

UNAPREĐENJE EFEKTIVNOSTI IZRADE I IZLAGANJA PREZENTACIJE

IMPROVING THE EFFECTIVENESS OF MAKING AND GIVING PRESENTATIONS

Marija Marković Blagojević, master

Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo Beograd
e-mail: mmarija@gmail.com

Dr Milan Krstić

Visoka škola za poslovnu ekonomiju i preduzetništvo Beograd
e-mail: mykrstic@gmail.com

Mr Srdan Skorup

Visoka poslovna škola strukovnih studija „Prof. dr Radomir Bojković“ Kruševac
e-mail: srdjan.skorup.ss@gmail.com

Sažetak

Ljudi imaju potrebu da, u okviru obavljanja svojih redovnih aktivnosti, drugima saopštavaju rezultate tih aktivnosti. Jedan od načina za to je javna prezentacija, specifičan komunikacioni proces kojim se, primenom određenih audio - vizuelnih efekata, prenose poruke drugim ljudima. Danas se prezentovanje po pravilu obavlja uz pomoć softverske podrške koja se zasniva na PowerPoint prezentacijama. Međutim, sama primena softverske podrške nije garancija uspeha, budući da uspeh prezentovanja zavisi i od drugih elementa u komunikacionom procesu, koji se uspostavlja između prezentera i auditorijuma. Svrha ovog rada je da se prezentacija istraži sa relevantnih aspekata, kako bi se došlo do principa koji omogućava stvaranje kvalitetne PowerPoint prezentacije. U tom smislu, u radu se daju preporuke za uspešnu organizaciju prezentacije sa stanovišta tehnologije,

tipova, pravila uspešnog kreiranja i pripreme za izlaganje. Rezultati istraživanja ovog rada ukazuju da na efektivnost prezentacije, pored kvaliteta dizajna same prezentacije, veliki uticaj ima način njenog izlaganja, od strane prezentera, posebno u pogledu komunikacije, koju on ostvari sa auditorijumom. Dosadašnja iskustva govore da se nedovoljna pažnja kod prezentovanja od strane prezentera poklanjala neverbalnoj komunikaciji. U zaključku rada se ukazuje da je upravo to oblast koja predstavlja širok prostor pogodan za unapređenje efektivnosti prezentacije.

Abstract

While performing their regular activities, people need to communicate with other people about the results of those activities. One way of doing this is a public presentation. It is a specific communication process that transmits messages to other people by using various audio-visual effects. Today, the presentation is typically done

with the support of specific software such as PowerPoint. However, the use of application software is not a guarantee of success, as the success of the presentation also depends on other elements in the communication process established between the presenter and the audience. The purpose of this paper is to explore the relevant aspects of presentation, in order to gain the principles which enable the creation of high-quality Power Point presentations. In this context, the paper makes recommendations for the successful organization of the presentation from the standpoint of technology, types, rules of successful design and preparations for the presentation. The results of this study indicate that, in addition to the quality of the design of the presentation, the effectiveness of the presentation is much influenced by the manner of the presenters, especially in terms of communication they establish with the audience. Past experience suggests that presenters did not pay sufficient attention to nonverbal communication, during the presentation itself. In conclusion, the paper points out that this is an area that represents a wide space convenient for improving the effectiveness of the presentation.

Ključne reči: prezentacija, komunikacija, neverbalna komunikacija, PowerPoint prezentacija

Keywords: presentation, communication, nonverbal communication, PowerPoint presentations

1. Uvod

U zavisnosti od posla kojim se bave, ljudi se pre ili kasnije sreću sa potrebom da javno prezentuju određene rezultate svoga rada. Prezentacija predstavlja univerzalni način koji služi da se prikaže neki zaokružen posao bez obzira na njegovu svrhu.

Prezentacija je audio vizuelni komunikacioni proces kojim presenter¹ prenosi poruke izvesnom auditorijumu².

Sadržaj koji se prezentuje obično je mnogo manji u poređenju sa onim što je predmet prezentovanja, vreme prezentacije je najčešće ograničeno, pa je stoga potrebno da prezentacija bude koncizna i jezgrovita.

