Prezentado por trejnistoj

ETEY 2016 Pesaro

Trejnontoj: Elisa VOLA, Herve TUNGA

DOKUMENTO POR PARTOPRENONTOJ

1. Enkonduko

Prezentaj kapabloj estas inter la plej gravaj de la moderna mondo. Estas esence grava povi komuniki viajn pensojn kaj ideojn efike, uzante variajn ilojn. Vi devos evoluigi kaj uzi tiun lertecon dum via tuta kariero; ekzemple por dungada intervjuo, kaj ĝenerale kiam vi eklaboras en la vasta mondo. Sed, oni ofte diras ke junuloj ne kapablas kapablonbone komuniki. Tio kompreneble estas plena sensencaĵo – ja simple mankas trejnado kaj praktiko, jen ĉio!

Plej bonajn prezentistojn oni ne naskiĝas. Kompreneble oni povas havi iujn personajn emojn - iuj individuoj estas introvertitaj kaj iuj aliaj estas ekstravertitaj, kio je iu grado povas helpi. La simpla vero estas ke bonaj prezentistoj multege praktikis kaj plejparte de ili estis intensivetrejnitaj por bone prezenti.

Le celoj de la sesio estas:

- Konscii pri via korpa lingvo sur la scenejo por plibonigi mesaĝan liveradon;
- Kompreni kiel plani kaj liveri mesaĝon kiu restos longe en la menso de viaj aŭskultontoj;
- Praktiki viajn prezentajn kapablokjn.
- Lerni kiel akiri utilajn retrokuplojn;

2. Enhavo

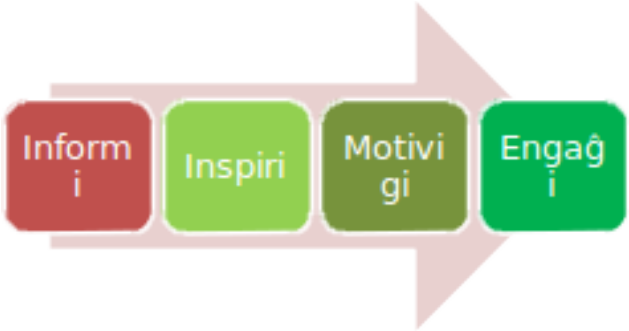
Enkonduko **1**
Enhavo **2**
Intenco **3**
Korpesprimo **4**
kio portas la mesaĝon? 5
voĉo 6
Okula kontakto 7
Gestoj 9
Kio igas vian mesaĝon efika? **10**
Simpla 10
Neatendita 11
Konkreta 11
Kredebla 12
Emocia 12
Rakontoj 13
Resumo 14
Sursceneja prezentado **15**
Majstru surscenejeston 15
Ŝajnigu ĝin senpeneca 16
Surhavu konvenajn vestaĵojn 17
Ne rigardu vian skribitan scenaron 18
Ĝuu 19
Kvin kernaj principoj por prelego sukcesa **20**
Traktu viajn aŭskultantojn kiel reĝo 20
Disvastigu ideojn kaj kortuŝu homojn 20
Helpu ilin vidi kion vi diras 20
Praktiku fasonadon sed ne dekoradon 20
Prizorgu sanajn interrilatojn 20
Teama prelego **21**
Kion legi plue **22**
Referenciloj 22
Interretaj ligiloj 22
Libroj 22

3. Intenco

Povas esti utia mem pripensi je la komenco:: "Kion mi volas krei?" Gravegas ke vi konsciu pri via intenco kaj komuniku ĝin klare. Konversacii kun klar definita intenco poivas permesi atingi rezulton tute alian.

Jen 4 intencoj kutime uzataj ĉe komunikado: informi, inspiri, motivigi kaj partoprenigi.

.



Informi: la senco de la komunikado estas ke la aŭskultantoj akiru novajn, kaj/aŭ aldonajn sciojn. La aŭskultantoj ne nepre respondu aŭ reagu al tiu ĉi informo.
Estas kutima afero kiam vi rigardas televidon aŭ legas gazeton.

Inspiri: espero ke komunikante vi aldone provizos pripensendaĵojn al la aŭskultantoj. La informo dividata estas celita porpensigi, revigi aŭ fantaziigi ilin.
Reklamvideoj strebas instigi klienton aĉetadi varojn kiu povus “manki” en iliaj vivoj.

Motivigi: la celo de la komunikado estas igi homojn fari ion, reagi je la informo donita al ili. La senco estas reagigi homojn kaj igi ilin entrepreni iun agon, kiom ajn etan, esperante eki movadon.

Engaĝi: la celo de la komunikado estas envolviĝi la aŭskultantojn por longa daŭro.. emas ĉefe pli pri engaĝigi en kampanjoj, amaskunveno, aŭ ajna ripetata agado ĝis la celo de la komunikado, estas atingita.

Intencoj povas esti tiuj aŭ ajna miksaĵo de ili, aŭ aliaj.

Konsciĝi pri via **espero** aŭ **celo** estas nepra ĉar tio kuraĝigas kaj helpas krei pozitivan tonon. Ankaŭ povas esti utila deklari kio estas via intenco, klarigi viajn bezonojn, kiun vi volas kaj kiel vi vin sentas, evitante vundi, juĝi aliulojn. Deklarante vian intencon vi ekrespondecas kaj ebligas al via aŭskultantaro respondi laŭe.

4. Korpesprimo

Por plifortigi la influon kaj liveron de via mesaĝo, korpesprimo povas

- emfazi,
- aldoni krominformon,
- anstataŭigi,
- kontraŭi

Se estas nur unu elemento kiun vi devus memorigiu, estas ke vi atentigu ke via korpa esprimado ne distru la ppublikon de la mesaĝo komunikata.

