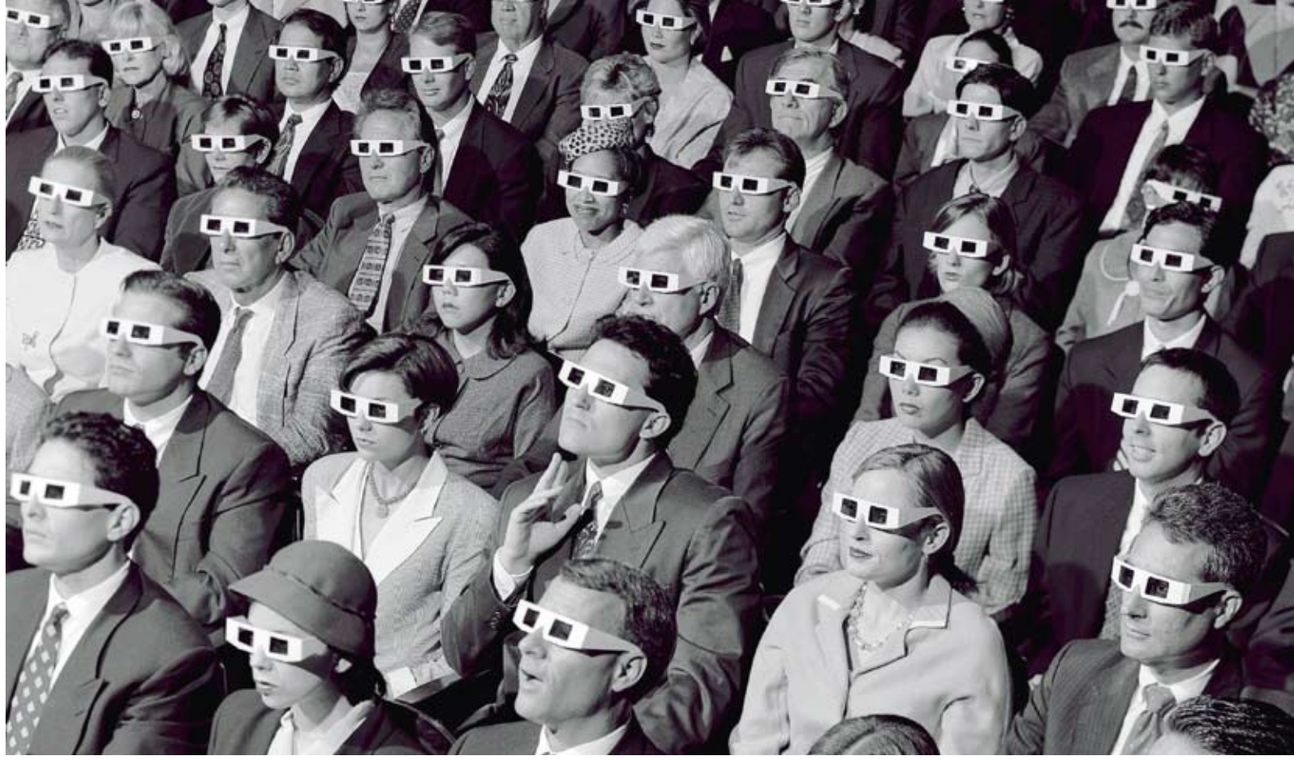


Piše: Jelena Jeremić

Publika u otporu



Sve je spremno: projektor, pointer, flipčart stalak, markeri, hemijske, sveske za učesnike, posluženje - sve je tu. Tu ste i vi i oni- publika. Sve ste uradili po protokolu. Ipak, nešto nedostaje. Oseća se neka lebdeća neprijatnost u prostoriji u kojoj treba da provedete dugih osam sati. Pitate se šta nedostaje? Nedostaje esencija svake prezentacije - POSVEĆENA publika.

Zašto publika nije posvećena?

Prvo pitanje koje možete postaviti sebi pre odlaska na samu prezentaciju jeste koliko je publika zainteresovana za određenu temu. Šta je to što im je interesantno u okviru ove oblasti? Kakvu korist imaju od slušanja ove teme? Koliko će im koristiti i gde će moći da primene sadržaje o kojima slušaju po nekoliko sati (ponekad i nekoliko dana)? Svakako, što je tema publici interesantnija, to je veća verovatnoća da uspete bez mnogo muke. To nije uvek tako, pa je poželjno da pronađete način na koji ćete moći da utičete na povećanje nivoa zainteresovanosti publike.

Možete menjati nekoliko stvari - samu formu prezentacije (bilo da koristite *Prezi, PowerPoint* ili neki drugi program ili vizuelni materijal), ali i sam nastup. Idealno je da na početku smislite šta ćete naglasiti - pomoćna sredstva ili sopstveni nastup ili ćete se igrati sa oba u toku prezentacije u odnosu na ono što je publici potrebno. Važno je imati na umu da i preterana dinamika može uticati na gubljenje fokusa zbog stvaranja konfuzije što dovodi do pada motivacije za praćenjem i uključivanjem učesnika.

Jedan od faktora koji može uticati na pažnju publike je svakako **nivo znanja** o temi prezentacije.

Zapitajte se koliko je osobi koja je imala priliku da sluša istu materiju nekoliko puta interesantno da to ponovo sluša? A šta je sa onima koji su se našli u poziciji učesnika koji prvi put gledaju nešto što im je do tog trenutka predstavljalo nepoznanicu? Složićete se, odgovor nije uvek isti, a imajte na umu da na prezentaciji svaki put imate veći broj učesnika.