Prezentacija ima opšti karakter primene. Koriste je naučni radnici da na efektivan način prikažu rezultate svojih naučnih dostignuća. Koriste je svi akademci, jer se pre ili kasnije, sreću sa potrebom da javno prezentuju određene rezultate sopstvenog ili grupnog rada. To mogu biti seminarski radovi, završni radovi itd. Pedagozi koriste prezentacije u edukativne svrhe, da na pogodan način prenesu svoje znanje ili iskustva određenom auditorijumu. Marketing poslovnih sistema koristi prezentacije da na najbolji način predstavi svoju ponudu korisnicima [1]. Ovim se krug mogućih korisnika prezentacije ne iscrpljuje.

Kraće usmeno izlaganje ili prezentaciju je najteže pripremiti. Jednostavno, ne postoji prostor za grešku. Svaka ideja ili poruka moraju biti odmah shvaćeni od strane ciljnog auditorijuma. A tu se otvara pitanje: *Šta je to kvalitetna prezentacija?*

Odgovor bi mogao da glasi: Kvalitetna prezentacija je ona koju akteri ciljnog auditorijuma razumeju, pamte i nakon realizacije promocije ponesu pozitivne utiske sa sobom.

Iskustva autora, naročito kada se radi o prezentacijama u obrazovanju, ukazuju da akademci, prilikom prezentovanja, obično prave sistemske greške koje se ogledaju u nedovoljnoj pripremi svih relevantnih elemenata prezentacije. Stoga je svrha ovog rada da se prezentacija istraži sa relevantnih aspekata (tehnologije, tipova, pravila uspešnog kreiranja, pripreme za izlaganje), kako bi se došlo do principa, koji omogućavaju stvaranje dobre, kvalitetne prezentacije.

2. Tehnologija u funkciji prezentacije

Bez adekvatne tehnologije, odnosno softverske podrške, gotovo da je nezamislivo prezentovanje. U tu svrhu, danas se najviše

¹ koriste se još i termini izlagač, predavač, prezentator

² koriste se još termini publika, slušaoci, gledaoci

koriste *Microsoft PowerPoint* prezentacije. Na softverskom tržištu *PowerPoint* prezentacija mogu se naći gotovi šabloni za prezentacija različite namene. Pritom, šabloni mogu biti statički, dinamički, animirani, itd. [2]

Softverski programi za podršku izradi prezentacija, kao što je *PowerPoint*, mogu biti efikasni i moćni samo ako se pravilno koriste. Međutim, ako se nepravilno koriste, a što je neretko slučaj, mogu u velikoj meri umanjiti kvalitet, inače dobro osmišljenih prezentacija.

Uobičajene greške koje se javljaju kod primene ove audio-vizuelne tehničke podrške obuhvataju sledeće, i to:

- previše ilustracija ili teksta na slajdu
- previše slajdova
- nedakvatan dizajn prezentacije
- previše audio-vizuelnih elemenata (animacije, prelazi, zvučni efekti) i slično.

Česta greška je stavljanje previše teksta na slajd, čime presenter iscrpljuje svoj auditorijum i radi protiv sebe najmanje na dva načina: Prvo, to je zbunjujuće, a drugo, pojedini akteri auditorijuma (pojedinci) mogu da čitaju mnogo brže nego što presenter može da govori, pa još ukoliko presenter tokom prezentovanja šeta i čita tekst sa slajdova, to će kod slušalaca proizvesti i dosadu.

Svaki slajd treba da ima specifičnu namenu jer stvara snažniji utisak u poređenju sa verbalnim objašnjenjem koje prati slajd.

Tehnologija takođe uvodi još jedan nivo složenosti prezentacije, što neretko izaziva veću uznemirenost sa strane presentera. Umesto da se fokusira na verbalnu komunikaciju sa auditorijumom, presenter se oslanja na tehnologiju.

Prezenter bi stoga trebalo da vizuelne komponente svojih prezentacija dizajniraju što jednostavnije. Izlaganje mogu dopuniti objašnjenjima. Ne bi trebalo da prezentacije postanu jezgro njihovog izlaganja.

Bitni elementi dobre prezentacije se mogu izdvojiti, i to [3]:

- Fizička i emocionalna veza između presentera i auditorijuma
- Rešavanje specifične potrebe i želje auditorijuma
- Suptilna prefinjenost i praktično iskustvo u izlaganju prezentacije
- Dvosmerna komunikacija sa auditorijumom u vidu pitanja, odgovora, priča, šala i praktičnih aktivnosti.

