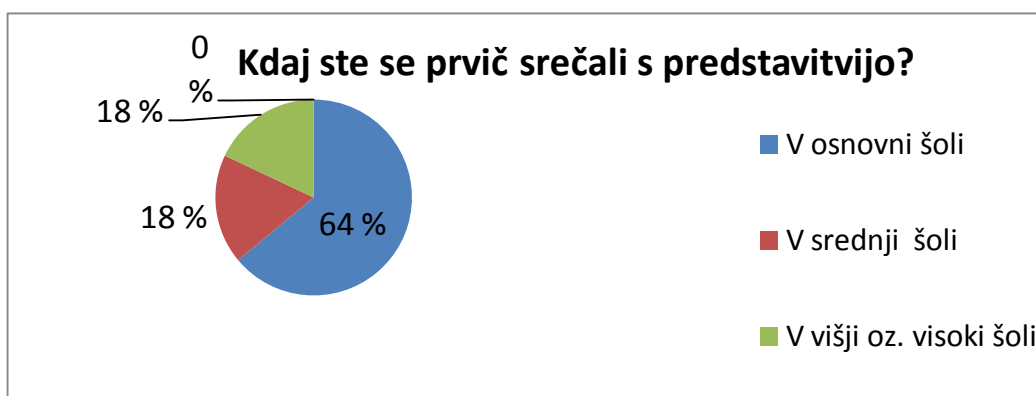
Zgornji graf in tabela prikazujeta populacijo ljudi, ki je sodelovala pri anketiranju. Razdelili smo jih v tri starostne skupine.

Iz starostne skupine »manj kot 30 let« je sodelovalo 15 (33 %) anketirancev, iz skupine »od 30 do 40 let« je sodelovalo 17 (38 %) anketirancev in iz zadnje skupine, »od 41 do 50 let«, 13 (29 %) anketirancev. Iz tabele in grafa je razvidno, da je največ anketirancev starih med 30 in 40 let.

6.1.2 KDAJ STE SE PRVIČ SREČALI S PREDSTAVITVIJO (GOVORNA VAJA, PREDSTAVITEV SEMINARSKE, IPD.)?

Odgovor	Število odgovorov	%
v osnovni šoli	29	64 %
v srednji šoli	8	18 %
v višji oz. visoki šoli	8	18 %
nikoli	0	0 %
skupaj	45	100 %

Tabela 3: Prvo srečanje s predstavitvijo



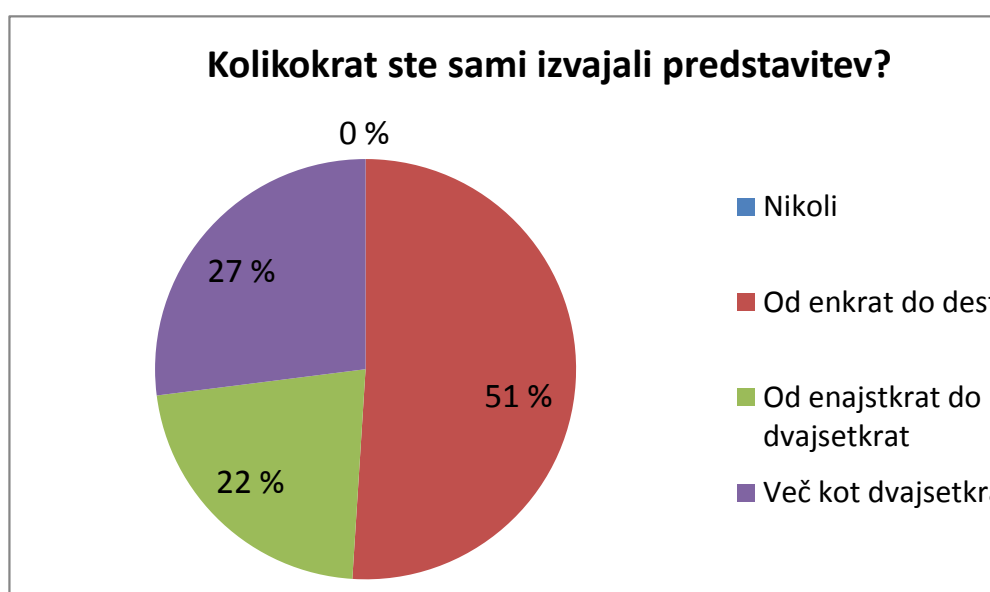
Graf 3: Prvo srečanje s predstavitvijo

Analiza vprašalnikov je pokazala, da se je kar 29 (80 %) anketirancev prvič srečalo s predstavitvijo v osnovni šoli. 8 (18 %) se je s predstavitvijo srečalo v srednji šoli, enako število (8 oz. 18 %) pa šele v višji oz. visoki šoli. Ugotovili smo tudi, da so se prav vsi anketiranci že srečali s predstavitvijo. Čim hitreje se posameznik sreča s predstavitvijo, v večji prednosti je, saj tako lahko pridobi čim več izkušenj, kar pa je ključnega pomena za izvajanje učinkovite in uspešne predstavitve.

6.1.3 KOLIKOKRAT STE SAMI IZVAJALI PREDSTAVITEV?

Odgovor	Število odgovorov	%
0	0	0 %
1 do 10	23	51 %
od 11 do 20	10	22 %
več kot 20	12	27 %
skupaj	45	100 %

Tabela 4 : Število opravljenih predstavitev



Graf 5: Število opravljenih predstavitev

Rezultati kažejo, da je 23 (51 %) anketirancev izvajalo predstavitev od enkrat do desetkrat, kar pomeni, da imajo anketiranci s predstavitvami dokaj malo izkušenj. Od enajstkrat do dvajsetkrat je predstavitev samostojno izvajalo 10 (22 %) anketirancev, več kot dvajsetkrat pa 12 (27 %) anketirancev. Pri tem vprašanju smo izvedeli tudi, da so prav vsi anketiranci že samostojno izvajali predstavitev.

6.1.4 ALI SE NA VAŠEM DELOVNEM MESTU DNEVNO SREČUJETE S PREDSTAVITVAMI?

Odgovor	Število odgovorov	%
da	12	27 %
ne	33	73 %
skupaj	45	100 %

Tabela 6: Predstavitve na delovnem mestu



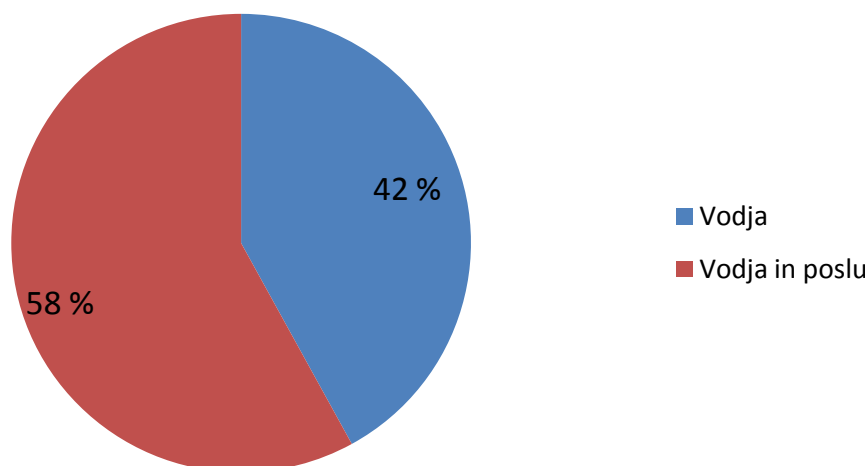
Graf 4: Predstavitve na delovnem mestu

Rezultati kažejo, da 12 anketirancev (27 %) opravlja zaposlitev, pri kateri se vsakodnevno srečuje s predstavitvijo. 33 (73 %) anketirancev ne opravlja zaposlitve, kjer bi se srečevali s predstavitvijo. Anketiranci, ki se na delovnem mestu vsakodnevno srečujejo s predstavitvijo, lahko izvedejo bolj uspešne in učinkovite predstavitve v sklopu pridobivanja izobrazbe, saj imajo izkušnje, ki so jih pridobili pri svojem delu.

Odgovor	Število odgovorov	%
vodja predstavitve	5	42 %
občasno v vlogi vodje in občasno v vlogi poslušalca	7	58 %
skupaj	12	100 %

Tabela 7: Vloga pri predstavitvi

Anketiranci, ki so odgovorili pritrdilno, so pri svojem delu v vlogi:



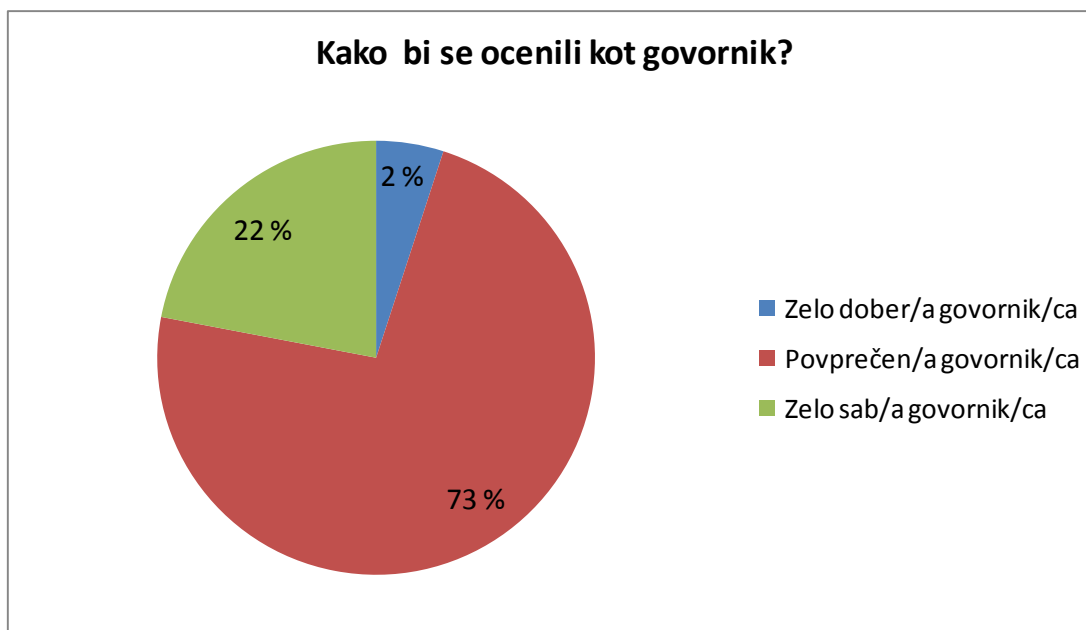
Graf 5: Vloga pri predstavitvi

Anketiranci, ki so na prejšnje vprašanje odgovorili pritrdilno, so morali odgovoriti še na podvprašanje. Spraševali smo jih, v kakšni vlogi so pri svojem delu. 4 (33 %) vprašani so v vlogi poslušalca, 5 (42 %) anketirancev je v vlogi vodje, 3 (25 %) pa se pri svojem delu izmenjujejo v vlogi vodje predstavitve in poslušalca. Kadar smo v vlogi poslušalca, se premalokrat zavedamo, kako pomembna vloga je to. Vsak poslušalec mora razvozlati, kaj želi vodja predstavitve sporočiti. Zelo priporočljivo pa je tudi, da vodji po končani predstavitvi postavimo vprašanje, če česa med predstavitvijo nismo razumeli.

6.1.5 KAKO BI SE OCENILI KOT GOVORNIK?

Odgovor	Število odgovorov	%
sem zelo dober/a govornik/ca	2	5 %
sem povprečen/a govornik/ca	33	73 %
zelo slab govornik/ca	10	22 %
skupaj	45	100 %

Tabela 8: Ocena govornih sposobnosti



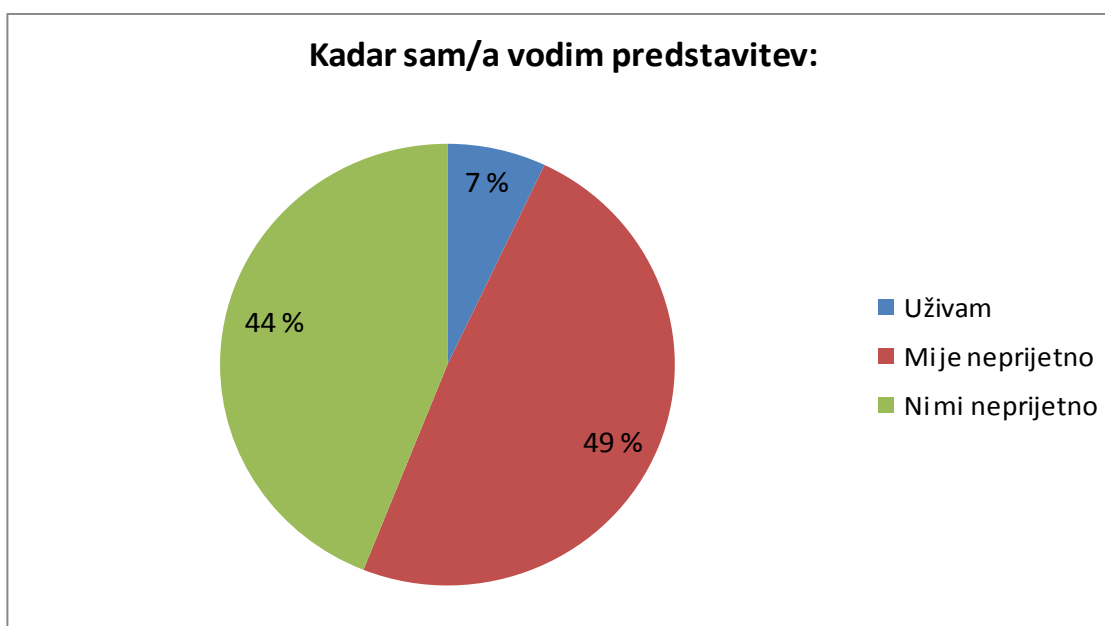
Graf 6: Ocena govornih sposobnosti

Raziskava kaže, da sta se samo 2 (5 %) anketiranca opredelila kot zelo dobra govornika. Večina, to je 33 (73 %) anketirancev, meni, da so povprečni govorniki. 10 (22 %) anketiranih meni, da so zelo slabi govorniki. Glede na nizko število anketirancev, ki so se ocenili kot zelo dobri govorniki, kaže, da so anketiranci morda premalo samozavestni.

6.1.6 KADAR SAM/A VODIM PREDSTAVITEV:

odgovor	število odgovorov	%
uživam	3	7 %
mi je neprijetno	22	49 %
mi ni neprijetno	20	44 %
skupaj	45	100 %

Tabela 9: Občutek ob vodenju predstavitve



Graf 7: Občutek ob vodenju predstavitve

Pri tem vprašanju smo izvedeli, da 3 (7 %) anketiranci ob vodenju predstavitve uživajo. 22 (49 %) anketirancem ob vodenju predstavitve ni neprijetno, 20 (44 %) anketirancem pa je v vlogi vodje predstavitve neprijetno. Tudi pri tem odgovoru opazimo, da zelo malo anketirancev ob vodenju predstavitve uživa. V povezavi s prejšnjim vprašanjem gre to najbrž na račun pomanjkanja samozavesti. Ker jim primanjkuje samozavesti, morda menijo, da predstavitve ne bodo izpeljali dobro, posledično v predstavitvi ne uživajo.