1. kio portas la mesaĝon?

1. Voĉo

Via voĉo enhavas plurajn ecojn denaskajn kaj vi povas lerni kiel uzi ilin ludante per ĝiaj diversaj influfaktoroj: artikulacio, rapideco, laŭteco kaj intonacio.

2. Okula kontakto kaj visaĝaĵ esprimoj

Lasu tiujn senemociajn esprimojn por pokero-ludantoj. Bona parolanto komprenas ke taŭgaj visaĝ esprimoj estas grava parto de efika komunikado. Fakte, vizaĝaj esprimoj ofte aperas kiel la kerno de por interpreti la signifon malantaŭ la mesaĝo. La aŭskultantoj atentas pri la vizaĝo de la parolanto dum la prezento. Kiam vi parolas, via vizaĝo - pli profunde ol iu ajn alia parto de via korpo - komunikas al via aŭskultantaro viajn sintenojn, sentojn kaj emociojn.

3. Gestoj

Gestoj subtenas vian prezenton. Ili helpas teni vian publikon atentema. Uzu viajn manojn por esprimi emociojn kiel entuziasmo kaj pasio, kvankam gravas ne ripetadi ilin tro oftege aŭ troigi. Ili devus esti uzataj harmonie al via personeco kaj aspekti naturajc. Estas akceptebla decidi ne uzi gestojn se oni ne sentas sin konforta, tamen estas perdo de iu uzebla ilo.

2. voĉo

Via voĉo havas jenajn ecojn priskribatajn sube:

- **Laŭteco – estas** kiom fortas la sono. La celo estas ke oni vin povu aŭdi sen ke vi kriu. Ne murmuru aŭ flustru. (Eĉ se vi ne volas ke viaj aŭskultantoj aŭdu la flustron, ili ĝin jes aŭdos.) Ankaŭ ne parolu kiam vi skribas sur la papertabulo.
- **Tono** estas la internaj karakterizaĵoj de sono. (Ekz. Aviadilo havas tute malsaman sonon ol la folioj susurantaj je la vento)
- **Tonalto** priskribas kiel alta aŭ kiom malalta estas la noto (frekvenco).
- **Sonrapido** estas kiom longe sono daŭras. Se vi parolas tro rapide, tio igas la vortojn kaj silabojn mallongaj, dum se vi parolas malrapide, tio plilongigas ilin. Averaĝe oni elparolas 120 vortojn minute. La homa cerbo povas interpreti vortojn ĝis la rapido de 480 vortoj minute.
- **Koloro** estas la riĉeco de voĉo, ekzemple, iuj homoj havas varman voĉon.

1. Konsiloj por uzi vian voĉon

1. Dum prezentado

- Evitu monotonecon.
- Intoncacio: Pli- aŭ malpli-altigu.
- Evitu uzi slangon, mallongigojn aŭ fremdajn vortojn
- Uzu taŭgajn rapidon, paŭzojn (ne en la mezo de frazo), kaj artikulacion.
- Eksilenti dum 10 sekundoj taŭgas, kelkfoje eĉ bonas.
- Al nova penso - nova tonalto - variigu vian tonalton por liveri novan eron de via mesaĝo
- Nepre ne legu – por tio ne ekzistas bona kialo
-

2. Por plibonigi

- Registriĝu vian voĉon al registrilo.
- Ludu ĝin, aŭskutlu ĝin. Provu ĝin priskribi.
- Atentu pri viaj haltigaj vortoj, kiaj "nu, vi scias, ĉu ne?", “do”, "eeeh" kaj "kaj-ojn".
- Faru tri decidojn pro plibonigi.
- Registru vin kaj aŭskultu vin denove.
- Atentu pri via sano kaj tiu de via voĉo! Drinku sufica da akvo dum la nokto antaŭ prelego. Evitu alkoholon, fromaĝon kaj ĉiujn produktojn kun kafeino!

3. Okula kontakto

“Se vi ne planas uzi okulan kontakton en via prezento vi samsukcese povus poŝtsendi vian mesaĝon al la kunveno.”

1. Kial?

Okula kontakto estas la cemento kiu kunligas prezentantojn al iliaj aŭskultantojn. Ĝi estas la plej bona kaj plej facila maniero kontakti viajn aŭskultantojn kaj havi reeĥon de ili dum via prezento. Okula kontakto faras la paroladan situacion ambaŭdirekta komunikada procezo. Dum vi parolas, viaj aŭskultantoj respondas per iliiaj propraj nevortaj mesaĝoj. Uzu viajn okulojn, por serĉi tiun valoran retrokuplon. Ĝi komprenigos al vi ĉu ili interesiĝas, enuas, lacas aŭ bezonas paŭzon.

2. Kiel?

Bona okula kontakto ne temas pri kiom longe vi rigardas al la okuloj de iu alia. Ĝi temas pri “**ponktuacio**” en la senso ke ĝi emfazas, validas iun ideon, frazon aŭ eĉ simplan vorton per la regula ligo kreita de la okuloj.

- Rigardu en la okulojn; se vi ne kuraĝas rigardi en la okulojn rigardu inter la okulojn
- Ne rigardu la plankon, la plafonon aŭ eksteren, ...
- Rigardu ĉiujn:
  - Se via aŭskultantaro estas granda: dividu ĝin en partoj kaj rigardu en la centron de ĉiu parto
  - Ne forgesu la flankojn kiam la partoprenantoj sidas laŭ U-formo !!
- Rigardu sufiĉe longe: ne nur unu sekundon je persono
- Tenu vian okulan kontakton tra tuta via prezentado

- Elektu unu personon komence - amikon, aŭ amikan vizaĝon - kaj uzu lin/ŝin kiel ekpunkto.
- Rigardu pli-malpli dum 5 sekundoj en la okulojn.