Iz izloženog, nameće se logično pitanje: Kako pravilno iskoristiti tehnologiju i pripremiti prezentaciju? U traganju za odgovorom na dato pitanje došlo se do preporuke koja ukazuje da je neophodno da presenter napravi skraćene beleške prezentacije, a potom pripremi adekvatne odgovore na sledeća pitanja:

- Koje informacije su komplikovane za objašnjenje i predstavljanje?
- Kako pojednostaviti komplikovanu informaciju sa dobrom grafikom?
- Kako i gde može da se „oživi“ prezentacija?
- Kako urediti slajdove da se ne bi doslovce čitao tekst sa njih?

Konačno, iskustvo je pokazalo da su *praksa* i *priprema* prevashodno bitni za kreiranje dobre prezentacije i uspešno izlaganje.

3. Tipovi prezentacija

Prvi korak u pripremi i kreiranju uspešne prezentacije je definisanje svrhe prezentacije. U zavisnosti od svrhe prezentacije, bira se i tip prezentacije. Svaki tip prezentacije zahteva drugačiju organizaciju i tehniku, kako bi je auditorijum razumeo i zapamtio. U daljem tekstu sledi pregled nekoliko uobičajenih tipova prezentacija, i to [4]: *informativna prezentacija; nastavna prezentacija; podsticajna prezentacija; ubedljiva prezentacija; prezentacija za donošenje odluke.*

Informativna prezentacija. Svrha ovog tipa prezentacije jeste da se njom prenesu izvesne informacije o nekom dešavanju, događaju i sl. Poželjno je da informacije

budu kratke jer treba izneti samo činjenice. Poželjno je izbegavati komplikovane informacije. Predlog strukture ove prezentacije je sledeći: vreme, mesto, razlozi i efekti.

Nastavna prezentacija. Svrha ovog tipa prezentacije jeste da se njom izlaže ili daju izvesna uputstva ili zadaci. Nastavna prezentacija duža je u poređenju sa informativnom. Nakon izlaganja, auditorijum treba da poseduje nova znanja ili nove veštine. Predlog strukture ove prezentacije je sledeći: pojašnjenje zašto je informacija ili veština dragocena za auditorijum; pojašnjenje nastavnog programa i ciljeve učenja; pojašnjenje procesa, ako se radi o nečemu u čemu učestvuje auditorijum ili će kasnije koristiti. Auditorijumu treba omogućiti dvosmernu komunikaciju, odnosno pružiti mogućnost da postavlja pitanja, da iznosi mišljenje. Izlaganje/učenje treba povezati sa konkretnim primerima i realnim mogućnostima korišćenja.

Podsticajna prezentacija. Svrha ovog tipa prezentacije jeste da se njom podstakne auditorijum na razmišljanje o određenom problemu ili situaciji. Namera je da se probude emocije kod auditorijuma i intelekt, tako da on počne da posmatra stvari iz ugla prezentera. Preporuka je da se koriste snažne motivacione rečenice kako bi se kod auditorijuma aktivirao entuzijazam. Ovde je od važnosti sledeće: privući pažnju auditorijuma pričom koja ilustruje problem; ukazati na potrebu da se problem reši i to ilustrovati jednim opštim ili uobičajenim primerom; opisati lično zadovoljavajuće rešenje za vezani problem; prikazati primerom poređenje stanja i posledice rešenog i nerešenog problema; pozvati auditorijum na akciju u cilju rešavanja problema; dati auditorijumu jasne, jednostavne i neposredne smernice.

Ubedljiva prezentacija. Svrha ovog tipa prezentacije jeste da se njom ubedi auditorijum da prihvati predlog prezentera. Ova prezentacija nudi rešenje za kontroverze, spor ili problem. Da bi uspela prezentacija, neophodan je logičan pristup,

odnosno iznošenje dovoljno dokaza i emocija da bi se privukao auditorijum da reaguje sa stanovišta prezentera. U ovom slučaju celishodno je napraviti veći uvod jer ubedljiva prezentacija bi trebalo da u uvodu ispuni sledeće: iskoristi pažnju auditorijuma; osvetli problem ili potrebu koja se rešava/zadovoljava predstavljanim proizvodom ili uslugom; „iznurivati“ auditorijum opisujući prednosti rešavanja problema ili potrebe; nametnuti želju auditorijumu da se složi sa prezenterom, opisujući tačno kako će proizvod ili usluga ispuniti njihove realne potrebe; zatvoriti prezentaciju pozivom na akciju.