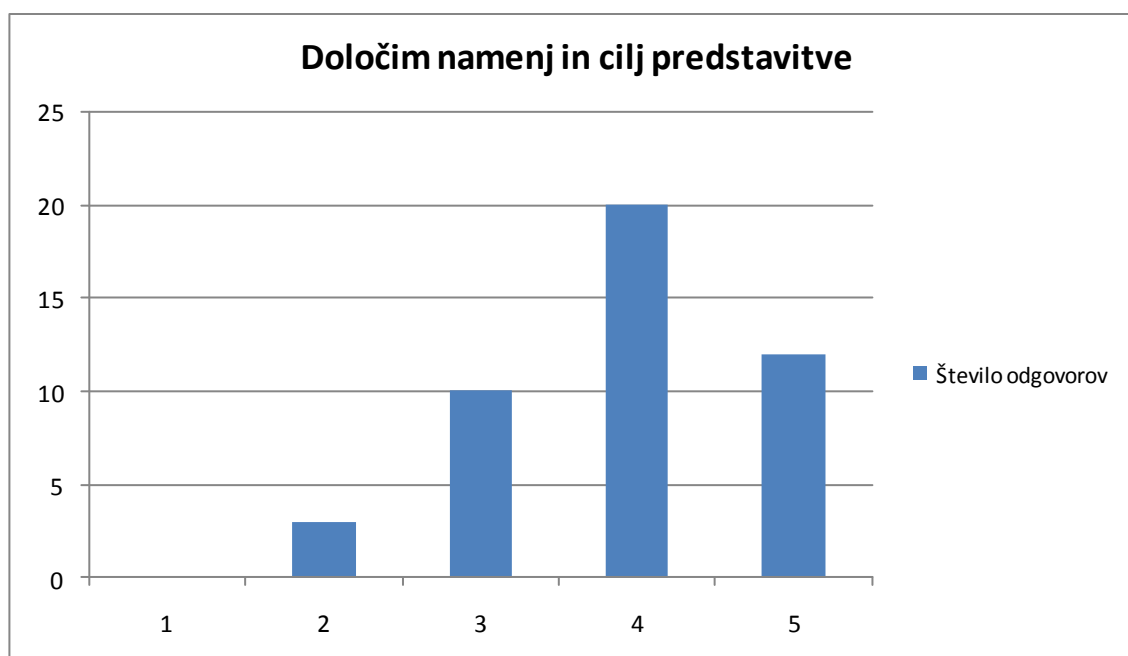
6.1.7 KAKO BI OCENILI, DA SE PREDHODNO PRIPRAVITE NA PREDSTAVITEV?

Spodnji grafi in tabele prikazujejo ocene, ki so jih podali anketiranci, ko smo jim zastavili vprašanje, kako bi ocenili, da se predhodno pripravijo na predstavitev. Če želimo uspešno in učinkovito predstavitev, je zelo pomembno, da se dobro predhodno pripravimo. Anketiranci so pri tem vprašanju morali oceniti, kako dobro določijo namen in cilj predstavitve, oporne točke in kako natančno izdelajo vsebinski načrt. Ocenjevali so z ocenami od 1 do 5.

Določim cilje in namen predstavitve

Ocena	Število odgovorov	%
zelo slabo določim	0	0 %
slabo določim	3	7 %
ne določim dobro ne slabo	10	22 %
dobro določim	20	44 %
zelo dobro določim	12	27 %
skupaj	45	100 %

Tabela 10: Določitev ciljev in namenov predstavitve



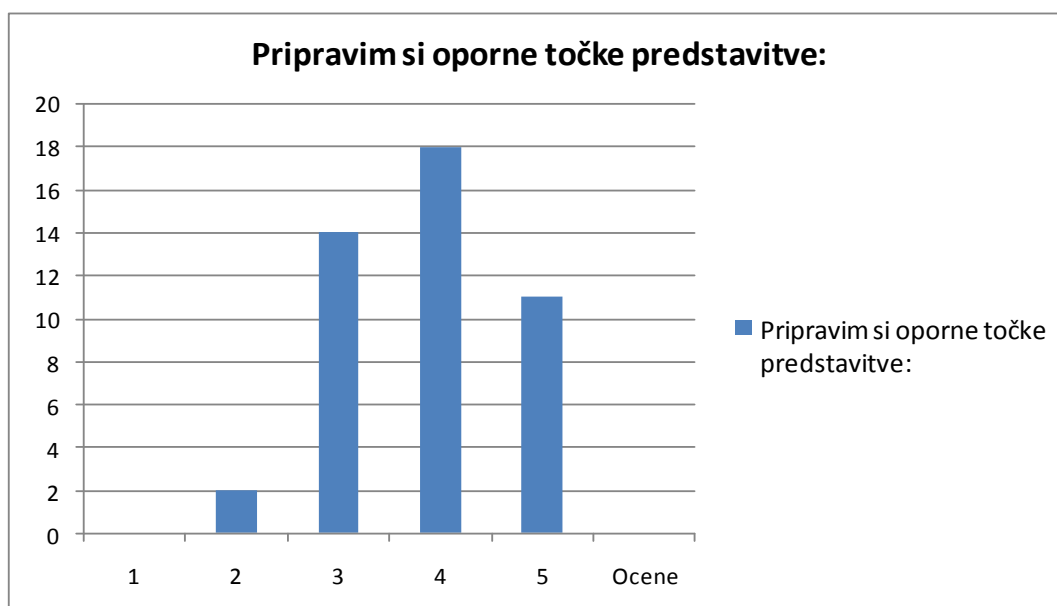
Graf 9: Določitev ciljev in namenov predstavitve

Zgornja tabela prikazuje ocene, ki so jih podali anketiranci. Iz tabele je razvidno, da so anketiranci morali oceniti, kako dobro določijo cilj in namen predstavitve, kadar jo izvajajo sami. Anketiranci so svoje odgovore ocenjevali z ocenami od 1 do 5, pri čemer 1 predstavlja zelo slabo določene cilje in namene predstavitve, 5 pa zelo dobro določene namene in cilje predstavitve. Anketiranci so se ocenili z naslednjimi ocenami: z oceno 1 se ni ocenil nihče; z oceno 2 so se ocenili 3 (7 %) vprašani, z oceno 3 se je ocenilo 10 (22 %) vprašanih, z oceno 4 se je ocenilo 20 (44 %) vprašanih, z oceno 5 pa 12 (27 %) vprašanih. Cilj in namen predstavitve je nujno treba določiti, saj le tako vemo, kaj sploh želimo povedati občinstvu. Paziti pa je treba, da ciljev ni preveč.

Pripravim si oporne točke predstavitve

Ocena	Število odgovorov	%
zelo slabo določim	0	0 %
slabo določim	2	4 %
ne določim dobro ne slabo	14	31 %
dobro določim	18	40 %
zelo dobro določim	11	25 %
skupaj	45	100 %

Tabela 11: Priprava opornih točk



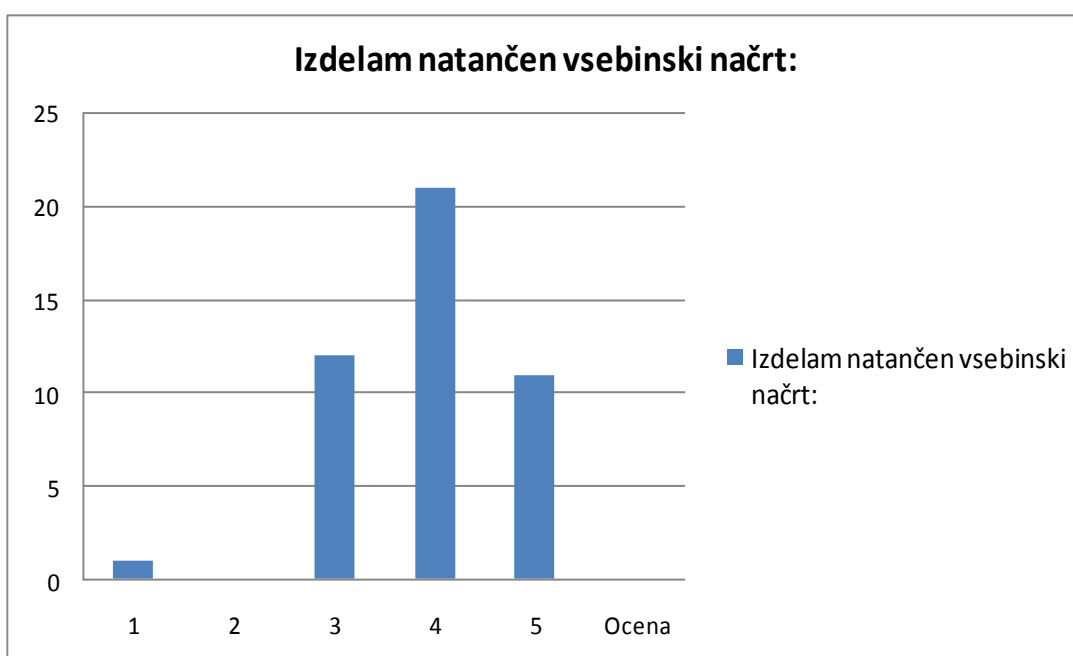
Graf 8: Priprava opornih točk

Zanimalo nas je tudi, ali anketiranci predhodno pripravijo oporne točke predstavitve. Podobno kot pri zgornjem vprašanju se nihče (0 %) ni ocenil z 1, z oceno 2 sta se ocenila 2 (4 %), z oceno 3 se je ocenilo 14 (31 %) anketirancev, 18 (30 %) vprašanih se je ocenilo z oceno 4, 11 (25 %) vprašanih pa z oceno 5. Tudi oporne točke je koristno pripraviti, saj se nam, kadar smo pred občinstvom ali pod stresom, lahko zgodi, da pozabimo, kaj smo želeli povedati. Z opornimi točkami preprečimo, da izgubimo rdečo nit predstavitve.

Izdelam natančen vsebinski načrt

Ocena	Število odgovorov	%
zelo slabo izdelam	1	2 %
slabo izdelam	0	0 %
ne slabo ne dobro	12	27 %
dobro izdelam	21	47 %
zelo dobro izdelam	11	24 %
skupaj	45	100 %

Tabela 12: Izdelava vsebinskega načrta



Graf 9: Izdelava vsebinskega načrta

Zgornja tabela prikazuje ocene anketiranih o tem, kako dobro pripravijo vsebinski načrt, kadar sami izvajajo predstavitev. Ocene so od 1 do 5, pri čemer ocena 1 predstavlja zelo slabo izdelan vsebinski načrt, ocena 5 pa zelo dobro izdelan vsebinski načrt. Z oceno 1 se je ocenil le 1 (2 %) vprašani, z oceno 2, ki predstavlja slabo izdelan načrt, se ni ocenil nihče (0 %), z oceno 3, ki predstavlja ne slabo ne dobro izdelan načrt, se je ocenilo 12 (27 %) vprašanih, z oceno 4, ki predstavlja dobro izdelan vsebinski načrt, se je ocenilo 21 (47 %) vprašanih, z oceno 5, ki predstavlja zelo dobro izdelan načrt, pa se je ocenilo 11 (24 %) vprašanih. Ni nujno, da je naš vsebinski načrt zelo obsežen, bolj so pomembne oporne točke. Večina

ljudi, ki vodi predstavitve in si pripravi zelo obsežen načrt, na koncu predstavitve ne izvaja več samostojno, temveč samo bere vsebinski načrt.

6.1.8 KOLIKO ČASA PORABITE ZA PRIPRAVO NA PREDSTAVITEV?

Odgovor	Število odgovorov	%
manj kot 1 uro	10	22 %
od 2 do 3 ure	27	60 %
več kot 4 ure	8	18 %
skupaj	45	100 %

Tabela 13: Poraba časa za pripravo na predstavitvev



Graf 10: Poraba časa za pripravo na predstavitvev

Pri tem vprašanju smo anketirance spraševali, koliko časa porabijo za predstavitve – najsi gre za predstavitve v sklopu službe ali pa v procesu pridobivanja izobrazbe. 10 (22 %) anketirancev porabi za pripravo manj kot 1 uro, 27 (60 %) anketirancev porabi od 2 do 3 ure, 8 (18 %) vprašanih pa porabi več kot 3 ure. Presenetilo nas je, da manj kot 1 uro za predstavitve porabijo tisti anketiranci, ki se v sklopu službe ne srečujejo s predstavitvijo. Pričakovali bi namreč ravno obratno – da ljudje, ki se s predstavitvijo srečujejo v službi, porabijo manj časa za predstavitve, saj so bolj izkušeni.

6.1.9 ALI IMATE PRED PREDSTAVITVIJO, KI JO IZVAJATE, TREMO?

Odgovor	Število odgovorov	%
da	9	20 %
ne	36	80 %
skupaj	45	100 %

Tabela 14: Trema pri predstavitvi



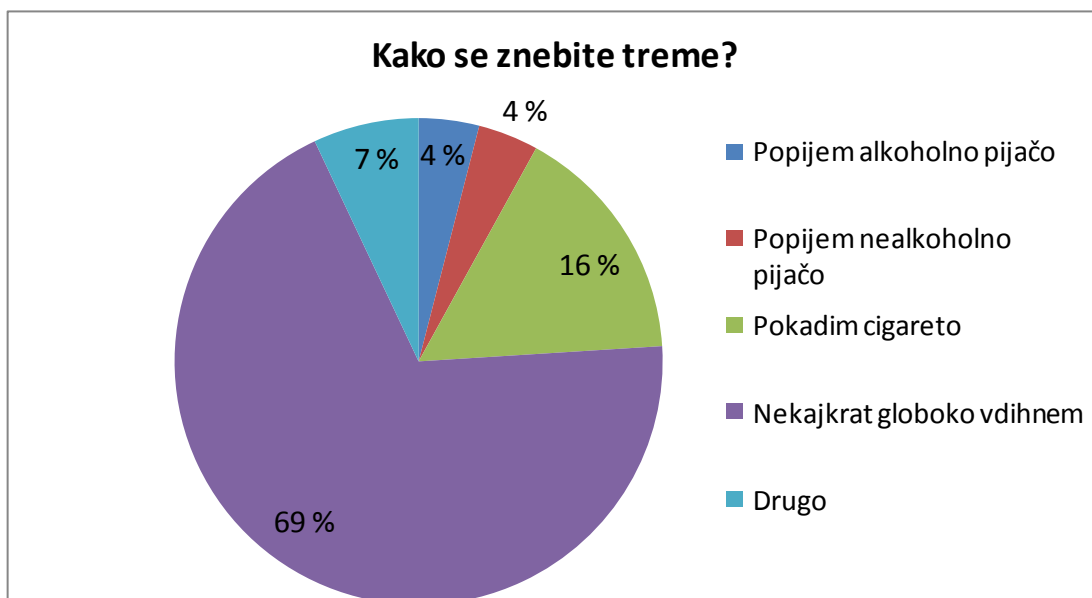
Graf 11: Trema pri predstavitvi

Zanimalo nas je tudi, ali imajo anketiranci pred predstavitvijo trema. 9 (20 %) anketirancev treme pred predstavitvijo nima, vsi ostali, torej 36 (80 %) anketirancev, pa je na vprašanje odgovorilo pritrdilno. Ugotovili smo, da se skoraj vsi anketiranci, ki so na vprašanje odgovorili nikalno, pri svojem delu srečujejo s predstavitvijo. Tako lahko predvidevamo, da se z večjim številom predstavitev manjša posameznikova trema. Več izkušenj, kot ima posameznik, manjša je njegova trema. Anketirance, ki so na vprašanje odgovorili pritrdilno, smo še vprašali, kakšna je trema pred nastopom: šibka, zmerna ali močna. Večina anketirancev ima zmerno trema. Zmerna trema deluje pozitivno in pripomore k učinkoviti predstavitvi.

