

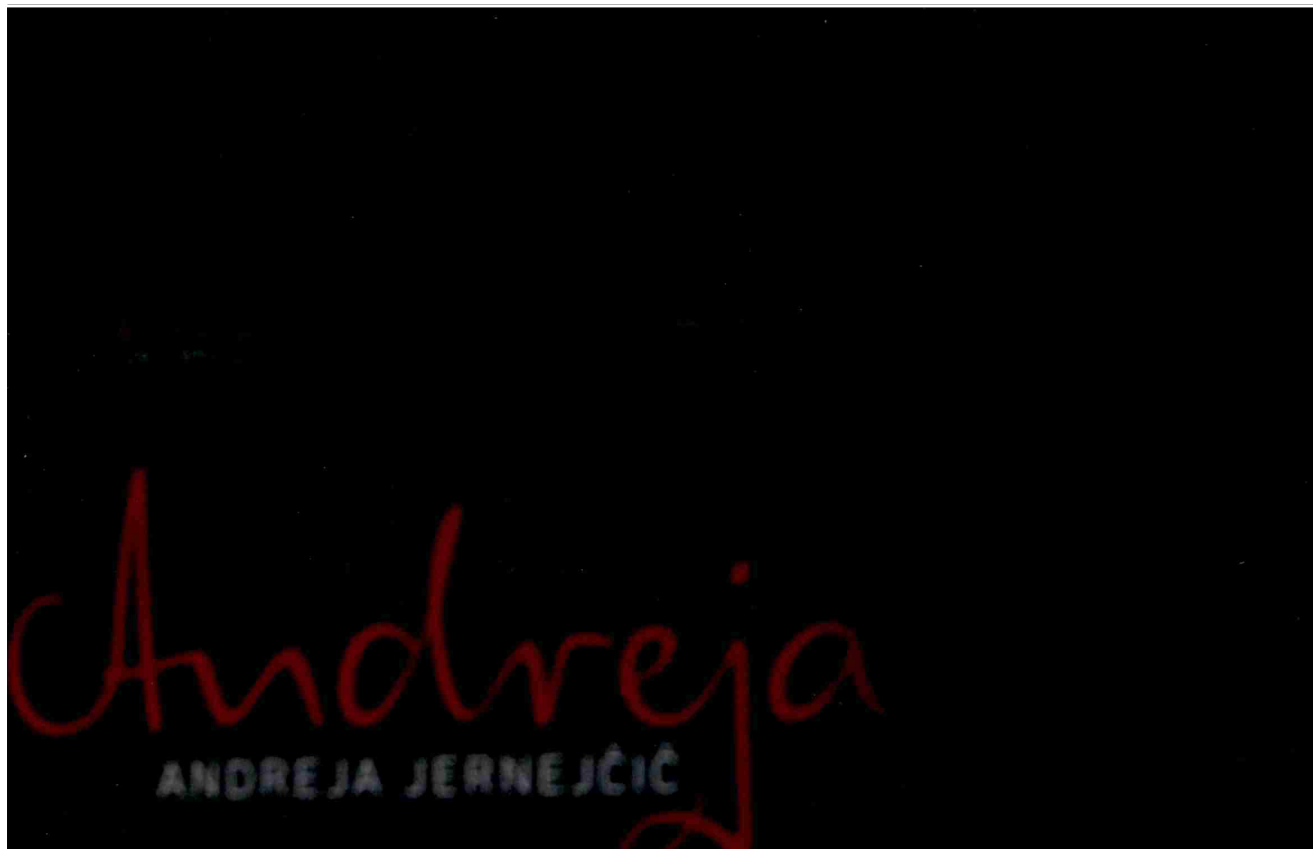


INTERVJU

MAG. ANDREJA JERNEJČIČ

strokovnjakinja za piar, komuniciranje in javno nastopanje, avtorica knjige Popoln javni nastop





Vedno jim rečem: ostanite to, kar ste

NENAD GLÜCKS

nenad.glucks@reporter.si

Po besedah **Andreje Jernejčič**, ki ima obilo znanja in izkušenj iz vseh vrst javnega nastopanja, je za vsak dober javni nastop potrebna pravočasna in temeljita priprava. Najbolje večtedenska. Veliko ljudi skuša pred občinstvom igrati, sama pa jih pri treningih javnega nastopanja opozarja, naj bodo, kar so, saj so vsa druga mesta že zasedena. Ob dobrem nastopu občutiš pozitivno energijo, ki ti jo bodo ljudje vrnili, in boš užival. Pravi, da je že po enem tri- do štiriurnem treningu razlika izredna.