Prezentacija za donošenje odluke. Svrha ovog tipa prezentacije jeste da pokrene auditorijum na predloženu akciju. Ovom prezentacijom predstavljaju se ideje, predlozi i argumenti dovoljno snažno da ubede auditorijum da sprovede prezenterove zahteve. Njom se mora saopštiti auditorijumu šta treba da radi i kako da to uradi, kao i predočiti šta će se desiti ako se ne ispoštuje ono što se od njih traži. Potrebno je učiniti sledeće: steći pažnju pričom koja ilustruje problem; ukazati na potrebu da se problem reši i ilustrovati ga jednim opštim ili uobičajenim primerom; opisati svoje zadovoljavajuće rešenje za vezani problem; prikazati primerom poređenje stanja i posledice rešenog i nerešenog problema; pozvati auditorijum na akciju da pomogne u rešavanju problema i predstaviti mu način kako da postane deo tog rešenja.

4. Preporuke za kreiranje uspešne prezentacije

Veliku ulogu u dobro realizovanoj *PowerPoint* prezentaciji ima kvalitet izrade pojedinih njenih elementa, i to [5]: sadržaj, struktura slajdova, fontovi, boje, pozadina, grafikoni, pravopis i gramatika, zaključak, štampani materijal, pitanja auditorijuma, kontakt podaci, dužina prezentacije.

Sadržaj. Preporuka je da prvi ili drugi slajd bude sadržaj prezentacije.

Struktura slajdova. Prezentacija je kvalitetna ukoliko:

- je jednostavna za čitanje;
- na svakom slajdu postoji naslov, podebljan, jasan i lak za čitanje;
- se izlaže brzinom od 1-2 slajda po minutu;
- su slajdovi kreirani u formi teza, a ne kao celovite rečenice;
- slajdovi nisu opterećeni sa previše teksta i dugim rečenicama, što je teško za čitanje i što odvlači pažnju auditorijuma sa usmenog izlaganja prezentera;
- se koristi princip „manje je uvek bolje“, odnosno, ako se izbegava previše rečitosti, a koriste samo ključne reči i fraze, dok se sva detaljna objašnjenja saopštavaju verbalno;
- sadrži ne više od pet do šest teza po slajdu i ako jedna teza zauzima maksimalno dva reda;
- pokazuje samo jednu tezu u jednom trenutku (jer se time pomaže auditorijumu da se koncentriše na usmeno izlaganje, sprečava auditorijum da unapred čita tekst, omogućavajući mu da ostane fokusiran na prezentaciju);
- se obrati pažnja da se tekst unutar slajdova nadovezuje i da postoji veza jednog slajda sa drugim;
- se ne koriste animacije koje odvlače pažnju;
- se ne preteruje sa brojem animacija i ako se koristi stalno jedan tip animacije;
- se ne koristi previše slajdova u prezentaciji što zamara auditorijum;
- se naprave efikasna prezentacija u pogledu broja slajdova, a u slučaju potrebe da se još nešto doda, mnogo je bolje to uraditi verbalnim objašnjenjem.

Fontovi. Preporučena veličina fonta za tekst prezentacije je 20-24 pt, ali nikako manji od 18 pt. Poželjno je koristiti različite veličine fontova za naslov, glavne teze i podteze. Najsigurnije je, zbog čitljivosti, koristiti

standardne fontove kao što su *Times New Roman* ili *Arial*. U slučaju da se koristi previše mali font, auditorijum neće biti u stanju da pročita tekst sa slajda. Velika slova su teška za čitanje i treba ih koristiti samo kada je to neophodno. Pritom ne koristiti komplikovane i ukrasne fontove.