6.1.10 ČE IMATE TREMO, KAKO SE JE ZNEBITE?

Odgovor	Število odgovorov	%
popijem alkoholno pijačo	2	4 %
popijem nealkoholno pijačo	2	4 %
pokadim cigareto	7	16 %
globoko vdihnem	31	69 %
drugo	3	7 %
skupaj	45	100 %

Tabela 15: Načini blaženja treme oz. napetosti



Graf 12: Načini blaženja treme oz. napetosti

Anketirance smo vprašali, kako se znebijo treme. 2 (4 %) anketiranca se je znebila tako, da popijeta alkoholno pijačo, enako število, torej 2 (4 %) anketiranca, popijeta nealkoholno pijačo. 7 (16 %) vprašanih se treme znebi tako, da pokadi cigareto, 31 (68 %) vprašanih pa tako, da nekajkrat globoko vdihne. 3 (7 %) so na vprašanje odgovorili z »drugo«, zapisali so, da se treme znebijo na naslednje načine: vzamejo tableto, ki blaži stres oziroma napetost; poslušajo glasbo, zaprejo oči in odpotujejo; z avtogenim treningom. Blaženje treme z globokimi vdihmi je zelo učinkovito ter izmed naštetih načinov najbolj neopazno ter hitro delujoče.

6.1.11 OBKROŽITE, V KAKŠNI MERI SE VAM POVEČA NAPETOST, ČE NALETITE NA SPODAJ NAVEDENE DEJAVNIKE, PRI ČEMER 1 POMENI ZELO MAJHNO POVEČANJE NAPETOSTI IN 5 VISOKO POVEČANJE NAPETOSTI.

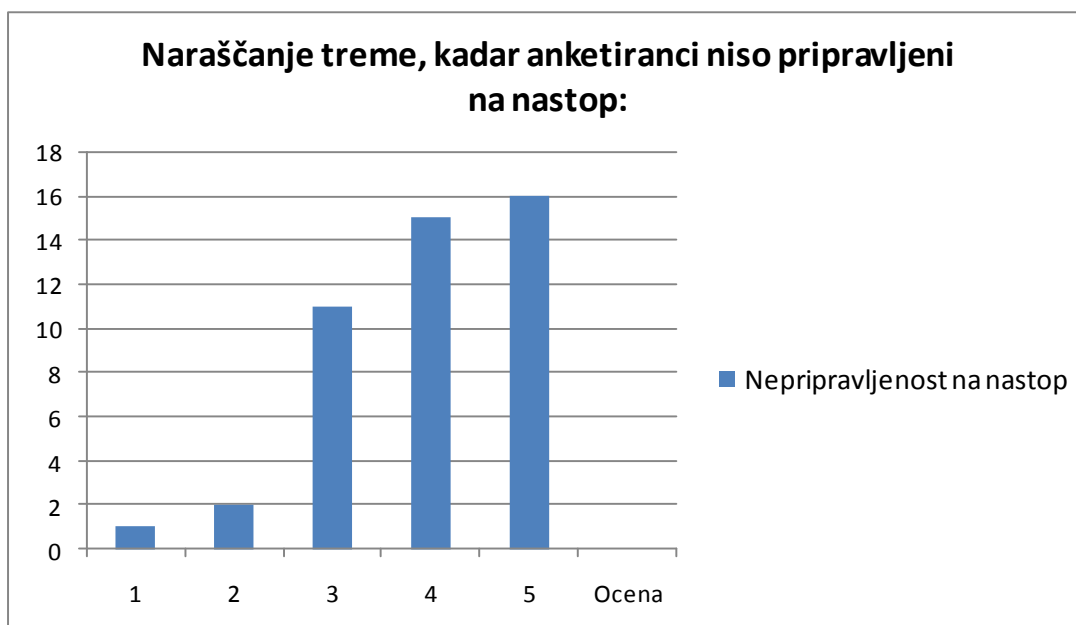
Ocene, ki so jih podali anketiranci, ko smo jih spraševali, v kakšni meri se jim poveča trema, če naletijo na spodaj navedene dejavnike:

- nepripravljenost na nastop,
- neprijetno občinstvo,
- neizkušenosť s predstavitvami,
- občinstvo me ne posluša,
- občinstvo mi zastavlja vprašanja.

Nepripravljenost na nastop:

Kadar nisem pripravljen/a na nastop se mi trema:	Število odgovorov	%
ne poveča	1	2 %
zelo malo poveča	2	4 %
malo poveča	11	24 %
veliko poveča	15	34 %
zelo poveča	16	36 %
skupaj	45	100 %

Tabela 16: Nepripravljenost na nastop



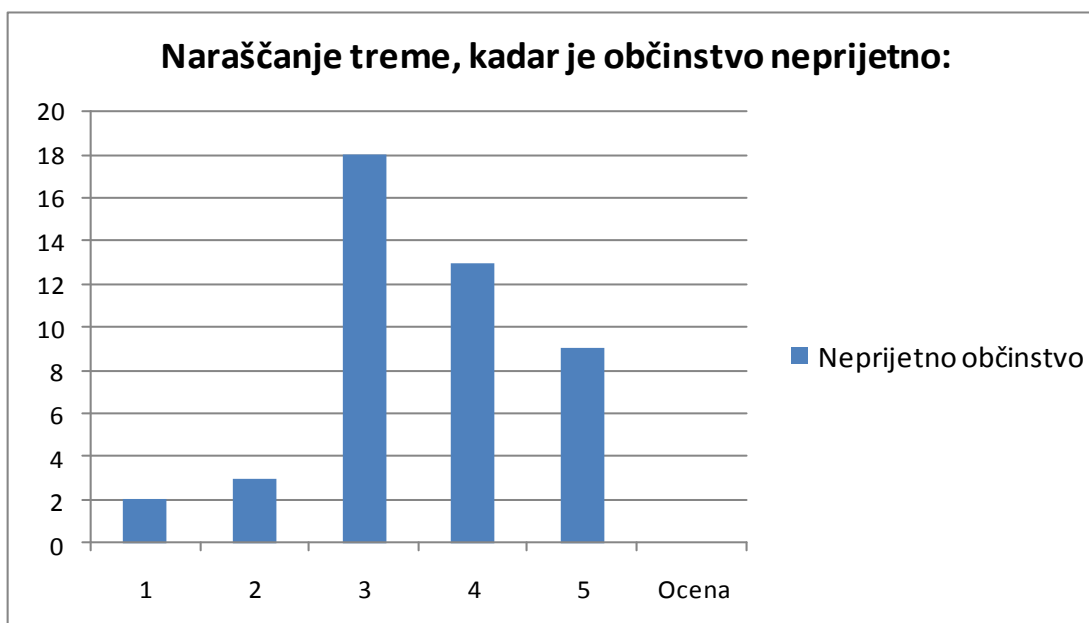
Graf 13: Nepripravljenost na nastop

Anketirance smo povprašali, v kašni meri se jim poveča trema, če niso pripravljene na nastop. Samo 1 (2 %) je povišanje treme ocenil z oceno 1, 2 (2 %) vprašana z oceno 2, 11 (24 %) vprašanih z oceno 3, 15 (34 %) z oceno 4 in največ, 16 (36 %) vprašanih, z oceno 5. Iz tabele in grafa je razvidno, da se večini vprašanih trema najbolj intenzivno poveča, kadar na predstavitev niso pripravljene. Na predstavitev se je tako vedno treba dobro pripraviti, saj bomo s tem v veliki meri zmanjšali intenzivnost treme.

Neprijetno občinstvo:

Če je občinstvo neprijetno se mi trema:	Število odgovorov	%
ne poveča	2	4 %
zelo malo poveča	3	7 %
malo poveča	18	40 %
veliko poveča	13	29 %
zelo poveča	9	20 %
skupaj	45	100 %

Tabela 17: Neprijetno občinstvo



Graf 14: Neprijetno občinstvo

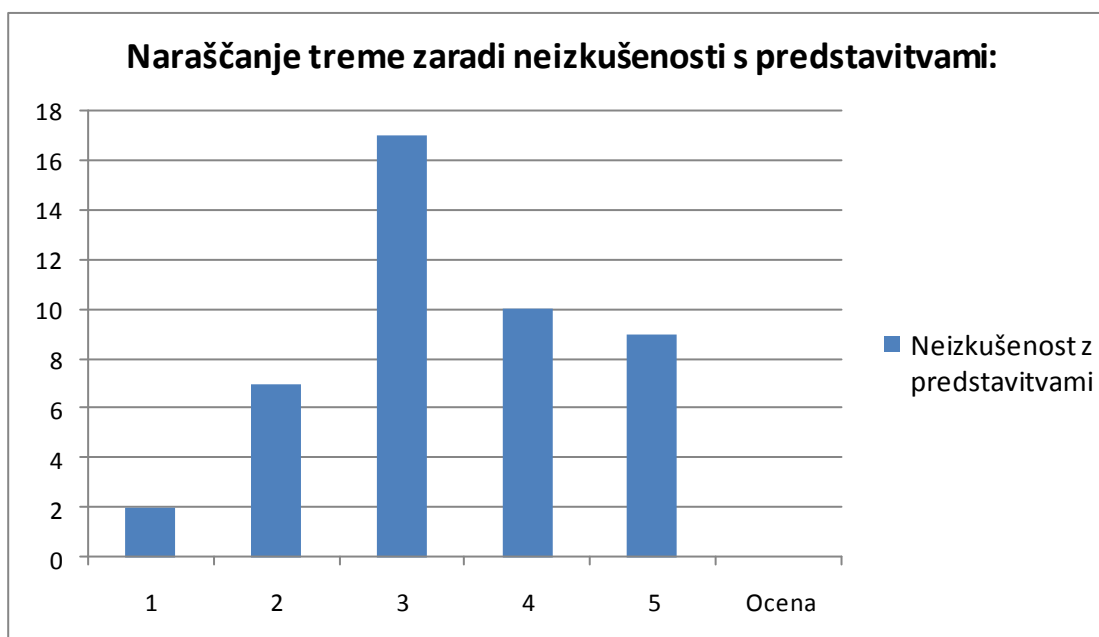
2 (4 %) vprašana sta naraščanje treme, kadar naletita na neprijetno občinstvo, ocenila z 1, 3 (7 %) z oceno 2, 18 (40 %) z oceno 3, 13 (29 %) z oceno 4 in 9 (20 %) z oceno 5. Na žalost na to, kakšno bo občinstvo, kjer bomo izvajali predstavitev, ne

moremo pretirano vplivati, lahko pa se potrudimo, da bo naša predstavitev čim bolj zanimiva in da bomo s tem pritegnili pozornost občinstva.

Neizkušenosť s predstavitvami:

Zaradi neizkušenosť se mi trema:	Število odgovorov	%
ne poveča	2	4 %
zelo malo poveča	7	16 %
malo poveča	17	38 %
veliko poveča	10	22 %
zelo poveča	9	20 %
skupaj	45	100 %

Tabela 18: Neizkušenosť s predstavitvami



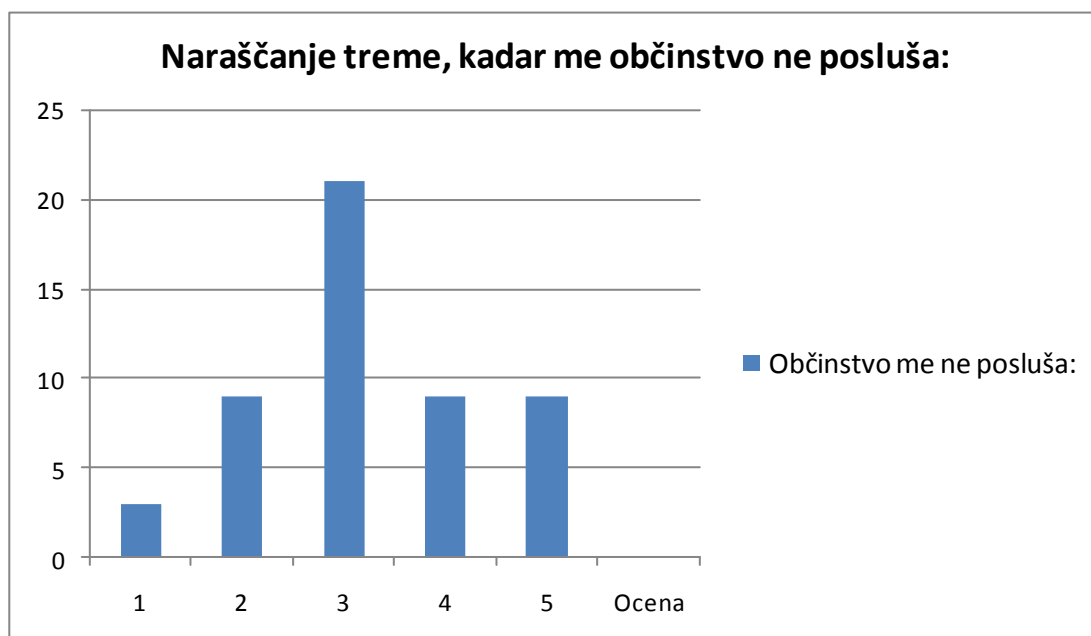
Graf 15: Neizkušenosť s predstavitvami

2 (4%) vprašana sta ocenila, da se jima trema pri neizkušenosť s predstavitvami ne poveča (ocena 1), 7 (16 %) jih je odgovorilo, da se jim trema zelo malo poveča (ocena 2), 17 (38 %) vprašanih je ocenilo, da se jim trema malo poveča (ocena 3), 10 (22 %) anketirancev je ocenilo, da se jim trema veliko poveča (ocena 4), 9 (20 %) pa jih je ocenilo, da se jim trema zelo poveča (ocena 5). Pri tem vprašanju smo izvedeli, da neizkušenosť s predstavitvami ni glavni povzročitelj treme. Več predstavitev, kot jih posameznik izvede, manjša bo njegova trema pri predstavitvah. Ker bomo imeli s tega področja izkušnje, bo to ublažilo tremo.