Bralcem vaše nove knjige Popoln javni nastop na začetku sporočate, da naj v nastopanju uživajo kot v seksu. Imate takšne izkušnje pri svojih lastnih nastopih?

Zelo rada nastopam. Ob nastopanju daš lahko ljudem res zelo veliko, za kar pa se moraš pred tem dobro pripraviti. Vsekakor te nastopanje tudi utruji, vendar v njem uživam. Res sem po tem lahko zelo utrujena, gre za obremenitev za telo, vendar je to prijetna utrujenost. Če se pripraviš in veš, kako moraš nastop izvesti, lahko res občutiš pozitivno energijo, ki ti jo bodo ljudje vrnili, in boš užival. Težava pri večini ljudi je, da gredo na oder nepripravljeni, posledično tam »trpijo«, in v tistih primerih seveda uživanja v seksu ni.

Pravite, da že triurni trening odpravi tremo in človek za vse življenje ve, kako biti uspešen na odru. Zveni skoraj neverjetno, da so dovolj že tri ure treninga.

Večina ljudi ima težavo priti na oder. Ne vedo, kako se postaviti, kaj narediti, kaj povedati, kako naj se ustrezno oblečejo. Tu se ustavi. Ker vsega tega ne vedo, jih veliko začne kar nekaj igrati. Vedno jim rečem: ostanite to, kar ste. Ne igrajte drugih, bodite vi, saj so vsa druga mesta že zasedena. In po tem govorite iz srca. Da pa lahko vse to upoštevaš in združiš, se moraš pred tem pripraviti. Šele potem boš lahko vsebino, ki jo želiš prenesti občinstvu, dobro sporočil. Žal mnogi ne naredijo tega, zato se jim nato vse podre. V treh urah spoznajo, kako naj se postavijo, kakšna je nebesedna komunikacija, predvsem pa, kaj pomeni dobra vsebina. Nisem še učila osebe, ki bi prišla in dejala, da ima vsebino nastopa že pripravljeno in greva lahko naprej. Tako damo velik podarek tudi vsebini. Ko poznaš vsebino, tudi tvoje telo z neverbalno komunikacijo deluje bolj samozavestno. Skratka v eni uri jim predstavim vse osnove, nato pa vadimo nastopanje, jih posnamemo, analiziramo. Že po enem treningu je razlika izredna.

Se govornišva res lahko nauči vsakdo? Govtovo je nekaj smisla za to že prirojenega.

Seveda. Del ljudi ima več tovrstne energije, so bolj živahni, boljši govorniki. Po drugi strani, pa mnogim manjka zgolj dobra priprava. Pogosto ljudje, ko prevzamejo izpostavljen položaj, menijo, da so s tem že kar osvojili znanje dobrega nastopanja. Večer pred nastopom preletijo vsebino, ki jo običajno niti sami ne pripravijo, in gredo drug dan na oder. Tak način priprave še zdaleč ni dovolj. Pravilna priprava je, da po tem, ko najprej pripraviš in obvladaš vsebino, greš pred ogledalo in govoriš na glas. Tisti, ki ne govori na glas, se ne sliši in ne more pričakovati dobrega rezultata. Ker potem med občinstvom ob nastopu ni navdušenja, nastopajoči seveda izgubi voljo in reče: ne maram nastopanja.



Če imata dva podjetnika odličen nov izdelek, idejo, se bo bolje odrezal tisti, ki zna to bolje predstaviti, ima boljši nastop.

Pri nas v treh do štirih urah dosežemo najmanj 60-odstotno izboljšanje nastopa. Če pa treniram vodstveni kader, menedžerje, ministre, župane, ki so običajno večji hitrejših reakcij, pa dosežemo na enem srečanju več kot 90-odstotni napredek. A najprej morajo imeti res dobro razdelano vsebino, ki jo želijo sporočiti.

Pišete, da se v ZDA z nastopanjem ukvarja jo že šolarji. Bi morali nastopanja in retorike učiti že naše osnovnošolce?