Boje. Najbolje je koristiti boju fonta koja je u jasnom kontrastu sa pozadinom, kao što je, na primer, plava na beloj pozadini ili suprotno. Poželjno je koristiti boje koje su logički povezane sa strukturom prezentacije, kao što je, na primer, svetlo plavi naslov i tamno plavi tekst. Preporučuje se da se koriste boje da bi se nešto naglasilo, ali to koristiti samo povremeno. Primena fonta čija boja nije u kontrastu sa pozadinom, čini ga teškim za čitanje. Nije preporučljivo koristiti boje za ukrašavanje jer deluju ometajuće i uznemirujuće. Korišćenje različite boje za svaku tezu je nepotrebno.

Pozadina. Posebnu pažnju treba obratiti na pozadinu slajda. Najbolje je koristiti svetle i jednostavne pozadine. Treba, po mogućnosti, izbegavati pozadine koje su ometajuće, sa previše boja i slika, i koje otežavaju čitanje. Preporuka je da se koristi jedinstvena pozadina kroz celu prezentaciju.

Grafikoni. Korišćenje grafikona i dijagrama može pomoći da se tema bolje objasni i predstavi. Pored toga, primena grafika ili grafikona, osvežava prezentaciju i privlači pažnju auditorijuma. Prednost grafikona je u tome što su grafički podaci razumljiviji i što se lakše pamte u poređenju sa „suvoparnim“ alfa numeričkim znacima. Preporučljivo je da svaki grafikon ima naziv. Pri tome treba voditi računa o veličini fonta na grafikonu i bojama.

Pravopis i gramatika. Uvek pre izlaganja poželjno je proveriti sve slajdove i posebno obratiti pažnju na slovne i gramatičke greške.

Zaključak. Ovde koristiti efektnu i jaku završnu reč jer se auditorijum, u većini slučaja, najčešće seća samo poslednjih reči prezentacije. Zaključak prezentacije uvek treba iskoristiti da se sumiraju glavne teze, kao i da se sugeriše način daljeg postupanja.

Štampani materijal. Poželjno je da prezentaciju prati štampani materijal, koji je celishodno da se podeli auditorijumu pre izlaganja, njime se mogu preneti i dodatne informacije koje nisu prezentovane, pa je stoga dobro da se ovaj materijal pripremi ranije.

Pitanja auditorijuma. Ako postoji mogućnost, na kraju prezentacije treba predvideti vreme za postavljanje pitanja od strane auditorijuma o stvarima koje nisu bila jasna. Najbolji način za to je, da se prezentacija završi slajdom, koji će biti podsticajan za postavljanje pitanja.

Kontakt podaci. Uvek postoji mogućnost da pojedinci ne žele javno da postavljaju pitanja i diskutuju o nejasnim stvarima, tako da je korisno da se na poslednjem slajdu ostavi kontakt adresa (*e-mail*, telefon ili sajt) za slučaj mogućnosti postavljanja pitanja.

Dužina prezentacije. Prema dužini trajanja, prezentacije se mogu se podeliti na duge i kratke:

Kratke prezentacije traju do 15 minuta. Za njih je najbolja brzina prezentovanja jedan minut po slajdu. Pri tome, treba obratiti pažnju da se na objašnjavanju nekog detalja ne izgubi pojam o vremenu. Što manje teksta na slajdovima i što kraće zadržavanje na slajdu. Ovde treba zaokružiti izlaganje kroz uvod, razradu, zaključak.

Duge prezentacije traju više od 15 minuta. Kod ove prezentacije problem je kako zadržati pažnju auditorijuma. To se može ostvariti primenom: multimedijalnih sadržaja, kratkih digresija, kvalitetno odabranih primera, interakcije s auditorijumom. Ovde je potrebno je pratiti reakciju auditorijuma, u cilju da se ni u jednom trenutku ne izgubi interesovanje.

5. Priprema za izlaganje

Na osnovu dosadašnjih preporuka kao i ličnog iskustva autora, kreiranja, izlaganja i slušanja prezentacije, u daljem tekstu daje se nekoliko korisnih saveta [6].

Šta je potrebno uraditi?

Uvežbati tekst pre izlaganja, a najbolje bi bilo probati ili snimiti probu izlaganja.

Iskoristiti neku odgovarajuću ličnu ili humorističku priču kojom bi se otvorila prezentacija.

Poruke koje se nameravaju preneti publici treba staviti kao ključne tačke u prezentaciji.