Občinstvo me ne posluša

Če me občinstvo ne posluša:	število odgovorov	%
ne poveča	3	7 %
zelo malo poveča	9	20 %
malo poveča	21	47 %
veliko poveča	9	13 %
zelo poveča	9	13 %
skupaj	45	100 %

Tabela 19: Občinstvo ne posluša



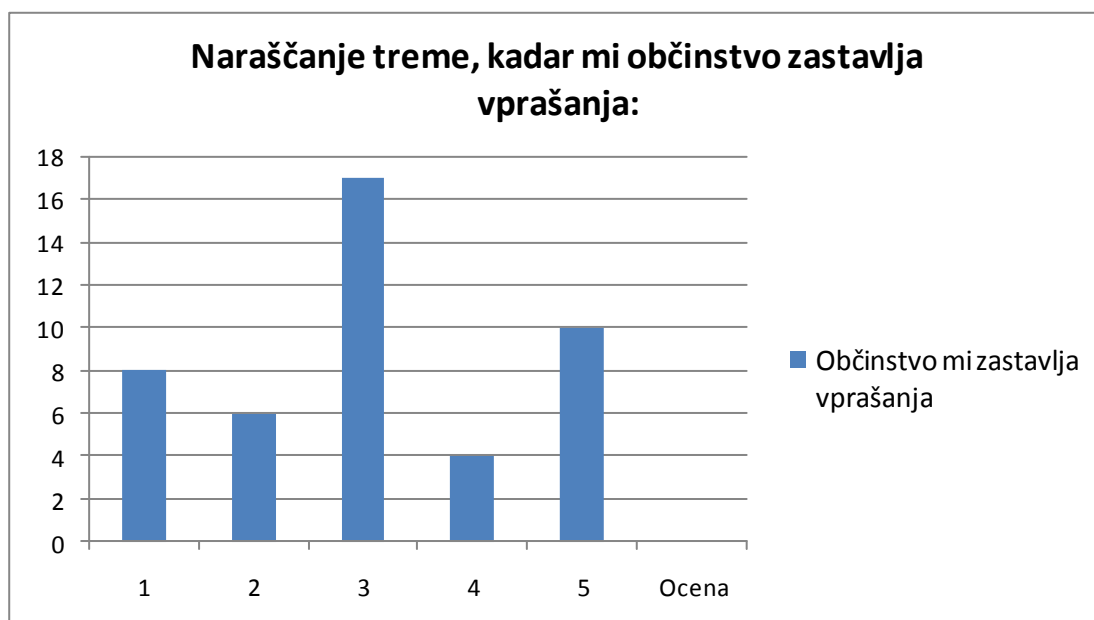
Graf 16: Občinstvo ne posluša

Raziskava je podala naslednje ocene. 3 (7 %) vprašani so ocenili, da se jim trema, kadar jih občinstvo ne posluša, ne poveča (ocena 1), 9 (20 %) jih je ocenilo, da se jim trema zelo malo poveča (ocena 2), 21 (47 %) vprašanih je povečanje treme ocenilo z oceno 3, 6 (13 %) vprašanih z oceno 4, enako število, torej 6 (13 %), pa z oceno 5. Izvedeli smo, da tudi neposlušno občinstvo ni glavni krivec za tremo. Kadar predstavitev izvajamo sami, se moramo zelo potruditi, da bo ta čim bolj zanimiva, saj si bomo s tem pridobili naklonjenost poslušalcev, zato nas ti pri predstavitvi ne bodo motili s svojo neposlušnostjo.

Občinstvo mi zastavlja vprašanja

Če mi občinstvo zastavlja vprašanja, se mi trema:	število odgovorov	%
ne poveča	8	18 %
zelo malo poveča	6	13 %
malo poveča	17	38 %
veliko poveča	4	22 %
zelo poveča	10	9 %
skupaj	45	100 %

Tabela 20: Zastavljanje vprašanj občinstva



Graf 17: Zastavljanje vprašanj občinstva

8 (18 %) vprašanih je ocenilo, da se jim trema, če jim občinstvo zastavlja vprašanja, ne poveča (ocena 1). 6 (13 %) vprašanih je povišanje treme označilo z oceno 2, 17 (28 %) vprašanih z oceno 3, 10 (22 %) vprašanih z oceno 4, 4 (9 %) vprašani pa z oceno 5. Težko prepričamo zastavljanje vprašanj. Zavedati pa se moramo, da so vprašanja iz občinstva dober pokazatelj, da jih je naša predstavitev pritegnila.

S pomočjo zgornjih vprašanj, kjer so vprašani morali oceniti, v kakšni meri se jim poveča trema, če naletijo na navedene dejavnike, smo prišli do sklepa, da je dejavnik, ki najbolj vpliva na intenzivnost treme, nepripravljenost na nastop.

Med nepogrešljive elemente učinkovite in uspešne predstavitve spada tudi nebesedna komunikacija, ki se je premalo zavedamo. Nebesedno komuniciramo tudi takrat, ko se tega sploh ne zavedamo, zato smo anketirance povprašali, kako pomembni se jim zdijo posamezni deli nebesedne komunikacije. Anketiranci so morali oceniti sledeče dele nebesedne komunikacije:

- gibanje v prostoru,
- telesno držo,
- kretnje rok,
- mimiko obraza,
- zunanji videz,
- očesni stik,
- ton in barvo glasu.

Ocenjevali so z ocenami od 1 do 5, pri čemer ocena 1 predstavlja popolnoma nepomemben del, 5 pa zelo pomemben del nebesedne komunikacije.

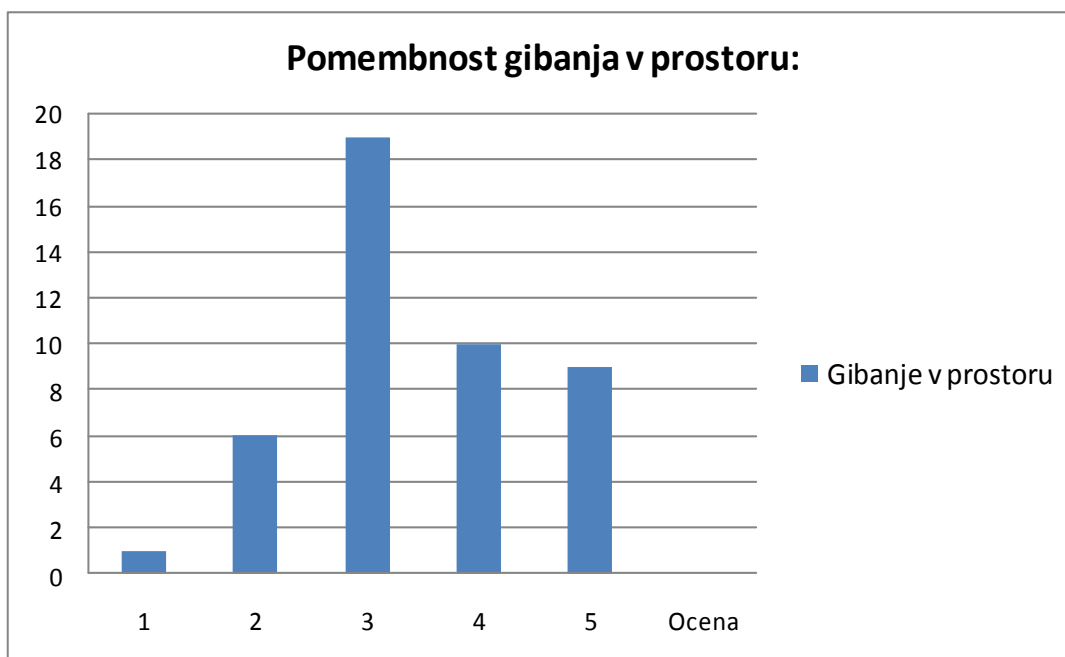
6.1.12 NAJPOMEMBNEJŠI DEL NEBESEDNE KOMUNIKACIJE

Ocenite, kateri del nebesedne komunikacije se vam pri predstavitvi zdi najpomembnejši, pri čemer je 1 najmanj in 5 najbolj pomembno.

Gibanje v prostoru

Ocena	Število odgovorov	%
nepomembna	1	2 %
malo pomembna	6	13 %
niti pomembna niti nepomembna	19	42 %
precej pomembna	10	22 %
zelo pomembna	9	20 %
skupaj	45	100 %

Tabela 21: Pomembnost gibanja v prostoru



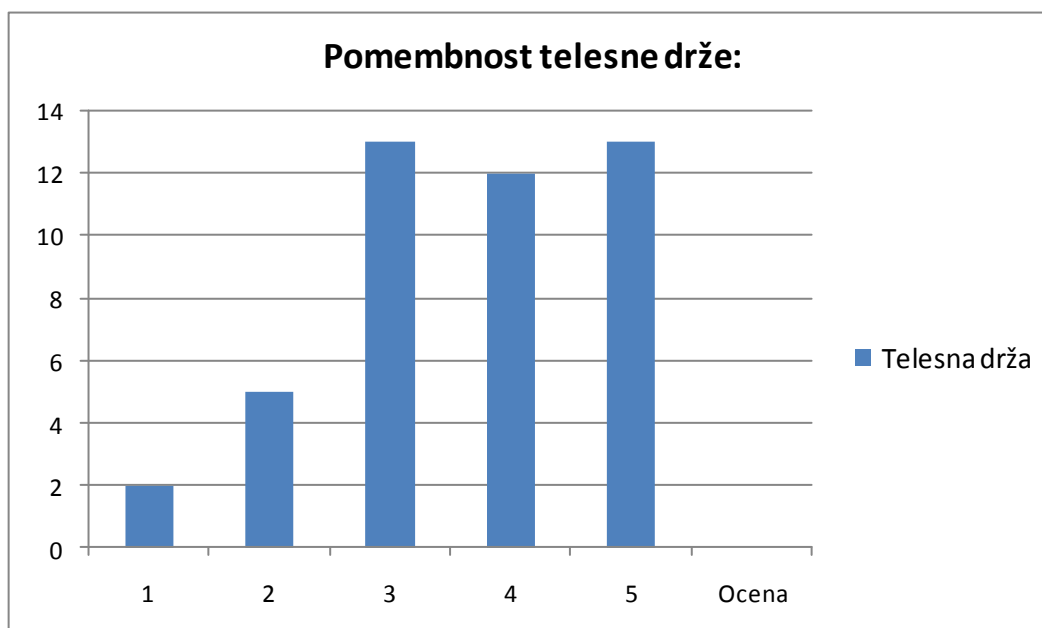
Graf 18: Pomembnost gibanja v prostoru

Pri tem vprašanju smo skušali izvedeti, kako pomembno se vprašanim zdi gibanje v prostoru – kot sestavni del nebesedne komunikacije. Dobili smo sledeče odgovore: 1 (2 %) vprašani je gibanje v prostoru ocenil kot popolnoma nepomemben del (ocena 1), 6 (13%) vprašanih je gibanje ocenilo malo pomembno (ocena 2), 19 (42 %) jih je ocenilo z oceno 3, 10 (22 %) vprašanih z oceno 4 in 9 (20 %) vprašanih z oceno 5, torej kot zelo pomemben del nebesedne komunikacije. Gibanje v prostoru je zelo pomemben dejavnik vsake predstavitve, ker govorniku daje dinamiko in zmanjšuje napetost.

Telesna drža

Ocena	Število odgovorov	%
nepomembna	2	4 %
malo pomembna	5	11 %
niti pomembna niti nepomembna	13	29 %
precej pomembna	12	27 %
zelo pomembna	13	29 %
skupaj	45	100 %

Tabela 22: Pomembnost telesne drža



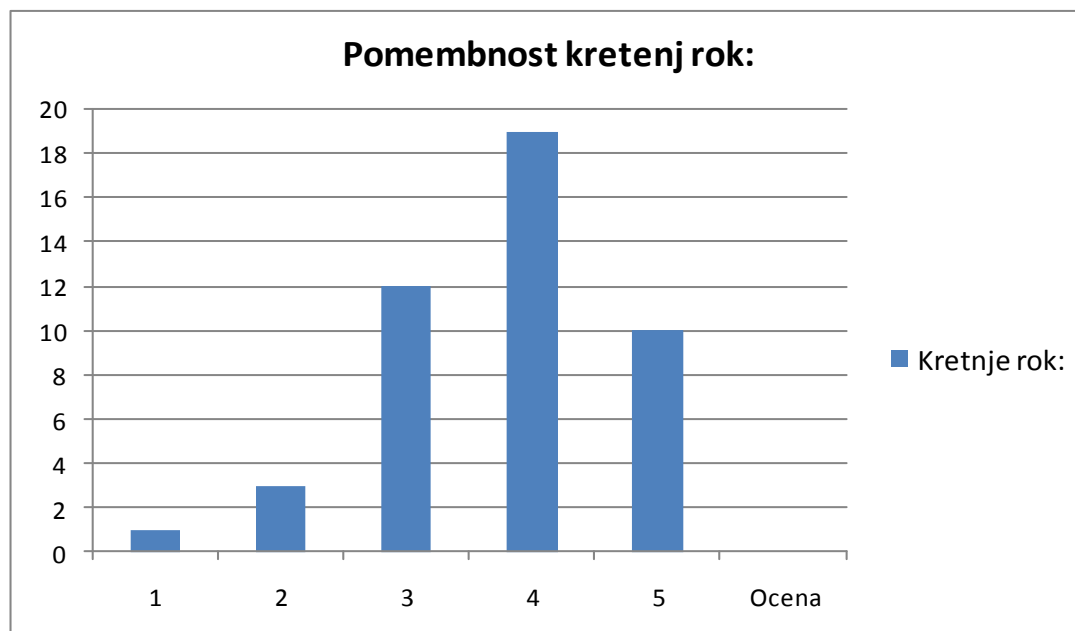
Graf 19: Pomembnost telesne drža

Povprašali smo tudi, kako pomembna se anketirancem zdi telesna drža. Tudi pri tem vprašanju so anketiranci ocenjevali z ocenami od 1 do 5, pri čemer 1 pomeni najmanj pomemben del predstavitve, 5 pa najbolj pomemben del. 2 (4 %) sta držo ocenila z oceno 1, torej kot nepomembno, 5 (11 %) z oceno 2, 13 (29 %) z oceno 3, 12 (27 %) z oceno 4 in 13 (29 %) z oceno 5. Menimo, da govorec z zravnano samozavestno držo naredi velik in dober vtis na poslušalce, kar je razvidno tudi z zgornjega grafa. Kar 29 % vprašanih namreč meni, da je telesna drža zelo pomembna.