3. Kio tion preventas?

- Tro da lumo. Vi staras sursceneje kaj ne atentas ĉu bone videbla por auskultantaro.
- Vi staras tro malproksime de via aŭskultantaro.
- Prospektoj, disdonotaĵoj. Bone pripensu antaŭ ol fordoni ilin dum via prezento.
- "Okuloj serĉantaj distron". Viaj okuloj diras al via publiko ke vi ne interesiĝas pri ili kaj preferus esti aliloken.

4. Kiel fokusigi je la okulkontakto kaj je via prezentado samtempe?

- Estu tre bone preparita. Regu vian materialon. Tio donos al vi konfidon kaj tio aperos en viaj okuloj.
- Praktiku.

5. Kiel regi ies rigardon?

Laŭ esploro, de la informo transdonita al ies cerbo, 87% venas traokule, 9% perorele, kaj 4% tra la aliaj sencoj. Dum vi prezentas aŭ trejnas, se, ekzemple, iu rigardas vian vidhelpilon dum vi parolas, li perceptos nur 9% de via mesaĝo se via mesaĝo ne rekte rilatas al kion li vidas. Se la mesaĝo rilatas al la vidhelpilo, li perceptos nur 25-30% de via mesaĝo se li tiumomente rigardas la vidhelpilon. Por pleje regi aliulajn rigardon, uzu skribilon aŭ montrilon por atentigi pri la vidhelpilo kaj samtempe diri kion oni vidas. Sekve, levu la skribilon/montrilon de la vidhelpilo kaj tenu ĝin inter oniaj kaj viaj okuloj. Tio magnete efikas tiel ke spektantoj levos la kapon por rigardi viajn okulojn, kaj ekde nun oni vidas kaj aŭdas kion vi diras, tiel pleje sukcesante perceptigi vian mesaĝon. Zorgu ke la polmo de via alia mano estu videbla dum vi parolas.

4. Gestoj

Gestoj estas spegulbildoj de la personeco de la prezentanto. Kio bonas por unu parolanto eble ne bonos por iu alia. Jen kelkaj gvidlinioj por helpi vin fariĝi dinamika efika parolanto.

1. *Respondu nature al tio kion vi pensas, sentas kaj vidas* - Ne subpremu vian impulson gesti, aŭ vi verŝajne fariĝos streĉita.
2. *Kreu kondiĉojn por gesti, ne la geston mem* - Kiam vi parolas vi devas esti tute implikita en komunikado – sen pensi pri viaj manoj. Viaj gestoj devas esti motivigitaj de la enhavo de via prezento.
3. *Adaptu la agon al la vorto kaj la okazo* - Via vidaj kaj parolaj mesaĝoj devas funkcii kiel partneroj komunikante la saman penson aŭ senton. Ĉiuj viaj farataj gestoj estu celkonsekvenca kaj respegulu viajn vortojn tiel ke la aŭskultantoj rimarkos la efikon, ne la geston mem.

4. *Faru viajn gestojn konvinkaj* - Viaj gestoj estu viglaj kaj precizaj por ke ili transdonu la celitajn impresojn. Efikaj gestoj estas sufiĉe vigla por konvinki sed samtempe sufiĉe malrapidaj kaj larĝaj por esti klari videblaj sen ke vi aspektu truda.
5. Faru naturecan kaj spontanan gestadon via kutimo – la unua paŝo estas determini kion, se entute ion, vi nun faras. La manoj ofte spegulas la nervumadon de la parolanto. Jen metodo por superi tion:

   - Registru vian prezentaĵon videe aŭ petu amikon rigardi vin
   - Petu retrokuplon nur pri viaj mangestoj.
   - Prenu po du pezajn librojn (vortarojn) en u viaj manoj.
   - Ripetu la prezenton. La gestoj kiujn vi nun vidas estas la realaj. Ĉio cetera estas nur nervumado kaj devas esti forigita.

1. Starmaniero

Prelegojn oni devas realigi starante.

- Staru sen apogi vin sur la tablo aŭ al la muro, ...
- Ne kaŝu vin malantaŭ tablo, papertabula stablo, eĉ evitu uzi pupitron.
- Antaŭ komenci vian prezenton, observu kaj preparu la lokon, kie vi staros. Tenu viajn piedojn sur la planko dum vi sidas. Ekstaru kaj iru al via prelegloko rapide, tio montros konfidon.
- Atentu ke vi ne staru antaŭ la vidindaĵoj por la publiko.
- Vi povas havi 'fortan' pozicion: starante sur unu loko, sen aŭ malmulte movi viajn krurojn. La energio kaj la fokuso estas koncentritaj je la supra parto de la korpo (vizaĝo kaj manoj), nepre uzu ilin konvene.
- Vi povas 'libere moviĝi' tien reen senpene. Atentu ke vi ne moviĝu troe kaj moviĝu konvene (sen movoj supren-malsupren aŭ turniĝoj, ...)

2. Korpa sinteno kaj pozicio

- Turnu vin al la aŭskultantoj. Ĉiam alvizaĝu ilin.
- Ne parolu skribante sur la papertabulo. Provu skribi sur ĝi dum vi staras flanke de ĝi. Vi povas peti iun alian skribi sur la papertabulo se necesas.
- Ne krucu viajn manojn kaj brakojn. La krucitaj brakoj aŭ manoj signifas fermecon, la nekrucitaj brakoj montras malfermecon kaj konfidon.