Ispoštovati uputstva koja su data za kreiranje prezentacije, jer je za efektivno izlaganje jako bitna dobro kreirana prezentacija.

Koristiti kreativne načine predstavljanja informacija, kao što su slike, grafikoni i animacije, jer će to zadržati pažnju auditorijuma, ali u tome ne treba preterivati.

Postaviti logo ustanove na slajdovima, jer tako prezentacija izgleda profesionalnije. Na taj način se gradi poseban odnos auditorijuma sa ustanovom.

Koristiti različito formatiranje i šeme u boji na svakom slajdu.

Šta ne treba raditi?

Izlagati bez bilo kakve pripreme ili beležaka osim ako je to uspešno već rađeno i ranije.

Otpočeti izlaganje prezentacije bez provere da li je zadovoljena dobra čujnost auditorijuma.

Koristiti tehnički jezik, skraćenice ili žargon, osim ako to nije relevantno za auditorijum.

Čitanje iz rukopisa jer to može da zvuči izveštačeno i može da sprečava ostvarenje vizuelnog kontakta (očima) sa auditorijumom.

Staviti sve što se želi reći na slajd i samo to pročitati.

Preopteretiti slajd sa previše grafike ili animacije, poruku treba preneti što jasnije bez zbunjivanja auditorijuma.

Kako unaprediti usmeno izlaganje?

Pored samog kreiranja, ništa manje bitan korak u pripremi izlaganja prezentacije je priprema izlaganja i govor.

Zadatak usmenog izlaganja pred drugima najčešće nije jednostavan. Pojedini izlagači

napuštaju govorničko mesto potpuno obliveni znojem. Međutim, sa malo pripreme, a sledeći u daljem tekstu izložene savete, moguće je lako i bez problema održati prezentaciju.

Za svaki slajd je korisno da se osmisli neka priča, šala, primer ili pitanje, koje treba povezati sa sadržajem prezentacije i koje treba uključiti u deo usmenog izlaganja. To će pomoći da se ilustruje objašnjenje o temi i prezentacija učini zanimljivijom.

Duže uvežbavanje govora i izlaganje prezentacije podstiče samopouzdanje i smanjuje mogućnost nastanka problema.

Prezenter treba da mapira svoj govor ključnim rečima iz slajda, pričom koja se želi ispričati, tabelama, grafikonima, slikama i dr., tako da se vizuelno uvek zna trenutna pozicija u prezentaciji i šta iza toga sledi [7].

Za prezentaciju je korisna mentalna priprema – predstaviti sebe kao uspešnog govornika, koji ponosno, nasmejan, stoji pred auditorijumom i jasno predstavlja sadržaj prezentacije vizuelno (očima) održavajući kontakt sa auditorijumom.

Princip uspeha jeste znati šta se želi, a i verovati u uspeh.

Trema je vrlo česta pojava kod većine govornika. To je normalna i prirodna pojava, čak iiskusni govornici je imaju pre početka izlaganja [8].

Stoga ne treba dozvoliti tremi da savlada prezentera, u tom smislu treba razmišljati pozitivno i uradite sledeće:

- Opustiti svoje telo i um pred prezentaciju izvođenjem vežbi dubokog disanja
- Potencirati poznate teme, o kojoj je prezenter informisan i pripremljen
- Uvod, glavne tačke i zaključak objasniti u samo pet rečenica
- Govoriti razgovetnim glasom
- Pripremiti čašu vode u blizini za slučaj suočavanja sa simptomom „suvih usta“
- Fokusirati se na govor i materiju koja se želi preneti, a ne na auditorijum

- Pronaći prijateljska i ohrabrujuća lica u auditorijumu i održavati vizuelni (očima) kontakt sa njima.

Koje su tehnike preživljavanja ?

Ako se prezenter suoči sa nekim problemom i pored pripreme i vežbanja, ne treba da očajava, rešenje je u tome da jednostavno diše duboko sa kratkim pauzama i zadrži osmeh na licu.

Uobičajeni problemi koji se mogu pojaviti tokom izlaganja, kao i način njihovog prevazilaženja dati su tabeli 1.