Kretnje rok

Ocena	Število odgovorov	%
nepomebna	1	2 %
malo pomembna	3	7 %
niti pomembna niti nepomembna	12	27 %
precej pomembna	19	42 %
zelo pomembna	10	22 %
skupaj	45	100 %

Tabela 23: Pomembnost kretenj rok



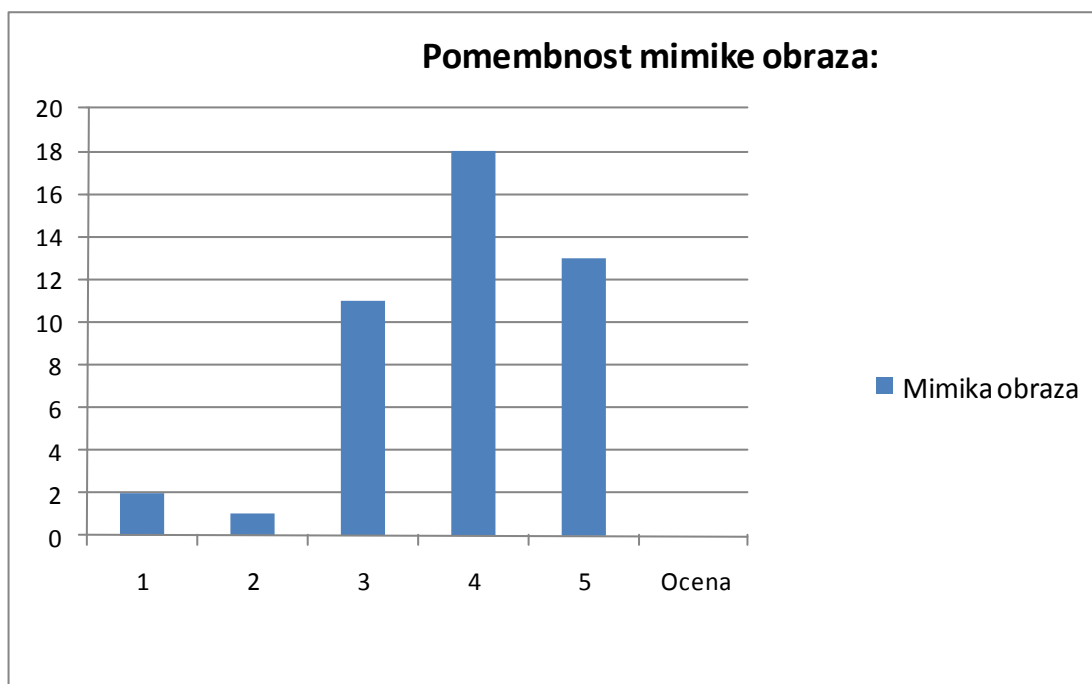
Graf 20: Pomembnost kretenj rok

Zgornja tabela in graf prikazujeta, kako pomembne se pri predstavitvi vprašanim zdijo kretnje rok, kar so ocenjevali z ocenami od 1 do 5. Enemu (2 %) se kretnje rok ne zdijo pomembne (ocena 1), 3 (7 %) se zdijo kretnje rok malo pomembne (ocena 2), 12 (27 %) niti pomembne niti nepomembne (ocena 3), 19 (42 %) vprašanim se zdijo kretnje rok precej pomembne (ocena 4), 10 (22 %) pa zelo pomembne (ocena 5). Zanimivo je, da se je največ vprašanih odločilo za oceno 4, torej moramo biti pri predstavitvi pozorni na svoje roke, saj z različnimi kretnjami sporočamo različne stvari. Priporočljivo je, če imamo ob predstavitvi dlani razkrite, kar pomeni, da smo odprti in odkriti, neprimerno pa je predstavitev voditi s prekrižanimi rokami, saj to pomeni, da se s poslušalci ne strinjamo oziroma določeno stvar zavračamo.

Mimika obraza

Ocena	Število odgovorov	%
nepomebna	2	4 %
malo pomembna	1	2 %
niti pomembna niti nepomembna	11	25 %
precej pomembna	18	40 %
zelo pomembna	13	29 %
skupaj	45	100 %

Tabela 24: Pomembnost mimike obraza



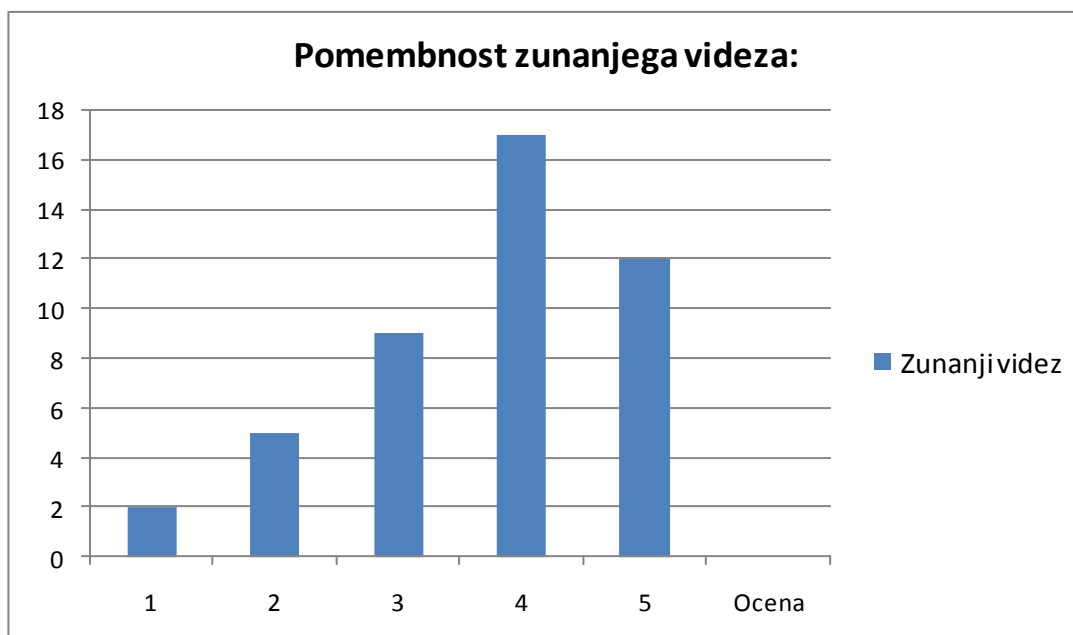
Graf 21: Pomembnost mimike obraza

Zgornji graf prikazuje ocene anketirancev na vprašanje, kako pomembna se jim pri sami predstavitvi zdi mimika obraza. Ocena 1 predstavlja popolnoma nepomemben element predstavitve, ocena 5 pa zelo pomemben element predstavitve. Le 2 (4 %) vprašana sta mimiko obraza ocenila kot nepomemben del predstavitve (ocena 1), 1 (2 %) anketiranec jo je ocenil z oceno 2, 11 (25 %) vprašanih z oceno 3, 18 (40 %) z oceno 4, 13 (29 %) pa z oceno 5. Iz grafa je razvidno, da je največ vprašanih mimiko ocenilo kot precej pomemben in zelo pomemben del predstavitve. Prav tako kot pri vprašanju kretenj rok se je največ anketirancev odločilo za oceno 4. Vse dele nebesedne komunikacije je skoraj nemogoče obvladovati; tudi mimika obraza ni izjema, zato se nam lahko hitro zgodi, da morda izdamo določeno informacijo, ki ne bi želeli. Zanimivo je, da ljudje največ sporočamo z očmi.

Zunanji videz (obleka, frizura ...)

Ocena	Število odgovorov	%
nepomemben	2	4 %
malo pomemben	5	11 %
niti pomemben niti nepomemben	9	20 %
precej pomemben	17	38 %
zelo pomemben	12	27 %
skupaj	45	100 %

Tabela 25: Pomembnost zunanjega videza



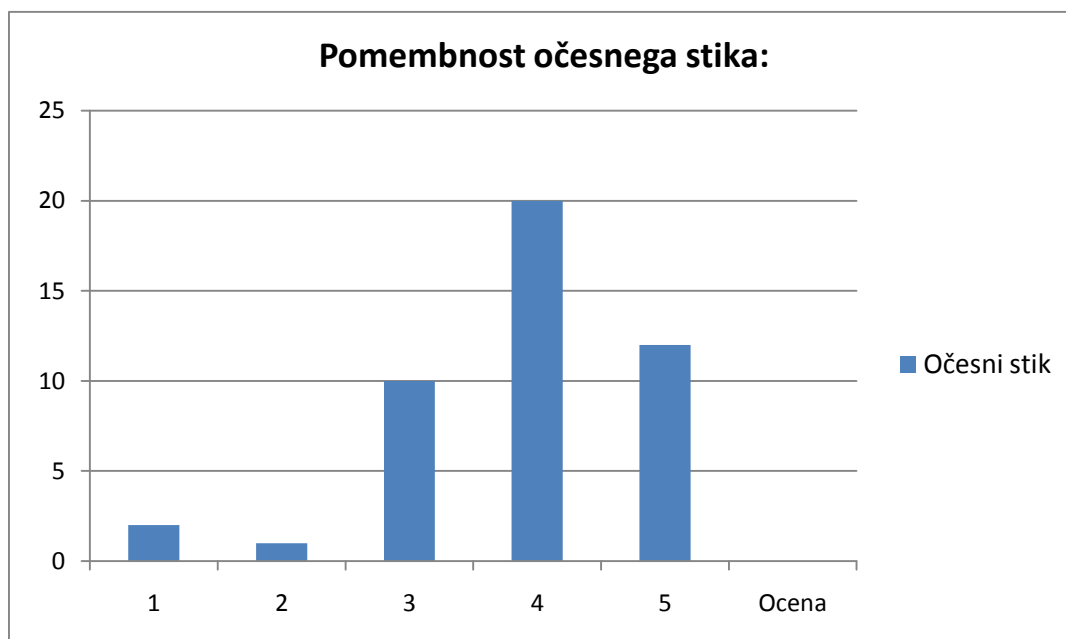
Graf 22: Zunanji videz

Anketirance smo povprašali, kako bistven del se jim zdi zunanji videz pri predstavitvi, izprašanci so presodili in nam podali ocene od 1 do 5. Ocena 1 izraža popolnoma nepomemben del predstavitve. S to oceno sta pomembnost zunanjega videza ocenila le 2 (4 %) vprašana. Ocena 2 predstavlja nepomemben del predstavitve, za to oceno se je odločilo 5 (11 %) izprašanih. Ocena 3 predstavlja dokaj pomemben del, kot takega je videz ocenilo 9 (20 %) izprašancev. Ocena 4 predstavlja pomemben del predstavitve, kot takega ga ocenjuje kar 17 (38 %) izprašancev. Z oceno 5, ki predstavlja zelo pomemben del predstavitve, pa je videz ocenilo 12 (27 %) anketirancev. Menimo, da je zunanji videz dokaj pomemben del predstavitve, saj tudi z obleko naredimo določen vtis na poslušalce. Pri izboru obleke je treba paziti, da ne bi bila preveč izzivalna ali kričečih barv – v tem primeru bodo poslušalci opazovali našo obleko, ne pa poslušali tisto, kar jim želimo povedati.

Očesni stik

Ocena	Število odgovorov	%
nepomemben	2	4 %
malo pomemben	1	2 %
niti pomemben niti nepomemben	10	22 %
precej pomemben	20	45 %
zelo pomemben	12	27 %
skupaj	45	100 %

Tabela 26: Pomembnost očesnega stika



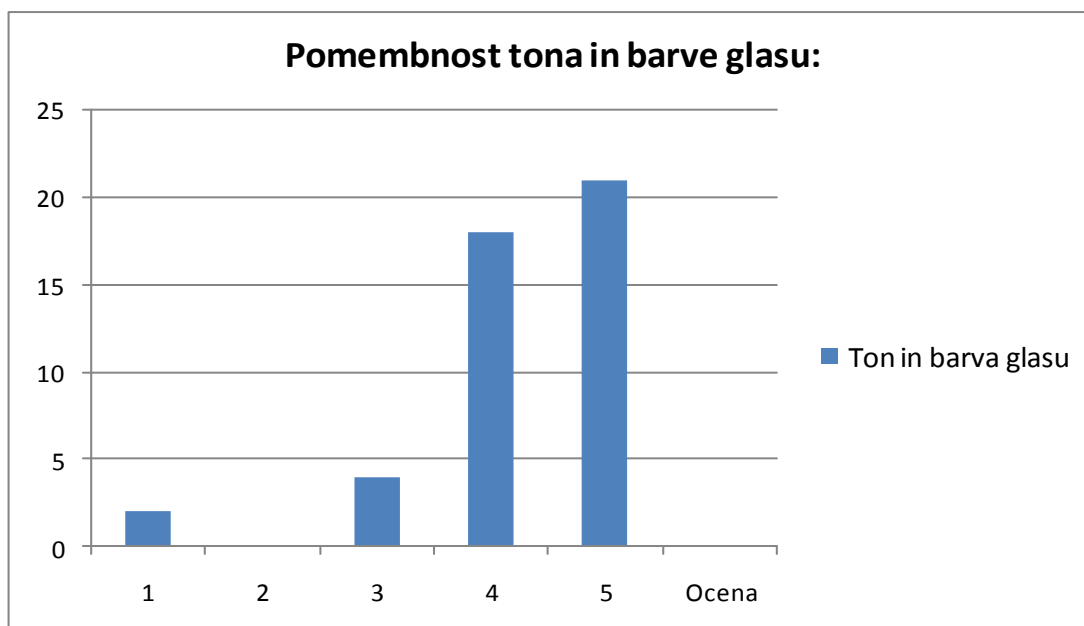
Graf 23: Pomembnost očesnega stika

Zgornja tabela in graf prikazujeta ocene, ki so jih podali anketiranci, ko smo jih povprašali, kako bistven se jim pri predstavitvi zdi očesni stik. Tudi pri tem vprašanju so anketiranci imeli možnost ocenjevati z ocenami od 1 do 5. Ocena 1 izraža nepomemben del predstavitve, ocena 2 predstavlja malo pomemben del, ocena 3 predstavlja pomemben del, ocena 4 precej pomemben del in ocena 5 nepogrešljiv del predstavitve. Za oceno 1 sta se odločila 2 (4 %), za oceno 2 samo 1 (2 %) anketiranec, za oceno 3 se je odločilo 10 (22 %) anketirancev, za oceno 4 se je odločilo 20 (45 %), za oceno 5 pa 12 (27 %) anketirancev. Največ vprašanih se je odločilo za oceno 4. Očesni stik je pri predstavitvi zelo pomemben, paziti pa moramo, da ne gledamo ves čas samo enega poslušalca, saj bi to lahko pri njem vzbudilo neprijeten občutek. Očesni stik moramo vzpostavljati z vsemi poslušalci.

Ton in barva glasu

Ocena	Število odgovorov	%
nepomemben	2	4 %
malo pomemben	0	0 %
niti pomemben niti nepomemben	4	9 %
precej pomemben	18	40 %
zelo pomemben	21	47 %
skupaj	45	100 %

Tabela 27: Pomembnost tona in barve glasu



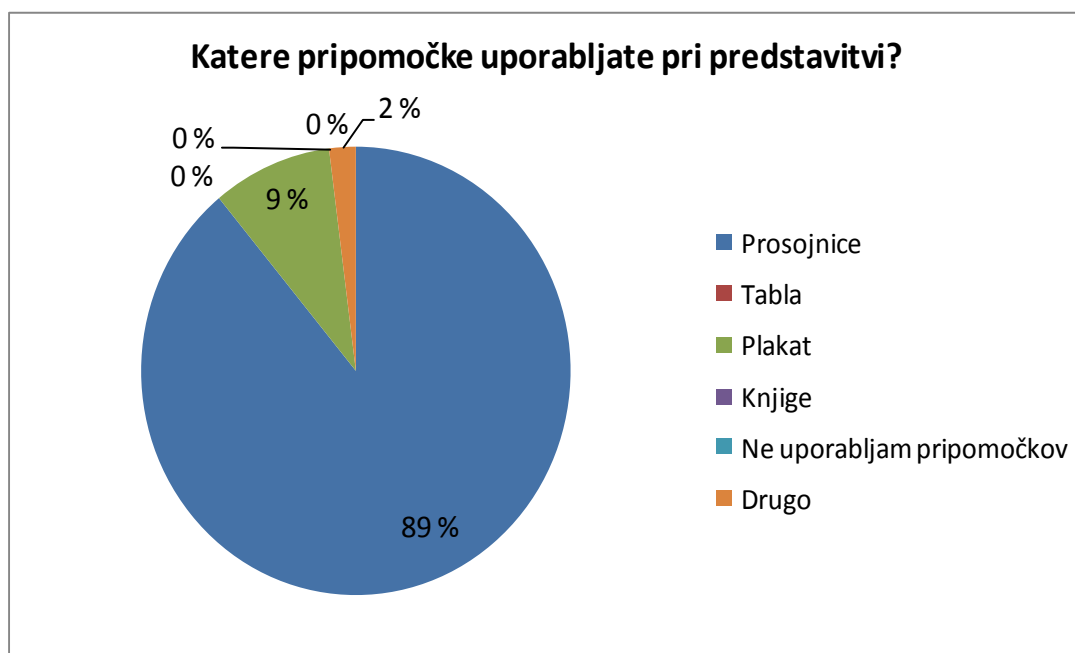
Graf 24: Pomembnost tona in barve glasu

Rezultati tega vprašanja kažejo presenetljive rezultate, saj so vprašani ton in barvo glasu ocenili kot najpomembnejši del nebesedne komunikacije. Rezultati so sledeči: 2 (4 %) se ton in barva glasu ne zdita pomembna, nihče se ni odločil za oceno 2, 4 (9 %) vprašani so se odločili za oceno 3, 18 (40 %) za oceno 4 in kar 21 (47 %) za oceno 5. Na ton in barvo glasu sami ne moremo veliko vplivati, saj je vsakemu dan edinstven ton in barva glasu. Lahko pa vplivamo na to, kako glasno bomo govorili. Večina nastopajočih ponavadi zaradi treme svoj glas nekoliko zniža, zato moramo biti pri predstavitvi na jakost glasu zelo pozorni.