3. Movoj

Neniam movu senkiale.
Movante vian korpon per regata kaj klarcela maniero kreas tri avantaĝojn:

1. Subtenas kaj plifortigas kion vi diras
2. Allogas la atenton de la aŭskultantoj
3. Forbruligas la nervan energion kaj mildigas fizikan streĉon

La okulojn neeviteble altiras moviĝantaj objektoj, tial ajna korpa movado farata de vi dum la parolado invitas atenton. Tro multa movado, eĉ konvena, povas ekdistri la aŭskultantojn. Konsideru la sekvajn tipojn de korpa movado:

- Paŝo antaŭen dum la parolado signifas ke vi alvenas gravan punkton
- Paŝo malantaŭen indikas ke vi konkludis la ideon kaj volas ke la publiko iomete malstreĉiĝu
- Movado flanken implicas transiran agon; indikante ke vi lasas iun penson kaj ekdiskutas pri io alia.

La fina kialo por korpa movado estas la plej facila: simple moviĝi de unu loko al alia. En preskaŭ ĉiu parola situacio vi devas iri de la loko de kie vi alparolas vian publikon al via rekvizito (pupitro), precipe se vi uzas vidhelpilojn. Ĉiam ŝanĝu vian poziciojn ekmoviĝante per la piedo plej proksima al via celo.

Uzu tri poziciojn kun vidhelpiloj. Via "hejma" pozicio estas je la fronto kaj centro. La aliaj du pozicioj devus esti relative proksime de la "hejma" pozicio. Vi povas movi vin dekstren de la pupitro kaj poste maldekstren. Uzado kaj variigado de tiuj tri pozicioj evitigos vin preferi unu flankon de la aŭskultantoj. Se vi parolas sursceneje, tiuj tri pozicioj nomiĝas fronta centro, scenejo maldekstra kaj scenejo dekstra. Neniam staru antaŭ ajna vidhelpilo.

Memoru:

- Movado kaj ŝanĝado de lokoj subtenas la atenton.
- Ne ekmarŝadu tien-reen sen neceso.
- Via paŝado montru vian konfidon.
- Trovu la ĝustan lokon. Ne tro malrapidu kaj ne tro rapidu.
- Uzu viajn brakojn kaj manojn; neniam lasu ilin en viaj poŝoj.
- Subtenu vian parolon per viaj brakoj kaj manoj: montru entuziasmon, subtenu la vortojn sed klopodu ne uzi kontraŭdirajn signojn (ekz-e dirante 'alta' sed montrante 'malalta').

5. Kio igas vian mesaĝon efika?

Kion ajn estu via mesaĝon, disdonita per simpla parolado per vera prelego, estas tre grava havi fortan pripensado de via materialo. Vi povus havi iun bonegan informon por via prezento, tamen ju pli longe kaj pli da informo vi disdonas al via publiko; des pli facile oni povas forgesi kernan informon komence provizita.
Tamen, ŝajne kelkaj mesaĝoj resonas daŭre dum plejparto laŭgrade malaperas.

Kio igas iujn aŭskultatajn rakontojn daŭri en via menso? Kial iuj ideoj ŝajnas pli memorindaj kaj aliaj tute forgesindaj?

En siaj diversaj esploroj, la fratoj Heath [hiːθ] trovis kaj simple klarigis kio retenas ideojn "gluece" kaj identigis 6 ŝlosilajn principojn klarigante tiun efikon: *simpla, neatendita, konkreta, kredinda, emocia* kaj *rakontoj*.
Ni malkovros ilin kaj montros kiel uzi ilin kreante nian prezentotajn mesaĝojn.

1. Simpla

Se ĉio gravas, tiam nenio gravas. Se ĉio estas prioritata, tiam nenio estas prioritata. Vi devas esti senkompata en viaj klopodoj simpligi, certe ne stultige, vian mesaĝon al ties absoluta **kerno**. Trovu la unununran plej gravan eron kaj dividu ĝin.

Ĉiu ideo redukteblas al ties nuda esenca senco, se vi sufiĉe klopodos. Por via prezento, kio estas la ŝlosila punkto? Kio estas la kerno? Kial ĝi gravas aŭ gravu?

2. Neatendita

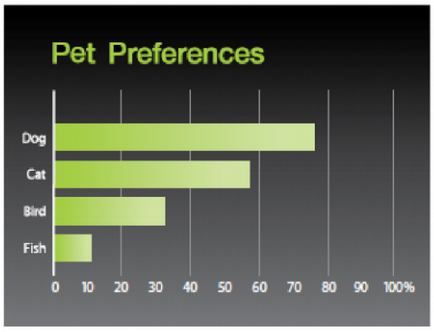
Surprizu homojn! Surprizo interesos ĉiujn. Sed por reteni la intereson, vi devas stimuli **scivolemon**. La plej bona rimedo fari tion estas demandadi aŭ malfermi truojn en scio de la publiko kaj poste plenigi tiujn truojn.

Kaj poste tenu la atenton... Konsciigu la publikon, **levu ĝian intereson** kaj igu ĝin pensi ke ili havas truon en ĝia scio kaj poste plenigu tiun breĉon per respondoj al la enigmo (aŭ gvidu ĝin al la respondoj). Prenu la homojn al vojaĝo.

3. Konkreta

Parolu naturece kaj donu realajn ekzemplojn kun realaj aĵoj, ne abstraktaĵoj. Parolu pri konkretaj bildoj, ne pri malprecizaj nocioj. Estante praktika, helpu homojn kompreni kaj memori.

Proverboj estas bonaj por redukti abstraktajn konceptojn al konkreta, simpla, sed potenca kaj memorinda lingvaĵo. Ekzemple, la esprimo "mortigi du birdojn per unu ŝtono" estas pli konkreta ol se vi diros ion similan al "ni laboru por plejaltigi nian produktadon tra tra multaj plibonigajoj, ktp" Kaj kion vi pensas pri la frazo "... iri al la Luno kaj reen" de JFK [John F. Kennedy] (kaj de Ralph Kramden antaŭ li)? Jen, tute konkreta afero e. Oni jam povas mense bildigi tion.