Tabela 1. Potencijalni problemi kod prezentovanja i način njihovog prevazilaženja

Problem	Rešenje
Ako vam je ostalo još malo vremena	„Dakle, sada ću vam predstaviti glavne tačke ovog dela....“
Počeli ste da govorite bez smisla	„Možda nisam bio/la dovoljno jasan/a, da preformulišem...“
Previše komplikovano objašnjenje	„Dozvolite mi da preformulišem ono što sam upravo rekao/la...“
Počeli ste da govorite prebrzo	„Hajde da se podsetimo na....“
Zaboravili ste da kažete jednu stvar	„Želeo/la bih samo još da napomenem jednu stvar....“
Rečenica je predugačka	Hajde da se fokusiramo na suštinu rečenice, a to je...“

Jednostavno, prezenter treba da pripremi sebe za slučaj da nešto krene neočekivano. Tu pomaže ako se prethodno uvežbaju rečenice za prevazilaženje nekih problema (Tabela 1) čime će prezenter spremno dočekati novonastalu situaciju i samim tim se ponašati samouvereno [9].

Neverbalna komunikacija

Istraživanja u vezi prezentovanja su pokazala da auditorijum formira svoje mišljenje o kvalitetu prezentera na osnovu verbalne i neverbalne komunikacije. Pritom, zanimljivo je da neverbalna komunikacija ima značajno veće učešće u donošenju ocene. Procentulne vrednosti učešća pojedinih elemenata

ocenjivanja kvaliteta komunikacije prezentera prikazane su tabeli 2.

Tabela 2 Procentulne vrednosti učešća pojedinih elemenata ocenjivanja kvaliteta komunikacije prezentera

Komunikacija		
Elementi	verbalna	neverbalna
Govor tela		55
Boja glasa		38
Govor/ Reči	7	
Suma	7	93

Na osnovu rezultata ocenjivanja prezentera po elementima komunikacije (prikazanih u Tabeli 2) može se zaključiti da 93% percepcije prezentera nije rezultat izgovorene reči, već govora tela i načina predstavljanja materije. Iz navedenog se da zaključiti da su elementi „govora tela“ od velike važnosti i da ih treba pažljivo razmotriti. Stoga se u daljem tekstu razmatraju elementi neverbalne komunikacije u funkciji prezentovanja.

Poželjna neverbalna komunikacija

Kontakt očima. Očima šaljemo jake kognitivne poruke i presenter ne treba nikako da zapostavi tu mogućnost, već naprotiv, maksimalno da je iskoristi. Savet za postizanje bolje komunikacije sa publikom očima je sledeći. Treba podeliti prostoriju vizuelno na 3 – 5 jednakih celina i naizmenično i podjednako im se treba obraćati pogledom.

Izrazi lica. Izraz lica takođe šalje kognitivne poruke i emocije auditorijumu, i time pomaže u verbalnoj komunikaciji ostavljajući utisak da je presenteru stalo do onoga što je izgovorio. Saveti koji će vam pomoći da bolje iskoristite izraze lica u cilju povećanja ubedljivosti prezentera su sledeći:

- Presenter treba da se osmenhne pre nego što počne da govori.
- Presenter treba da deluje prirodno, a ne da deluje mehanički ili melodramatično.
- Presenter treba da misli o tome šta govori i da pokuša prilagoditi izraz lica onome što govori i mimikom da pojača ubedljivost svog govora.

Gestikulacija. Gestikulacijom ruku moguće je naglasiti reči i emocije, ilustrovati verbalne poruke, ili ih čak potpuno zameniti. Saveti koje treba primenjivati su:

- Presenter treba da drži ruke pored tela ili neutralno malo ispred tela, ukoliko ih ne koristi za neku demonstraciju.
- Presenter treba da izbegava da ruke stavlja iza leđa, u džepove, kao i da ih drži ispred. Ruke treba podizati najviše do nivoa grudi. Položaj ruku trebalo bi da prilagodi da odgovara reakciji izgovorenih reči i tako pojača svoju poruku.

Držanje tela. Položaj tela u toku prezentovanja je važan element govora tela, jer pravilno držanje šalje poruku poverenja. Preporuke za postizanje boljeg držanja su sledeći:

- Ispred prezentacije, presenter bi trebalo da sedi ili da stoji uspravno.
- Prilikom hoda to bi trebalo da čini sigurno i dignute glave.
- „Pravilan stav prezentera“ je sledeći: Stopala su 30-45 cm okrenuta ka spolja; težina je ravnomerno raspoređena na obe noge; telo je blago nagnuto prema auditorijumu; ruke su sa strane; i kolena opuštena.