6.1.13 KATERE PRIPOMOČKE UPORABLJATE PRI PREDSTAVITVI?

Odgovor	Število odgovorov	%
prosojnice	40	89 %
tabla	0	0 %
plakat	4	9 %
knjige	0	0 %
ne uporabljam pripomočkov	0	0 %
drugo	1	2 %
skupaj	45	100 %

Tabela 28: Pripomočki, ki jih uporabljajo anketiranci pri predstavitvi



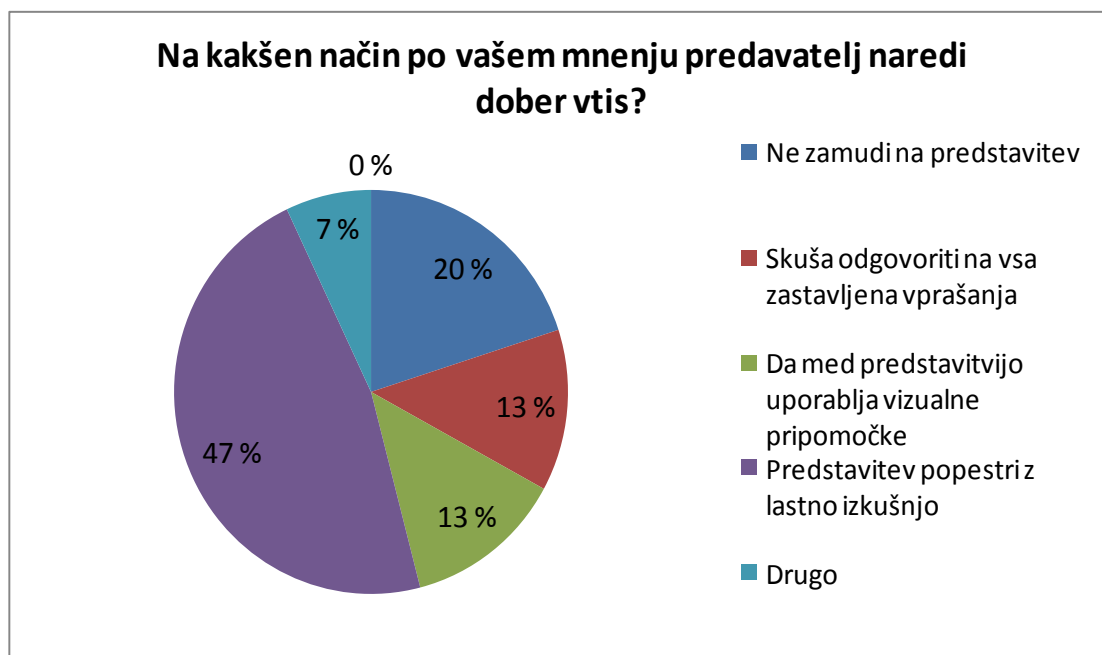
Graf 25: Pripomočki pri predstavitvi

Analiza je pokazala, da velika večina, kar 40 (89 %) vprašanih, kot pripomoček uporablja prosojnice. Samo 4 (9 %) vprašani uporabljajo plakat, 1 (2 %) vprašani pa je na vprašanje odgovoril z »drugo«, navedel je, da kot pripomoček pri predstavitvi uporablja osebni računalnik. Pri tem vprašanju so bili vprašani, ki pri predstavitvi uporabljajo plakat, iz višje starostne skupine, in sicer od 41 do 51 let. Menimo, da večina najraje uporablja prosojnice (PowerPoint) zato, ker je njihova uporaba enostavna in vsem dosegljiva.

6.1.14 NA KAKŠEN NAČIN PO VAŠEM MNENJU OSEBA, KI PREDSTAVLJA PREDSTAVITEV, NA POSLUŠALCE NAREDI DOBER VTIS?

Odgovor	Število odgovorov	%
ne zamudi na predstavitvi	9	20 %
skuša odgovoriti na vsa zastavljena vprašanja	6	13 %
uporablja vizualne pripomočke	6	13 %
popetri predstavitvi z lastno izkušnjo	21	47 %
drugo	3	7 %
skupaj	45	100 %

Tabela 29: Dober vtis na poslušalce



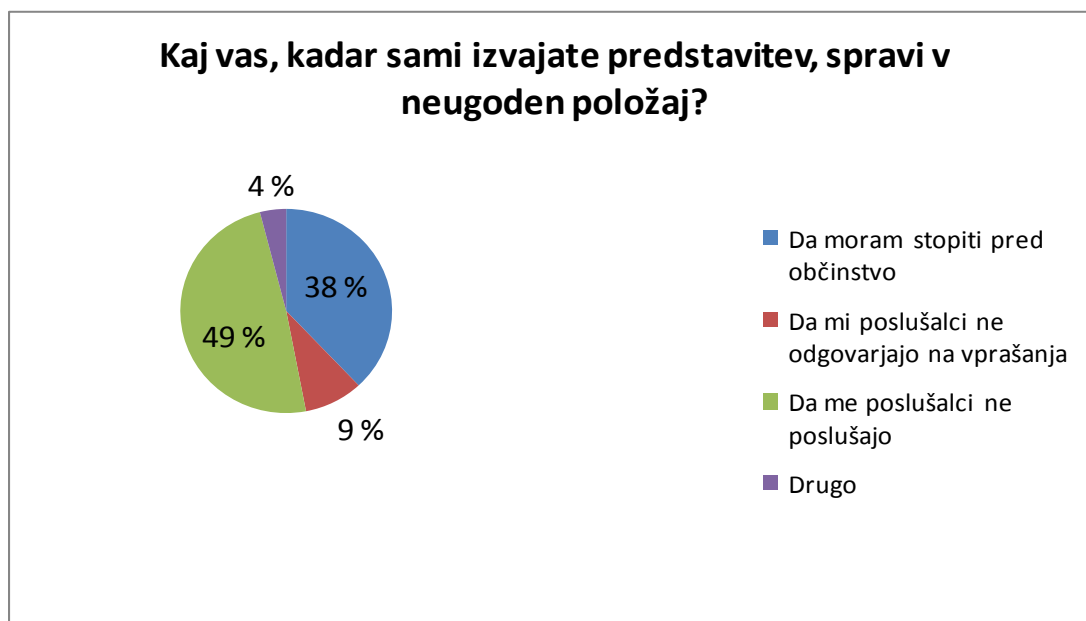
Graf 26: Dober vtis na poslušalce

S tem vprašanjem smo želeli izvedeti na kakšen način predavatelj oziroma oseba, ki vodi predstavitev, na študente naredi dober vtis. Največ vprašanih, 21 (47 %), je odgovorilo, da dober vtis nanje naredi, če oseba, ki predstavlja določeno snov, nalogo, ipd., pove lastno izkušnjo; 9 (20 %) jih je odgovorilo, da s tem, ko predavatelj ne zamudi na predstavitev; 6 (13 %) s tem, da skuša odgovoriti na zastavljena vprašanja, ki jih zastavlja občinstvo; enako število, 6 (13 %), pa s tem, da oseba, ki vodi predstavitev, uporablja vizualne pripomočke. 3 (7 %) vprašani so odgovorili z »drugo«. Ti so navedli, da nanje oseba naredi dober vtis z načinom posredovanja informacij, s tem, da oseba, ki izvaja predstavitev, ne bere teksta, temveč govori prosto in tekoče ter kadar oseba vzpostavi stik z občinstvom.

6.1.15 KAJ VAS PRI PREDSTAVITVI, KADAR JO IZVAJATE SAMI, SPRAVI V NEUGODEN POLOŽAJ?

Odgovor	Število odgovorov	%
da moram stopiti pred občinstvo	17	38 %
da mi poslušalci ne odgovarjajo na vprašanja	4	9 %
da me poslušalci ne poslušajo	22	49 %
drugo	2	4 %
skupaj	45	100 %

Tabela 30: Neugoden položaj



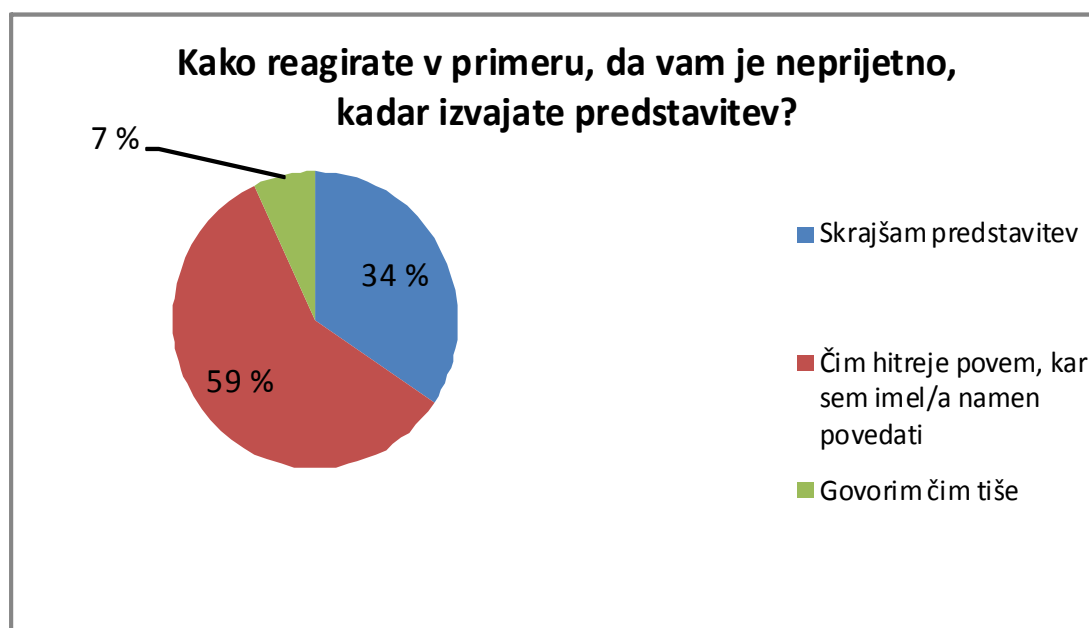
Graf 27: Neugoden položaj

Anketirance smo povprašali tudi po tem, kaj jih, kadar sami izvajajo predstavitev, spravi v neugoden položaj. 17 (38 %) vprašanih je odgovorilo, da jih v neugoden položaj spravi to, da morajo stopiti pred občinstvo. 4 (9 %) anketirancev to, da jim poslušalci ne odgovarjajo na vprašanja, največ, to je 22 (49 %), pa to, da jih poslušalci ne poslušajo. Na to lahko vplivamo tako, da popestrimo predstavitev. V določenih primerih, ko so poslušalci popolnoma neuvidevni, pa je najbolje, da s predstavitvijo prekinemo. 2 (4 %) vprašana pa sta odgovorila z »drugo«. Navedla sta, da ju v neugoden položaj spravi primanjkovalje tovrstnih izkušenj in kadar ne slišijo popolnoma vprašanj poslušalcev.

6.1.16 KAKO REAGIRATE V PRIMERU, DA VAM JE NEPRIJETNO, KO IZVAJATE PREDSTAVITEV?

Odgovor	Število odgovorov	%
skrajšam predstavitev	16	34 %
čim hitreje povem, kar sem imel/a namen povedati	26	58 %
govorim čim tišje	3	7 %
skupaj	45	100 %

Tabela 31: Reakcija ob neprijetnem občutku



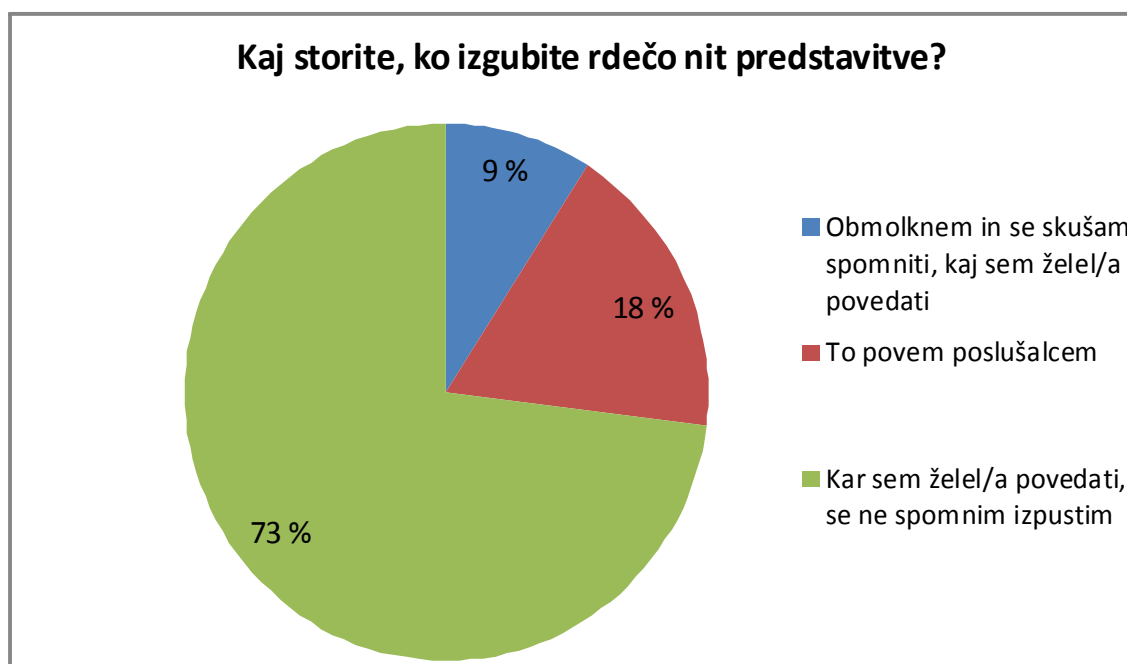
Graf 30: Reakcija ob neprijetnem občutku

Zanimalo nas je tudi, kako vprašani reagirajo v primeru, da jim je ob izvajanju predstavitve neprijetno. 16 (39 %) vprašanih v tem primeru skrajša svojo predstavitev, 26 (58 %) čim hitreje pove, kar so želeli povedati, 2 (7 %) pa predstavitev skrajša. Menimo, da ni dobro, če zaradi neprijetnega občutka čim hitreje povemo, kar smo nameravali povedati, saj nam poslušalci ne bodo mogli slediti. Neprijeten občutek je najbolje nekoliko ublažiti z globokimi vdihmi pred začetkom predstavitve.