The left slide is effective at communicating the conclusion of the data. The slide on the right shows a comparison of the data.

4. Kredebla

Via prezento **kredigu** kaj **konsentigu** viajn aŭskultantojn pri via mesaĝo.

Se vi estas fama en via kampo, vi eble havas **fontan kredindeco** (sed nun eĉ tio ne oferas tiom kiom ĝi kutimis pasintecen).

Dum via prezento vi povas uzi **konvinkatajn detalojn**, prezenti situaciojn kiujn ajnulo povus alfronti kaj superi uzante vian mesaĝon, tio estas **testeblajn argumentojn** (la publikero mem povas tra sia propra sperto aŭ pensado validi la argumenton) .

Se vi devos uzi **statistikojn**, faru ilin **atingeblaj kaj praktika**j. Plejofte, ili apogas la mesaĝon, sed mem ne estas la mesaĝo.

5. Emocia

Homoj estas emociaj estaĵoj. Ne sufiĉas tiri ilin tra listo de priparolataĵaj punktoj kaj informoj sur viaj diapozitivoj – vi devas **ilin igi senti** ion. Via mesaĝo **igu publikon malindiferenta**. Vi povas uzi la povon de asociigo de konceptoj por konstrui vian mesaĝon pli klare laŭ la maniero viaj aŭskultantoj perceptas la mondon.

Per alvoki al individua specifa intereso pri si mem aŭ pri grupa identeco, vi povas **igi la publikon aliĝi** al via mesaĝo kaj agi laŭe.

6. Rakontoj

Ni rakontas rakontojntuttage. Tiel homoj ĉiam intekomunikiĝis. Ni rakontas ion per niaj vortoj kaj eĉ per niaj artoj kaj muzikoj. Ni esprimas nin tra la rakontoj kiujn ni interhavas. Ni instruas, ni lernas, kaj ni kreskas tra rakontoj.

Rakontoj atingas nian **atenton** kaj estas pli facile **memorigebla** ol listoj de reguloj. Homoj amas [filmojn] Holivudon, Bolivudon: multnombrajn filmojn kaj televidajn seriojn. Homoj vivas tra “rakontoj”.

Via prezento devas **pensigi kaj/aŭ engaĝigi** homojn. Rakontoj estas inspiro kaj simulado de stiuacio en kiuj oni engaĝigas; vi devas provizi al la publiko videblajn pensajn bildojn parolante pri kiel imagaj roluloj agas pro diversaj motivoj. .. Vi povas fari ke tiu rakonto estu alvoko al viaj aŭkultantoj provizante al ili la energion por agi.

7. Resumo

Kiam vi preparas la enhavon de via mesaĝo, prefere uzu tion kio tenos en menso... kaj igu viajn aŭskultantojn:

- Atenti (Neatendite)

- Kompreni kaj memori (Konkrete)
- Kredi kaj konsenti (kredeble)
- Malindiferenti (Emocie)
- Agi (Rakonte)

Simpleco helpas ĉe multaj etapoj kaj, plej grave, ĝi sufloras al vi kion diri.

6. Sursceneja prezentado

Ni jam parolis pri kiel krei kaj subteni la rakonton per vortoj, prezentada fluo kaj vidhelpiloj. Finfine ni vidos kiel rafini la prezentaĵon por krei emocian konatakton kun la aŭskultantoj. Ĉi-tiu lasta paŝo estas esenca por ĉiu kiu volas paroladi, paŝadi kaj aspekti kiel gvidanto.

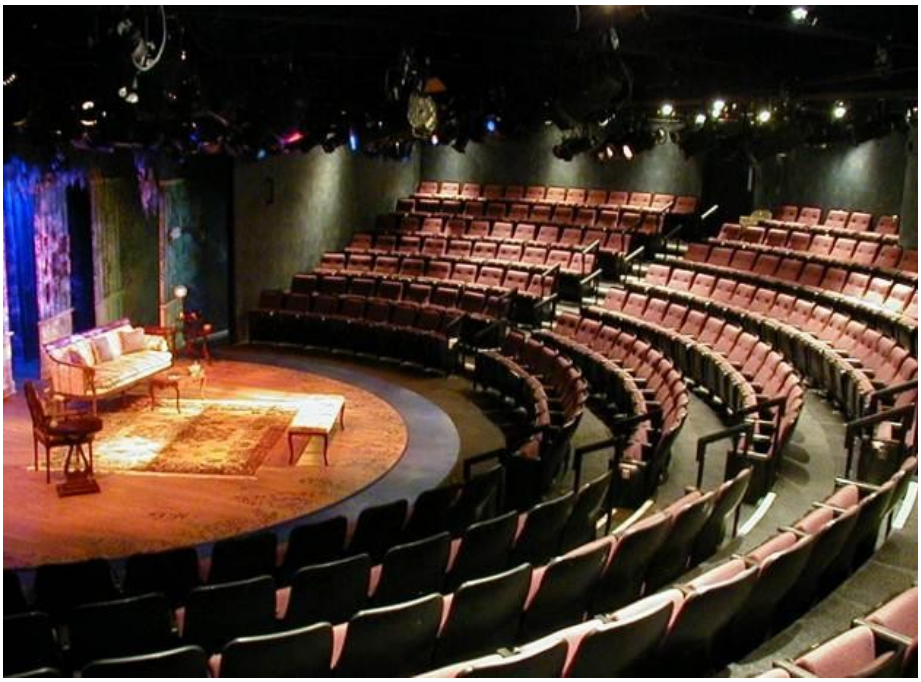
1. Majstru surscenejeston

Kiel vi montras ke io estas tiom grava kiel vi diras, aŭ eĉ pli. La korpa esprimado kaj parola livero respondecas pri de 63 % ĝis 90 % de la impreso farita al viaj aŭskultantoj, depende de kiun studon vi citas.