Kako da otklonite razlike u predznanju grupe? **Pitajte publiku** koliko im je tema poznata i ako je potrebno vratite se korak unazad kako biste dali dodatna pojašnjenja. Ako vaši učesnici poseduju dosta znanja iz oblasti o kojoj govorite, trudite se da ih uključite i možda stavite u ulogu nekoga ko će Vam biti kolega prezenter, ako je to moguće. Na taj način ćete smanjiti rizik da se pojedini učesnici ne osećaju „isključeno".

Još jedan faktor koji može da utiče na njihovu posvećenost jesu **očekivanja**. Ovo može biti faktor koji često utiče i na samo zadovoljstvo publike. Šta možete uraditi kako biste proverili kakva su očekivanja publike? Evo nekoliko stvari. Jedna od njih jeste slanje pozivnog pisma u kojem možete navesti kratak opis sadržaja, dinamike i logističkih informacija o samom događaju. Na taj način povećavate verovatnoću da učesnici dođu sa realnim očekivanjima i odu zadovoljni po završetku prezentacije. Sigurno će se desiti da, uprkos ovom pripremnom koraku, neko ipak ima drugačija očekivanja. Tada objasnite da bavljenje tom konkretnom temom nije bilo planirano, ali ukoliko se ostali slažu možete izdvojiti malo vremena da prodiskutujete i nju. Ukoliko procenite da to nije potreba i ostalih učesnika, onda imate opciju da se tom temom pozabavite tokom pauze ili po završetku prezentacije,

Jedan od faktora koji može uticati na pažnju publike je svakako nivo znanja o temi prezentacije.

pod uslovom da imate odgovor. Ako ga nemate, onda je potpuno opravdano da kažete da vam tema nije bliska, da trenutno nemate odgovor i da ćete nakon susreta poslati literaturu koja može pomoći ili možete uputiti učesnike na nekoga ko je u većoj meri upoznat sa željenim sadržajem.

Ne treba zaboraviti ni na trenutne **okolnosti**, koje često umeju da uzrokuju pad motivacije. Ako se pojavi otpor, proverite da li postoje dodatni faktori koji umanjuju nivo posvećenosti učesnika, kao što su trenutni obim posla, postojanje nekog poslovnog ili privatnog problema, prinudno učešće ili neupućenost učesnika o samom događaju. Uvažite te situacije, imajte razumevanja za učesnike i dozvolite da budu u „pasivnoj ulozi", uz objašnjenje da oni koji se najviše uključe - najviše mogu i da dobiju. Ako ipak reše da pasivno učestvuju, prihvatite to. Jednostavno, nismo svi svakog dana podjednako spremni za svaku od aktivnosti sa kojima se susrećemo.

Šta još možete da uradite?

Podelite odgovornost. Svima je jasno da je za svaki uspešan odnos potrebno učešće svih strana - u našem slučaju publike i vas. Svima je cilj da nakon prezentacije odete zadovoljni i vi i vaši učesnici.

Bezuslovno prihvatite publiku. Jasno je da postoje velike individualne razlike između vaših učesnika. Nemoguće je da baš u svakoj situaciji svi odreaguju pozitivno na vaš rad, bez obzira na vašu besprekornu pripremu i impozantno iskustvo u držanju prezentacija. Nekada će se desiti da se publici ne dopadnete vi ili vaša prezentacija, uprkos sveobuhvatnoj pripremi. Tada je važno da prihvatite da svako ima prava na svoj izbor i da je u redu čak i da im se ne dopada što su tu gde jesu. Pokušajte da se stavite na njihovo mesto, kako biste ih bolje razumeli i lakše prihvatili njihovo negodovanje.

Budite fleksibilni. Priprema je ključ uspeha, o tome nema spora. Međutim, nekada je potrebno biti dovoljno „otvoren" za sve one situacije koje možda niste prvobitno isplanirali, a mogu da se dese ili su se već desile. Što više praktičnog iskustva budete imali, to će vam biti lakše da se snađete u ovakvim situacijama. Imajte alternativno rešenje kao rezervu. Ukoliko ste skloni improvizaciji, možda je baš to trenutak da stvari preokrenete u svoju korist i uz pomoć publike kreirate idejno rešenje koje će biti svima po volji.

Nemojte odustajati! Jedna prezentacija koja nije ispunila vaša očekivanja ili očekivanja vaše publike ne znači da niste prava osoba za taj posao. Razmislite šta je moglo biti drugačije, setite se situacija kada ste vi sami bili u ulozi učesnika/posmatrača kako biste predupredili potencijalne poteškoće. Na kraju krajeva, setite se da ipak ne možemo uticati na sve što nam se dešava. Treba da utičemo na ono što je u našoj moći. Ono što je van našeg polja delovanja treba da prihvatimo kao takvo. Podsetimo se reči rimskog dramaturga Terencija: **Homo sum, humani nihil a me alienum puto** (Čovek sam: ništa ljudsko nije mi strano).

Kako da otklonite razlike u predznanju grupe? Pitajte publiku koliko im je tema poznata i ako je potrebno vratite se korak unazad kako biste dali dodatna pojašnjenja. Ako vaši učesnici poseduju dosta znanja iz oblasti o kojoj govorite, trudite se da ih uključite i možda stavite u ulogu nekoga ko će Vam biti kolega prezenter, ako je to moguće. Na taj način ćete smanjiti rizik da se pojedini učesnici ne osećaju „isključeno".

Jelena Jeremić
Trener i HR saradanik
H.ART developmentcenter
BLANCHARD InternationalSerbia
jelena.jeremic@hart.rs
www.hart.rs