6.1.17 KAJ STORITE V PRIMERU, DA STE IZGUBILI RDEČO NIT PREDSTAVITVE (KADAR JO IZVAJATE SAMI)?

Odgovor	Število odgovorov	%
obmolknem in se skušam spomniti, kaj sem želel/a povedati	4	9 %
to povem poslušalcem	8	18 %
kar sem želel/a povedati, a se ne spomnim, izpustim	33	73 %
skupaj	45	100%

Tabela 32: Izguba rdeče niti



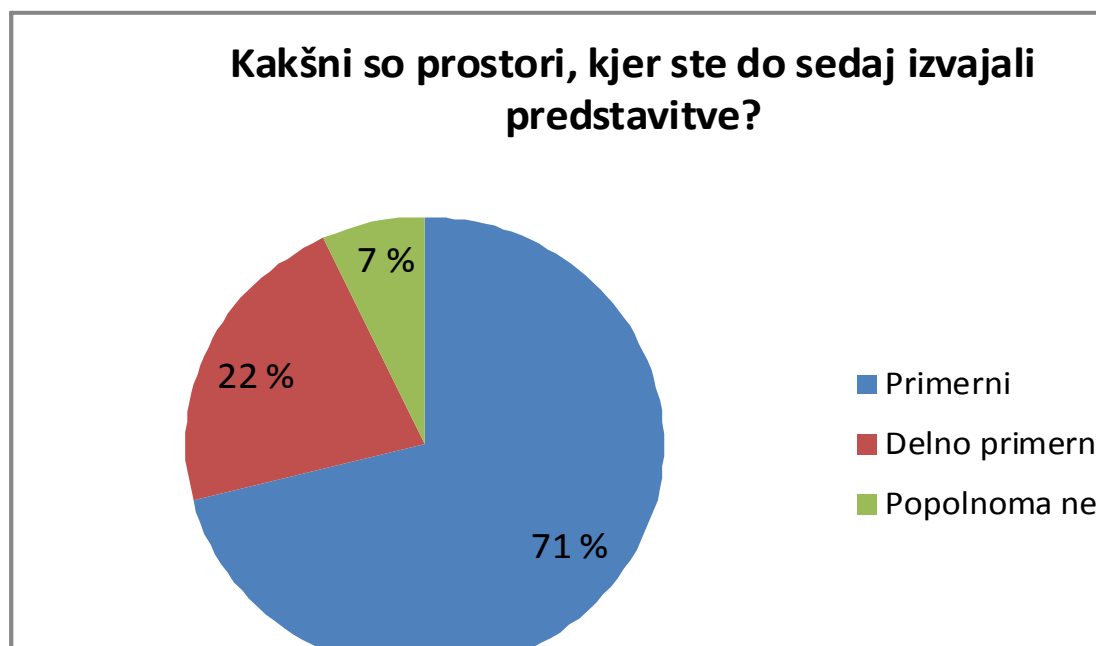
Graf 28: Reakcija ob izgubi rdeče niti

Večina vprašanih 33 (73 %) je odgovorila, da, kadar izgubijo rdečo nit predstavitve, izpustijo, kar so želeli povedati. 4 (9 %) anketiranci obmolknijo in se skušajo spomniti, kaj so želeli povedati, 8 (18 %) vprašanih pa to pove poslušalcem. Še najbolj se strinjamo z anketiranci, ki to povedo poslušalcem – napako je bolje priznati in biti do poslušalcev odkrit.

6.1.18 PROSTORI, KJER STE DO SEDAJ IZVAJALI PREDSTAVITVE, SO PO VAŠEM MNENJU BILI (PROSTORNI, SVETLI, OGREVANI OZ. HLAJENI, IMAJO OPREMO, KI JO POTREBUJEM ZA NASTOP):

Odgovor	Število odgovorov	%
primerni	32	71 %
delno primerni	10	22 %
popolnoma neprimerni	3	7 %
skupaj	45	100 %

Tabela 33: Prostori za izvajanje



Graf 29: Prostori za izvajanje

S tem vprašanjem smo želeli ugotoviti, kakšni so prostori, kjer so vprašani do sedaj izvajali predstavitev. Želeli smo izvedeti, ali so ti prostori svetli, ogrevani oziroma hlajeni, imajo potrebno opremo, ipd. 32 (71 %) vprašanih je odgovorilo, da so prostori primerni, 10 (22 %), da so delno primerni, 3 (7 %) pa, da so popolnoma neprimerni. Ugotovili smo, da so slednje obkrožili tisti anketiranci, ki opravljajo zaposlitev, pri kateri se vsakodnevno srečujejo s predstavitvijo. Na prostor, kjer izvajamo predstavitev, sami velikokrat ne moremo vplivati. Kadar pa lahko, preverimo, ali so v prostoru vsi pripomočki, ki jih bomo potrebovali za izvajanje predstavitve, ali je prostor dovolj svetel, hlajen ipd.

6.1.19 ALI PO KONČANI PREDSTAVITVI PRIPRAVITE VPRAŠALNIK, S KATERIM PREVERITE, ALI STE BILI PRI PREDSTAVITVI USPEŠNI ALI NEUSPEŠNI IN TAKO UGOTOVITE, KAJ PRIHODNJIČ LAHKO POPRAVITE?

Odgovor	Število odgovorov	%
da	16	36 %
ne	29	64 %
skupaj	45	100 %

Tabela 34: Priprava anketnega vprašalnika



Graf 30: Priprava anketnega vprašalnika

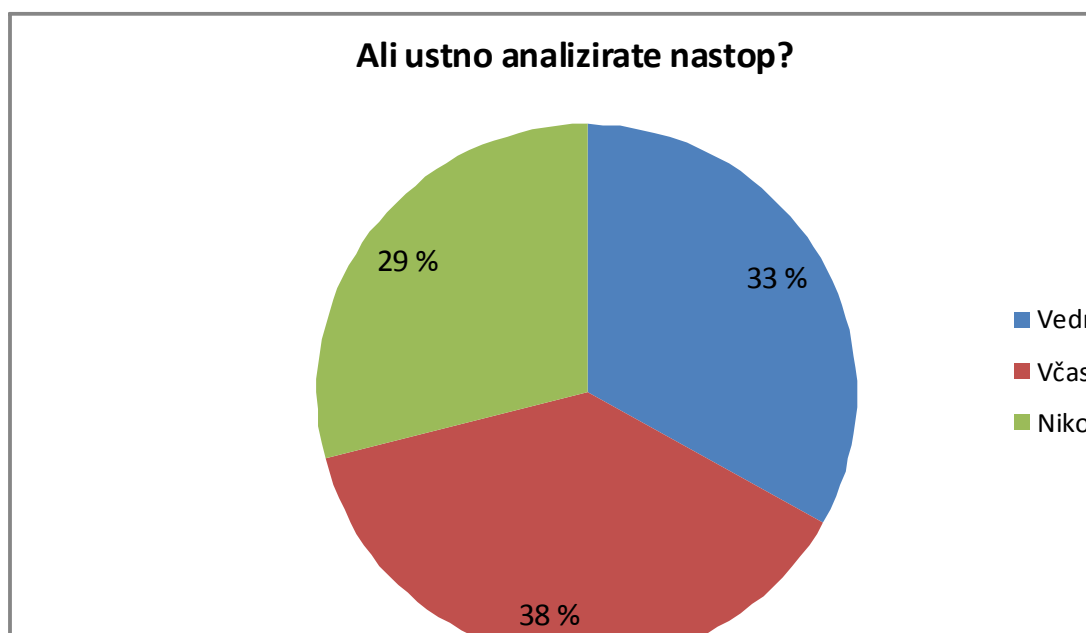
Raziskava je pokazala, da 16 (36 %) vprašanih pripravi vprašalnik, s katerim preveri, kako učinkoviti so bili pri predstavitvi. Večina, to je 29 (64 %) vprašanih, pa vprašalnika ne pripravi. Zelo koristno je, če po predstavitvi razdelimo anonimni vprašalnik, saj tako lahko izvemo, kaj smo delali narobe in to v prihodnje popravimo oziroma odpravimo.

6.1.20 ALI POLEG ANKETNEGA VPRAŠALNIKA USTNO ANALIZIRATE NASTOP? ČE GA ANALIZIRATE, OBKROŽITE ŠE S KOM.

Anketno vprašanje se usmerja izključno na predstavitve, ki jih oseba v procesu pridobivanja izobrazbe izvaja pri različnih predmetih v šoli, pod vodstvom predavateljev oziroma profesorjev.

Odgovor	Število odgovorov	%
vedno	15	33 %
včasih	17	38 %
nikoli	13	29 %
skupaj	45	100 %

Tabela 35: Analiziranje nastopa



Graf 31: Analiziranje nastopa

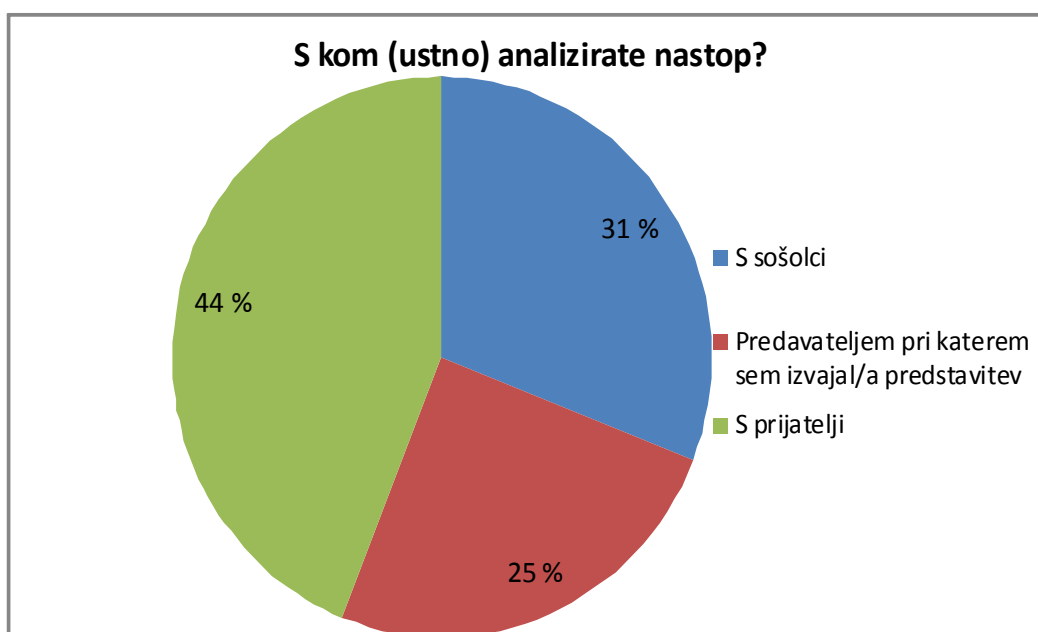
Pri raziskavi smo ugotovili, da 15 (33 %) anketirancev vedno ustno analizira svojo predstavitev, 17 (38 %) anketirancev svojo predstavitev analizira včasih, 13 (29 %) pa nikoli. Če svoje uspešnosti ne preverimo z vprašalnikom, je zelo koristno, da analizo opravimo kar ustno. Le tako bomo izvedeli, kaj smo naredili narobe in to v bodoče lahko popravili. Zapomnimo si, da skoraj nobena predstavitev ne poteka brez napak.

Anketiranci, ki so odgovorili z »vedno« ali »včasih«, so morali izpolniti še podvprašanje »S kom analizirajo svoj nastop«.

ČE NASTOP ANALIZIRATE, OBKROŽITE ŠE, S KOM.

Odgovor	Število odgovorov	%
s sošolci	10	31 %
s predavateljem, pri katerem sem izvajal/a predstavitev	8	25 %
s prijatelji	14	44 %
skupaj	32	100 %

Tabela 36: Analiza nastopa



Graf 32: Analiza nastopa

Anketiranci, ki so morali odgovoriti še na podvprašanje, s kom analizirajo nastop, so odgovorili, da največkrat (14 vprašanih oz 44 %) svoj nastop analizirajo s prijatelji, 10 (31 %) vprašanih analizo opravi s sošolci in le 8 (25 %) s predavateljem, pri katerem so nastop izvajali. Menimo, da je nastop najbolje analizirati s predavateljem, ki nam lahko s svojim strokovnim znanjem pomaga izboljšati prihodnje nastope.

6.2 SKLEP

Velik del diplomske naloge zavzema raziskava, pri kateri smo želeli od študentov izvedeti:

- Kdaj so se prvič srečali s predstavitvijo,
- kolikokrat so sami izvajali predstavitev,
- ali opravljajo zaposlitev, pri kateri se vsakodnevno srečujejo s predstavitvijo,
- kako bi se ocenili kot govornik,
- kako se počutijo, kadar sami vodijo predstavitev,
- kako bi ocenili, da se predhodno pripravijo na predstavitev,
- koliko časa porabijo za pripravo na predstavitev,
- ali imajo pred predstavitvijo tremo,
- kako se znebijo treme,
- v kakšni meri se jim trema poveča, če naletijo na navedene dejavnike,
- oceno, kateri del nebesedne komunikacije se jim zdi najpomembnejši,
- katere pripomočke uporabljajo pri predstavitvi,
- na kakšen način se jim zdi, da oseba, ki predstavlja predstavitev, na poslušalce naredi dober vtis,
- kaj jih pri predstavitvi, kadar jo izvajajo sami, spravi v neugoden položaj,
- kako reagirajo v primeru, da jim je neprijetno, ko predstavljajo predstavitev,
- kaj naredijo, če izgubijo rdečo nit predstavitve,
- kakšni se jim zdijo prostori, kjer so do sedaj izvajali predstavitve,
- ali po končani predstavitvi pripravijo vprašalnik, s katerim preverijo, ali so bili učinkoviti pri predstavitvi in kaj prihodnjic lahko popravijo,
- ali poleg ankete analizirajo svoj nastop.

Nekateri odgovori anketirancev so bili drugačni od naših pričakovanj. Presenetljivo je denimo, da se je kar 8 vprašanih prvič v vlogi vodje predstavitve znašlo šele na višji oziroma visoki šoli. Presenečeni smo tudi nad samokritičnostjo anketirancev – le 2 vprašana sta se namreč opredelila kot dobra govorca. V nekaterih pogledih je samokritičnost za govorca lahko koristna, saj izboljša predstavitev, v drugih pa preveč samokritičnemu govorniku primanjkuje samozavesti, kar pa lahko na poslušalce naredi slab vtis.