Improvizacija?

Bez obzira koliko je presenter dobro pripremljen za prezentaciju, ponekad se jave problemi. Prema Marfijevom zakonu, „ako nešto može poći naopako, znajte da će se to i desiti“. Ako se to zaista desi, presenter mora biti spreman da improvizuje kako bi spasio prezentaciju. U tom slučaju važno je da presenter zna šta da radi ukoliko se pojave problemi tokom prezentacije. Preporuka je da presenter postupi na sledeći način:

- Ako je moguće, probleme treba ignorisati, za to presenteru ne treba dodatna pažnja auditorijuma.
- Treba da pokuša da što brže reši problem. Ako to, međutim, nije u stanju, treba da nastavi dalje izlaganje.

- Ukoliko dođe do problema, treba da izbegava remećenje toka prezentacije.
- Ako je imao kratak prekid prezentacije zbog problema, treba da podseti publiku na ono što je govorio pre prekida, a zatim nastavi dalje izlaganje.

Po završenoj prezentaciji, u roku ne dužem od 24 sata, prezenter treba da napravi procenu držanja u toku prezentacije. Ako ima ideje o tome kako da poboljša prezentaciju, to treba uraditi odmah, dok su ideje još sveže.

6. Zaključak

U ovom radu je istražena efektivnost izrade i izlaganja prezentacije sa aspekata primenjene tehnologije, tipa prezentacije (informativna, nastavna, podsticajna, ubedljiva, prezentacija za donošenje odluke) kao i načina njene pripreme.

Rezultati istraživanja ukazuju da na efektivnost prezentacije, pored kvaliteta dizajna same prezentacije, utiče i način njenog izlaganja, od strane prezentera.

Na način izlaganja utiče više faktora, od kojih je dobra priprema od strane prezentera dominantan, posebno kada je u pitanju komunikacija sa auditorijumom.

Dosadašnja iskustva govore da se kod pripreme prezentacije obično poklanja nedovoljna pažnja neverbalnoj komunikaciji.

Prethodna istraživanja na ovu temu nedvosmisleno pokazuju da na auditorijum neverbalna komunikacija ostavlja najveći utisak, te stoga ostavlja puno prostora pogodnog za unapređenje efektivnosti prezentacije.

Bibliografija

1. Skorup A., Krstić M., Cogoljević M., Trendovi e-poslovanja u uslužnoj delatnosti, Časopis „Trendovi u poslovanju“, godina I, Broj 1, Sveska 1/2013, ISSN 2334-816X, <http://trendovi.indmanager.org>

2. <http://www.free-power-point-templates.com/> preuzeto sa interneta 15.09.2013. godine
3. <http://www.salesvantage.com/article/559/High-Tech-Presenting-Benefits-and-Challenges> preuzeto sa interneta 29.6.2013. godine
4. <http://www.salesvantage.com/article/560/Types-of-Presentations> preuzeto sa interneta 29.6.2013. godine
5. <http://ezinearticles.com/?How-to-Make-a-Good-PowerPoint-Presentation&id=4313178> preuzeto sa interneta 29.6.2013. godine
6. <http://ezinearticles.com/?What-Can-Make-Or-Break-Your-PowerPoint-Presentation&id=5199780> preuzeto sa interneta 29.6.2013. godine
7. <http://ezinearticles.com/?Tips-to-Prepare-for-a-Work-Presentation&id=4955628> preuzeto sa interneta 29.6.2013. godine
8. <http://www.powerpoint-presentation-power.com/presenting-in-front-of-the-audience-best-practices-and-techniques/preparing-the-presentation.html> preuzeto sa interneta 29.6.2013. godine
1. <http://www.powerpoint-presentation-power.com/presenting-in-front-of-the-audience-best-practices-and-techniques/the-moment-of-truth-how-to-present.html> preuzeto sa interneta 29.6.2013. godine

Istorija rada:

Rad primljen: 18.09.2013.

Prva revizija: 04.10.2013.

Prihvaćen: 04.10.2013.