Atentu je via korpa esprimado. Daŭre tenu la okulan kontakton, staru malfermite, kaj uzu mangestojn kiam konvenas. Ne timu uzi viajn manojn. Laŭ esploroj, gestoj spegulas kompleksan pensadon kaj donas al la aŭskultantoj konfidon en la parolanto.

Variigu vian voĉan liveron aldonante tonŝanĝon al via voĉo, pliigante aŭ malpliigante vian laŭtecon, ankaŭ rapidigon kaj malrapidigon de via parolado. Krome, spirigu vian enhavon. Paŭzu. Nenio estas tiel drameca kiel bone metita paŭzo.

Registru vin mem. Re-spektu vian korpan esprimadon kaj aŭskultu vian voĉonn. Rigardi vin mem videe estas la plej bona maniero por plibonigi vian prezentajn kapablojn.



2. Ŝajnigu ĝin senpeneca

Ne multaj parolontoj provekzercas sin pli ol Steve JOBS [stiv dʒabz]. Lia prepartempo estas legendeca inter tiuj homoj kiuj estis plej proksimaj al li. Esploristoj eltrovis ke necesas proksimume 10,000 horoj de praktiko por atingi majstrecon en ajna lerteco.

Praktiku, praktiku, kaj praktiku eĉ pli. Nenion akceptu senpene kiel memkompreneblan. Reviziu ĉiun diapozitivon, ĉiun demonstrotaĵon, kaj ĉiun ŝlosilan mesaĝon. Vi devass scii precizege kion vi estas dironta, kiam vi estas tion dironta kaj kiel.

Registru vian prezentaĵon. Elspezi ducenton da eŭroj por aĉeti filmilon kaj registru vin. Vi ne bezonas nepre registri la tutan prezentaĵon. La unuaj kvin minutoj sufiĉos por doni al vi multe da informo. Serĉu kio el via korpa esprimado aŭ voĉaj stumbloj aŭ sensencaj plenigaĵoj malatentigas. Kiam eblas, rerigardu la videon kun iu alia.

Uzu la sitelan metodon por prepari por rektaj malfacilaj demandoj:

1. **Identigu la plej kutimajn demandojn probable farotajn**. [Usona prezidenta kandidatino Hillary] CLINTON atendis demandon pri internaciaj fondaĵoj de sia edzo [Bill] kaj listo de ties donacintoj. Kritikistoj vaste diskonigis la aferon dirante ke ŝia nomumo kreus konflikton de interesoj. Ŝi ankaŭ sciis ke ĉiu el la mondaj konfliktaj punktoj tiutempe estos nepre pridemandotaj: Gazao, Irano, Irako, Pakistano kaj aliaj. Je alia situacio, por iu estro pri aŭto-produktado, la plej kutima demando estus io simila al "Kiel vi atendas vendi aŭtojn en tiu-ĉi ekonomio?" Aŭ, "Ĉu la jaro 2009 nur plimalboniĝos por la aŭtomobila industrio?"

2. **Metu la demandoj en "sitelojn"** aŭ kategoriojn. En unu sitelo, povus esti nur unu demando, kiel en la kazo de la CLINTON-Fondaĵo, aŭ povus esti pluraj, kiel kaze de aŭto-produktistoj kaj la ekonomio. La senco estas redukti la kvanton da demandoj pri kiuj vi devas vin prepari. Estas vere strange, sed laŭ mia sperto de trejni milojn da parolantoj, plimultaj demandoj falos en ĉirkaŭ sep kategoriojn.

3. **Kreu la plej bonan respondon kiun vi havas por la kategorio**. Kaj tio estas kritika – la respondo devas esti racia kaj komprenebla ne gravas kiel la demando estas vortumita. Vi devas eviti ke oni tiru vin en detalan pridiskuton surbaze de la vortumo de la demando. Ekzemple, jen kiel [Hillary] CLINTON respondis pri la klopodoj de sia edzo pri kolektado de mono: "Mi estas tre fiera esti nomumita de la elektita prezidento [Barack OBAMA] kandidato por ŝtatsekretario, kaj mi estas ankaŭ tre fiera pri tio kion atingis pene kaj kunfare mia edzo kaj la Clinton-Fondaĵo" [12 -?]. Ŝi dirintus precize la samon, ne gravas kia maniere demandintus Respublikanaj senatanoj al ŝi.

4. **Aŭskultu atente la demandon, kaj identigu ŝlosilan vorton**, butonan vorton, kiu helpos vin izoli la ĝustan sitelon el kiu vi eltiros vian respondon.

5. **Rigardu rekte en la okulojn de la demandinto kaj respondu kun certeco.**

Vi trovos ke plejmultaj demandoj falos en limigitan kvanton da kategorioj.

3. Surhavu konvenajn vestaĵojn

Steve Jobs havas [-is] la plej facilan vestaĵselekton en la mondo: ĝi estas [-is] la sama por ĉiuj liaj prezentadoj. Lia vestaĵ stilo estas tiom bone konata, ke eĉ [la televida kartunserio] "Simpson" pikis lin per bonanima moko. Jen kial tio estas enordo por li, kvankam tio povus signifi karieran sinmortigon se ni sekvus senatenti lian ekzemplon.