Presenetljive so tudi ocene glede določitve cilja in namena predstavitve, saj se je izredno malo anketirancev ocenilo z najvišjo oceno. Zavedati se moramo, da je nujno določiti namen in cilj predstavitve, saj bomo le tako vedeli, kaj sploh želimo predstaviti poslušalcem in kakšen je naš namen predstavitve.

Presenetljivo je tudi spoznanje, da se študentom zdi najpomembnejši del nebesedne komunikacije ton in barva glasu. Pri tem odgovoru smo namreč pričakovali drugačne rezultate.

Zanimivi so odgovori na vprašanje, katere pripomočke vprašani uporabljajo pri predstavitvi. Večina, kar 89 %, jih uporablja prosojnice. Pri nobenem drugem vprašanju se ni tako velika večina odločila za isti odgovor. Menimo, da so odgovori posledica časa, v katerem živimo, saj si le redki izmed nas lahko predstavljajo življenje brez računalnika. Prosojnice na računalniku pa lahko pripravimo v krajšem času, kot če bi za predstavitev izdelovali plakat.

Rezultati tudi kažejo, da imajo določeni ljudje pred predstavitvijo tremo, na kar pa posamezniki težko vplivajo. Ne pozabimo, da je zmerna trema lahko tudi koristna.

7 ZAKLJUČEK

V diplomski nalogi smo prišli do spoznanja, da se malo ljudi zaveda, da sta pri predstavitvi nebesedna in besedna komunikacija enako pomembni. Vsi se zavedamo, kaj je besedna komunikacija – torej tista, pri kateri za sporazumevanje uporabljamo besede. Ne smemo pa pozabiti, da je del besedne komunikacije tudi komunikacija v pisni obliki, kot so pisma, elektronska sporočila, plakati, ipd. Komunikacija, ki se je nasploh premalo zavedamo, pa je nebesedna komunikacija, ki ne poteka v govorjeni ali pisni obliki. Gre za sporočila, ki jih oddajamo z določenim delom telesa ali pa kar s celim (gestika, mimika, proksemika).

Pri pisanje diplomske naloge smo ugotovili, da je za učinkovito in uspešno predstavitev potrebno veliko znanja in izkušenj; ni dovolj, da stopimo pred občinstvo in začnemo govoriti o določeni stvari. Vse skupaj se prične že doma, ko moramo izdelati vsebinski načrt predstavitve, določiti cilje in namen predstavitve, pripraviti gradivo, prosojnice, plakate, ipd., s katerimi bomo popestrili predstavitev. Zavedati se moramo, da dober govorec nikoli ne bi pred občinstvo stopil popolnoma nepripravljen. Ko vse to opravimo, je potrebno predstavitev izvesti. Veliko ljudi pred nastopom zgrabi trema, s katero se moramo soočiti. Seveda pa ne pozabimo, da je zmerna trema koristna ter pripomore k uspešni in učinkoviti predstavitvi.

Dober govorec po javnem nastopu opravi analizo svojega nastopa. Najbolje je, da pripravi vprašalnik, s katerim preveri, kako uspešen in učinkovit je bil pri svoji predstavitvi. Če ga je občinstvo opozorilo na določene napake, jih bo tako v prihodnje lahko popravil in svoj nastop izboljšal. Če govorec ne pripravi anketnega vprašalnika, se s poslušalci lahko ustno posvetuje in tako ugotovi morebitne napake. Ker smo se pri pisanju te diplomske naloge osredotočili na ljudi v procesu pridobivanja izobrazbe, svetujemo, da študentje svoj nastop analizirajo s predavateljem oziroma profesorjem, pri katerem so opravljali nastop. Profesorji so ustrezno izobraženi, da lahko podajo strokovne nasvete o morebitnih izboljšanjih pri nadaljnjih predstavitev. S pomočjo anketnega vprašalnika smo izvedeli tudi, ali posamezniki po končani predstavitvi opravijo analizo svojega nastopa.

S pisanjem tega diplomskega dela smo prišli do ugotovitve, da se uspešni govorniki ne rodijo, pač pa se govorništva priučijo.

LITERATURA

Knjige:

- Carnegie, D. (1985). *Kako se naučiti javno nastopati in govoriti*. Zagreb: Prosvjeta.
- Florjančič, J. (1975). *Komuniciranje v organizaciji*. Ljubljana: Univerzum.
- Florjančič, J. (1985). *Komuniciranje in vodenje sestankov v organizaciji združenega dela*. Kranj: Moderna organizacija.
- Goltnik Urnaut, A. idr. (2003). *Poslovno komuniciranje*. Slovenj Gradec: Tiskarna Grešovnik.
- Kavčič, B. (2005). *Poslovno komuniciranje*. Ljubljana.
- Kneževič A. idr. (2005). *Poslovno komuniciranje*. Maribor: Obzorja.
- Možina, S. (2005). *Poslovno komuniciranje*. Maribor: Obzorja.
- Selič, P. (2007). *Nebesedno sporazumevanje za vsakdanjo rabo*. Ljubljana: Etic d.o.o.
- Šink, J. (2007). *Poslovno komuniciranje*. Kranj: ESIC.
- Števančec, D. (2004). *Poslovno komuniciranje*. Murska Sobota: Ekonomska šola Murske sobote.
- Tavčar, M. (1995). *Uspešno poslovno sporazumevanje*. Maribor: Novi forum.
- Zapiski predavanj iz predmeta *Poslovna komunikacija in vodenje*.

KAZALO TABEL

Tabela 1: Spol anketiranih oseb	17
Tabela 2: Starost anketiranih oseb	18
Tabela 3: Prvo srečanje s predstavitevjo	19
Tabela 4 : Število opravljenih predstavitev	20
Graf 5: Število opravljenih predstavitev	20
Tabela 6: Predstavitve na delovnem mestu	21
Tabela 7: Vloga pri predstavitvi	21
Tabela 8: Ocena govornih sposobnosti	22
Tabela 9: Občutek ob vodenju predstavitve	23
Tabela 10: Določitev ciljev in namenov predstavitve	25
Tabela 11: Priprava opornih točk.....	26
Tabela 12:Izdelava vsebinskega načrta	27
Tabela 13: Poraba časa za pripravo na predstavitev	28
Tabela 14: Trema pri predstavitvi	29
Tabela 15: Načini blaženja treme oz. napetosti.....	30
Tabela 16: Nepripravljenost na nastop	31
Tabela 17: Neprijetno občinstvo	32
Tabela 18: Neizkušenost s predstavitvami.....	33
Tabela 19: Občinstvo ne posluša	34
Tabela 20: Zastavljanje vprašanj občinstva	35
Tabela 21: Pomembnost gibanja v prostoru.....	36
Tabela 22: Pomembnost telesne drža	37
Tabela 23: Pomembnost kretenj rok.....	38
Tabela 24: Pomembnost mimike obraza.....	39
Tabela 25: Pomembnost zunanjega videza	40
Tabela 26: Pomembnost očesnega stika	41
Tabela 27: Pomembnost tona in barve glasu	42
Tabela 28: Pripomočki, ki jih uporabljajo anketiranci pri predstavitvi	43
Tabela 29: Dober vtis na poslušalce.....	44
Tabela 30: Neugoden položaj	45
Tabela 31: Reakcija ob neprijetnem občutku	46
Tabela 32: Izguba rdeče niti	47
Tabela 33: Prostori za izvajanje	48

Tabela 34: Priprava anketnega vprašalnika	50
Tabela 35: Analiziranje nastopa	51
Tabela 36: Analiza nastopa.....	52

KAZALO GRAFOV

Graf 1: Spol anketiranih oseb	17
Graf 2: Starost anketiranih oseb	18
Graf 3: Prvo srečanje s predstavitvijo	19
Graf 4: Predstavitve na delovnem mestu	21
Graf 5: Vloga pri predstavitvi	22
Graf 6: Ocena govornih sposobnosti	23
Graf 7: Občutek ob vodenju predstavitve	24
Graf 8: Priprava opornih točk	26
Graf 9: Izdelava vsebinskega načrta	27
Graf 10: Poraba časa za pripravo na predstavitev	28
Graf 11: Trema pri predstavitvi	29
Graf 12: Načini blaženja treme oz. napetosti	30
Graf 13: Nepripravljenost na nastop	31
Graf 14: Neprijetno občinstvo	32
Graf 15: Neizkušenosť s predstavitvami.....	33
Graf 16: Občinstvo ne posluša	34
Graf 17: Zastavljanje vprašanj občinstva	35
Graf 18: Pomembnost gibanja v prostoru	37
Graf 19: Pomembnost telesne drže	38
Graf 20: Pomembnost kretenj rok.....	39
Graf 21: Pomembnost mimike obraza	40
Graf 22: Zunanji videz	41
Graf 23: Pomembnost očesnega stika	42
Graf 24: Pomembnost tona in barve glasu	43
Graf 25: Pripomočki pri predstavitvi	44
Graf 26: Dober vtis na poslušalce	45
Graf 27: Neugoden položaj	46
Graf 28: Reakcija ob izgubi rdeče niti	48
Graf 29: Prostori za izvajanje	49

Graf 30: Priprava anketnega vprašalnika	50
Graf 31: Analiziranje nastopa	51
Graf 32: Analiza nastopa.....	52

PRILOGA – ANKETNI VPRAŠALNIK

ANKETNI VPRAŠALNIK

Pozdravljeni, sem Urša Štamcar, izredna študentka na Višji strokovni šoli B&B Kranj. Pripravljam diplomsko nalogo z naslovom Priprava na učinkovito in uspešno predstavitev, zato bi vas prosila za sodelovanje v anketi.

Podatki, ki jih bom pridobila s pomočjo te ankete, bodo namenjeni izključno pisanju diplomske naloge. Anketa je anonimna.

Demografski podatki

Spol:

- a) ženski
- b) moški

Starost:

- a) manj kot 30 let
- b) od 30 do 40 let
- c) od 41 do 50 let

1.) Kdaj ste se prvič srečali s predstavitvijo (govorna vaja, predstavitev seminarske, diplomske naloge, ipd.)?

- a.) v osnovni šoli
- b.) v srednji šoli
- c.) v višji oz. visoki šoli
- d.) nikoli še nisem bil/a v vlogi vodje pri predstavitvi ali nastopu

2.) Približno kolikokrat ste sami izvajali predstavitev?

- a.) nikoli
- b.) od enkrat do desetkrat
- c.) od enajstkrat do dvajsetkrat
- d.) več kot dvajsetkrat

3.) Ali opravljate zaposlitev, pri kateri se vsakodnevno srečujete s predstavitvijo?

- a.) da
- b.) ne

Če je odgovor da, obkrožite še, v kakšni vlogi ste:
poslušalec predstavitve / vodja predstavitve.

4.) Kako bi se ocenili kot govornik?

- a.) sem zelo dober govornik oz. zelo dobra govornica
- b.) sem povprečen govornik oz. povprečna govornica
- c.) zelo slab govornik oz. zelo slaba govornica

5.) Kadar sam/a vodim predstavitev:

- a.) uživam
- b.) mi je neprijetno
- c.) ni mi neprijetno

6.) Kako bi ocenili, da se predhodno pripravite na predstavitev, pri čemer je 1 zelo slabo, 5 pa najbolje?

Določim cilj in namen predstavitve.	1	2	3	4	5
Pripravim si oporne točke predstavitve.	1	2	3	4	5
Izdelam natančen vsebinski načrt.	1	2	3	4	5

7.) Koliko časa porabite za pripravo na predstavitev?

- a.) manj kot 1 uro
- b.) od 2 do 3 ure
- c.) več kot 4 ure

8.) Ali imate pred predstavitvijo, kadar ste sami predstavnik, tremo?

- a.) da b.) ne

Če tremo imate, obkrožite, ali je trema zelo močna, zmerna ali šibka.

9.) Če tremo imate, kako se je znebite?

- a.) popijem alkoholno pijačo
- b.) popijem nealkoholno pijačo
- c.) pokadim cigareto
- d.) nekajkrat globoko vdihnem
- e.) drugo: _____

10.) Obkrožite, v kakšni meri se vam poveča trema, če naletite na spodaj navedene dejavnike, pri čemer 1 pomeni najmanj in 5 največ.

nepripravljenost na nastop	1	2	3	4	5
neprijetno občinstvo	1	2	3	4	5
neizkušeni s predstavitvami	1	2	3	4	5
občinstvo me ne posluša	1	2	3	4	5
občinstvo mi zastavlja vprašanja	1	2	3	4	5

11.) Ocenite, kateri del nebesedne komunikacije se vam pri predstavitvi zdi najpomembnejši, pri čemer je 1 najmanj pomembno in 5 najpomembnejše.

gibanje v prostoru	1	2	3	4	5
telesna drža	1	2	3	4	5
kretnje rok	1	2	3	4	5
mimika obraza	1	2	3	4	5
zunanj videz (obleka, frizura, ...)	1	2	3	4	5
očesni stik	1	2	3	4	5
ton in barva glasu	1	2	3	4	5

12.) Katere pripomočke uporabljate pri predstavitvi?

- a.) prosojnice
- b.) tabla
- c.) plakat
- d.) ne uporabljam pripomočkov
- c.) knjige
- d.) drugo: _____

13.) Na kašen način po vašem mnenju oseba, ki predstavlja predstavitev, na poslušalce naredi dober vtis?

- a.) da na predstavitev ne zamudi
- b.) da skuša odgovoriti na vsa zastavljena vprašanja, ki mu jih zastavi skupina ali posameznik
- c.) da med predstavitvijo uporablja vizualne pripomočke
- d.) da predstavitev popestri z lastno izkušnjo na področju, ki ga predstavlja
- e.) drugo: _____

14.) Kaj vas pri predstavitvi, kadar jo izvajate sami, spravi v neugoden položaj?

- a.) da moram stopiti pred občinstvo
- b.) da mi poslušalci ne odgovarjajo na vprašanja, ki jih zastavim
- c.) da me poslušalci sploh ne poslušajo
- e.) drugo: _____

15.) Kako reagirate v primeru, da vam je neprijetno, ko predstavljate predstavitev?

- a.) skrajšam predstavitev
- b.) čim hitreje povem, kar sem imel/a namen povedati
- c.) govorim čim tišje

16.) Kaj storite v primeru, da ste izgubili rdečo nit predstavitve?

- a.) obmolknem in se skušam spomniti, kaj sem želel/a povedati

- b.) to povem poslušalcem
- c.) kar sem mislil/a povedati in se ne spomnim, izpustim in nadaljujem predstavitev

17.) Prostori, kjer ste do sedaj izvajali predstavitve, so po vašem mnenju bili (prostorni, svetli, ogrevani oz. hlajeni, imajo opremo, ki je potrebna za nastop):

- a.) primerni
- b.) delno primerni
- c.) popolnoma neprimerni

18.) Ali po končani predstavitvi pripravite vprašalnik, s katerim preverite, ali ste bili pri predstavitvi uspešni ali neuspešni ter da ugotovite, kaj lahko prihodnjič popravite?

- a.) da b.) ne

19.) Ali ustno analizirate svoj nastop?

- a.) vedno
- b.) včasih
- c.) nikoli

Če ga analizirate, obkrožite še s kom:

- a.) sošolci
- b.) predavateljem, pri katerem sem izvajal/a predstavitev
- c.) s prijatelji