Vestu vin kiel la gvidanto, kiu vi volas iĝi, ne laŭ la pozicio kiun vi nun havas. Grandaj gvidantoj vestiĝas iomete pli bone ol ĉiuj aliaj en la ĉambro. Memoru, kiam Jobs serĉis financadon ĉe banko, li vestis sin per multekostan kostumon.

Grandaj gvidantoj vestas sin iomete pli bone ol ĉiuj aliaj, per vestaĵoj kiuj estas taŭgaj por la kulturo de la publiko.

4. Ne rigardu vian skribitan scenaron

Plej bonaj prezentistoj parolas al la publiko, ne al siaj diapozitivoj. Ili faras fortan okulan kontakton ĉar ili sin trejnadis efike. Ni vidos kiel praktiki la ĝustan manieron por ke ankaŭ vi povu ne plu rigardi vian skribitan scenaron.

Ne legu el viaj notoj krom se vi estas en specialaj cirkonstancoj en kiuj vi devas sekvi “paŝo post paŝo” procezo, kiel ekzemple dum demonstro.

Se vi ja devas legi el viaj notoj, kreu ne pli ol tri aŭ kvar grandtiparajn bulmarkojn sur unu notkarteto aŭ paperfolio. Krei unu notkarteton por unu diapozitivo. Se vi uzas notojn de parolanto en prezentaj komputilaj programoj *Keynote* aŭ *PowerPoint*, faru ne pli ol tri aŭ kvar bulmarkojn. Unu estas eĉ pli bona.

Uzu la vidhelpilojn sur via diapozitivoj por atentigi vin por ke vi liveru nur unu ŝlosilan temon – unu ĉefa mesaĝo – por unu diapozitivo.Memoru"unu temo por unu diapozitivo.".

Eminentaj aktoroj provludas dum monatoj antaŭ la unua spektaklo. La spektantaro forlasus la spektaklon se la aktoro aperus surscenеje kun la skribita scenaro enmane. Ni anticipas ke aktoroj parolu naturece, ne tiel ke ili simple parkerigis la liniojn de la teksto, kvankam ili ekzakte tion faris. Viaj aŭskultantoj anticipas la samon. Sube vidu 5 paŝojn kiuj helpos vin ne plu zorgi pri via scenaro skribita por via prezentaĵo.

1. **Skribu vian scenaron per plenaj frazoj en la sekcio "notoj" de *PowerPoint*.** Ne estas la tempo por tro klopodi poluri la tekston. Simple skribu viajn pensojn en kompletaj frazoj. Nepre klopodu tamen teni viajn ideojn ene de ne pli ol kvar aŭ kvin frazoj.
2. **Emfazu aŭ substreku la ŝlosilvorton el ĉiuj frazoj, kaj ripetadu vian prezentaĵon**. Trarigardu vian scenaron sen zorgi ke vi stumblos aŭ ion forgesos. Ekrigardu la ŝlosilajn vortojn por stimuli vian memoron.

3. **Forigusuperfluajn vortojn el via scenaraj frazoj, lasante nur la ŝlosilajn vortojn**. Denove prove ekzercu vian prezentaĵon, ĉi foje uzante nur la kernajn vortojn kiel memorigilojn.

4. **Memorigu *la* ŝlosilan ideon por la respektivaj diapozitivoj**. Demandu vin mem, "Kio estas kion mi volas ke miaj aŭskultantoj memoru de tiu-ĉi diapozitivo?" La grafikaĵoj de la diapozitivo kompletigu *la* temon. En tiu kazo, la vidhelpilo iĝas via memorigilo. Ekzemple, kiam Jobs parolis pri *Intel Core 2 Duo* kiel la norma procesoro enmunita en la komputilon *MacBook Air*, lia diapozitivo montris nur fotaĵon de la procesoro. La “sola afero” kion li volis ke liaj aŭskultantoj sciu estis ke [lia kompanio] *Apple* konstruis ege maldikan komputilon sen ajnaj malgajnoj funkciaj.

5. **Praktiku la tutan prezentaĵon sen rigardi en viajn notojn, simple uzante la diapozitivojn kiel via atentigilo**. Kiam vi superos tiujn kvin paŝojn, vi provekzercis vin pri ĉiu diapozitivoj kvarfoje, kio estas pli da tempo ol la averaĝa parolonto praktikas por prelego.

5. Ĝuu

Malgraŭ la klopoda preparado al prilaborita prezentaĵo, okazas ke ne ĉiam ĉio iras laŭplane.. Tamen ne lasu neatenditaĵo surprize malagrabligi al vi la momenton, ĉar grava elemento de la ekzercado estas iom ĝui!

Traktu viajn prelegojn kiel "informadi amuzante." Viaj aŭskultantoj volas kleriĝi kaj amuziĝi. La vero estas ke vi ne aperos kiel klaŭno kvankam vi iom amuziĝas. Iom da spektako ne malbonas.

Neniam pardonpetu. Ne multe vi gajnos se vi atentigos pri problemo. Se via prezentado renkontas teknikajn malfacilaĵojn, agnosku tion, ridetu kaj simple daŭrigu. Se la problemon klare vidis neniu krom vi, ne atentigu pri ĝi entute.

Ŝanĝu viajn kriteriojn. Kiam io ne iras ĝuste kiel planite, tio estus "eraro", nur se vi permesus al ĝi fuŝigi la ceteron de via prelego. Konservu la pli grandan planadon en via menso, ĝuu, kaj la malgravaĵoj mem falu de via dorso.

7. Kvin kernaj principoj por prelego sukcesa

1. Traktu viajn aŭskultantojn kiel reĝo

Ili ne venis al via prezentaĵo por vidi vin. Ili venis por eltrovi kion vi povas fari por ili. Sukceso signifas doni al ili kialon por ke ili elspezu ilian tempon, doni al ili enhavon kiu resonu, kaj certigi ilin ke kion ili devas fari estas klara.

2. Disvastigu ideojn kaj kortuŝu homojn

Krei grandiozajn ideojn – jen por kio ni naskiĝis; voligi la homojn havi intereson pri tio kion ni kredas esti la malfacila parto.
Komuniku viajn ideojn per forta videbla metodo por aktivigi ĉiujn oniajn sensojn kaj oni pli facile adoptos la ideojn kiel siajn proprajn.

3. Helpu ilin vidi kion vi diras

Revelacioj kaj profunde kortuŝaj spertoj venas el momentoj de klareco. Pensu kvazaŭ vi estus konstrukciisto kaj gvidu viajn aŭskultantojn tra ideoj en maniero kiu helpas komprenemon, ne uzante malkompreneblaj vortoj, konceptoj. Alvoku ne nur al la parolaj sensoj, sed ankaŭ al la vidaj sensoj.

4. Praktiku fasonadon sed ne dekoradon

Aranĝi kaj gvidi la estetikan aspekton tra bone konataj sed ofte neglektataj konstrupraktikoj ofte transformas la aŭskultantojn en evangeliistojn. Ne nur kreu belajn temojn priparolendajn. Anstataŭe, montru la informon tiel ke la kompleksaj informoj iĝu klaraj.

5. Prizorgu sanajn interrilatojn

Signifoplena interrilato inter vi, viaj diapozitivoj kaj viaj aŭskultantoj konektos la publikon al la enhavo. Prezentu la informon kiel eble plej bone por kompreni anstataŭ koncentriĝi je alogaj videblaĵoj, belaj sed malklaraj. Riĉaj enhavaj portantoj konektas kun la homoj.

8. Teama prelego

Vi povas fari vian prelegon pli bunta kaj dinamika se vi teamos kun aliaj kaj kreos prelegon grupan. Jen kelkaj konsiletoj kiuj vin helpu.

- Elektu "gvidanton" anticipe. Lia/ŝia tasko estos kunordigi kaj kontroli la preparadon kaj garantii ke la tuta informo estas kolektita, ĉies tasko estas klara, ĉiuj punktoj estas traktitaj kaj ĉiuj partoprenontoj faris siajn hejmtaskojn.
- Elektu teĥnikiston respondecan pri sonvideiloj. Tiu persono respondecos pri tio ke ĉiu ilaro bezonata estu surloke kaj estu funkcianta. Se io fuŝas, ĉi-tiu persono korektu/riparu tion. Se ĉio irus perfekte, viaj aŭskultantoj eĉ ne rimarkus ekziston de la teĥnikisto kaj tio signifus ke li faris bonegan laboron.
- Elektu reĝisoron. Reĝisoro estas iu starantan diskretemalantaŭ la aŭskultantoj, kaj li helpas vian prelegon de ekstere. Li/ŝi povas signali kiam vi tro longe parolas aŭiĝas neinteresa. Li/ŝi povas manipuli la lumojn/ventoladon en la ĉambro, kaj solvi problemojn antaŭ ol tiuj atingus vin. Li/ŝi spektos viajn provekzercojn kaj reeĥos sian opinion.
- Laboru teame laŭeble multe dum la preparoj. Kaj komencu per cerbŝtorma kunsido.
- Praktiku, praktiku, praktiku ... kune. Provekzercado estas eĉ pli grava se vi ne laboros sola. Reeĥu opiniojn unu al la alia.
- Por fari vian prelegon dinamika, ŝanĝu la parolanton ĉiun sesan minuton.
- Uzu malsamajn vidhelpilojn por ĉiu ano.
- Vi povas ankaŭ lokigi viajn teamanojn en malsamajn lokojn tra la ĉambro kaj saltigi la paroladon de unu al la alia, ĝuste kiel oni faras dum rekta TV-elsendo. Tio sentigos ke via prezento dinamike evoluas. Estas ja via teatro - uzu ĝin!
- "Kune" estas la ŝlosilvorto se vi faras teaman prelegon.
- Dum alia grupano prezentas, atentu kion tiu persono estas diranta. Se vi aŭskultas vian kunulon, vi invitas la aŭskultantojn fari same.

9. Kion legi plue

Se vi volas plikresikigi vian scion, jen kelkaj referenciloj kiujn ni uzis dum nia preparado de tiu-ĉi trejnado:

1. Referenciloj

- Stock.xchng (www.sxc.hu)
- Morgue File (www.morguefile.com)
- Flickr Creative Commons Pool (www.flickr.com/creativecommons)
- Image After (www.imageafter.com)
- Everystockphoto search engine (www.everystockphoto.com)

2. Interretaj ligiloj

- http://publicwords.typepad.com/
- http://www.presentationzen.com/
- http://blog.duarte.com/
- http://TED.com
- www.slideshare.net/
- http://www.public-speaking.org/public-speaking-articles.htm
- http://www.slideshare.net/cperrone/outsanding-presentations-4351640
- http://www.youtube.com/watch?v=NFeDe_0wgvU

3. Libroj

- **Allan Pease** – Body Language [Korpa esprimado]
- **Nick Stanton** – Mastering Communication [Majstri komunikiĝon]
- **Garr Reynolds** – Presentation zen [Zeno pri prezentado]
- **Nancy Duarte** – Slide:olody [Diapozitivologio]
- **Chip & Dan Heath** – Made to stick [Farita por reteni]
- **Jerry Weissman** – Presenting to win: the Art of telling your story [Prezentadi por venki: la arto rakonti vian historion]
- **Carmine Gallo** – The presentation secrets of Steve Jobs [Prezentadsekretoj de Steve Jobs]
- **Keith Johnstone** – Impro for Storytellers [Improvizado por rakontuloj]