To bi bilo nujno. Že če pogledamo z vidika posla. Če imata dva podjetnika odličen nov izdelek, idejo, se bo odrezal bolje tisti, ki zna to boljše predstaviti, ima boljši nastop. Pri nas se zdaj v šolah že vpeljuje to, da otroci nastopajo več. Kar je odlično. Žal pa po navadi učitelji nimajo dovolj znanj, kako bi otroke spodbudili k nastopanju in bi imeli z nastopanjem veselje. Nastopanje je lahko uživanje, samo otrokom ga je treba ustrezno približati. Potem tudi trema izgine.

Za nastop pred občinstvom se je treba začeti pripravljati vsaj teden dni prej, poudarjate. Zakaj je prepozno večer ali dva prej?

Tema, ki jo pripravljamo, se mora utrditi v možganih, izostriti moraš misli, stvari predelati. Najboljša priprava je celo mesec dni prej, tri tedne. Najslabše je zgolj večer prej, dva dni prej. To vse velja tudi zame, ki imam veliko izkušenj. Za kakšen govor si osnutek pripravim celo že več mesecev pred nastopom. Če si dobro pripravljen, lahko na odru deluješ sproščeno, opazuješ reakcije ljudi, se odzivaš. Če vse počneš v zadnjem hipu, si napet, lahko vsaj del vse-

bine pozabiš. Sploh to velja za ljudi, ki so redko na odru. Za pomnjene si velja vedno postaviti nekaj opornih točk, ki te vodijo skozi nastop. V informativnih oddajah na televizijah vidimo politike in uradnike, ki imajo tremo, toda imajo jo zgolj zato, ker se niso znali ustrezno pripraviti za nastop. To velja tudi za dobre strokovnjake, ki pred kamero odpovejo in ne znajo sporočila ustrezno prenesti ljudem.

Z mojo knjigo želim vse opolnomočiti za dobre nastope. Ne gre zgolj za nastope pred kamero. Gre tudi za prodajo, pogovore za službo, napredovanja, komunikacijo na internetu, večje družinske in družabne dogodke ... Večina naše generacije, ki smo v srednjih letih, ni nikoli nastopala. Ljudje pa te ob nastopu ocenjujejo, poslušajo. Že ena negativna izkušnja nastopajočega lahko odvrne od nadaljnjih nastopov, kar je velika škoda.

Ljudje smo predvsem vizualna bitja. Kako uskladiti razmerje med vsebino, ki jo želimo prenesti poslušalcem/gledalcem, in našo neverbalno komunikacijo z rokami, obrazom, držo?

Prvo pravilo je, da je govornik pristen. Vsak ima sicer svoj stil, a vsakemu občinstvu moraš znati izkazati spoštovanje. To pokažeš s svojimi oblačili, pripravo, vsebino, kakovostjo. Pri vsebinsko kakovostnem in strnjem nastopanju ni prostora za improvizacijo. Drugo je pristnost. Tudi če nekaj poveš na preprost način, ne pomeni, da se za to nisi pripravil. Ljudje imajo radi empatijo. Nikakor pa ne smeš biti vzvišen, pokroviteljski.

Že ena negativna izkušnja nastopajočega lahko odvrne od nadaljnjih nastopov, kar je velika škoda.

V govor moramo dati čustva.

Brez čustev je vsebina prazna. Če govornik v nastop ne da sebe, ni duše, ni pravega učinka. Tudi v najinem intervjuju bodo bralci začutili, da sem srčna, govorim iskreno, na podlagi svojih izkušenj, zgodb, doživetij in svojega znanja. Danes je poplava informacij. V njej moraš izstopati, da te opazijo. Opazijo pa te po tvoji osebnosti. Dinamika ob tvojem nastopu mora biti močna, prisoten mora biti tudi humor. Kdo bo gledal in poslušal turobne obraze? Tudi na fakultetah študentje neradi poslušajo profesorje, ki nastopajo tako. Tudi zahtevno temo se da z nastopom narediti bolj življenjsko.

Tudi stik z očmi je zelo pomemben.

Oči so zelo močno orodje. Če nekoga gledaš v oči, daješ vedeti, da stvari obvladaš, poznaš, veš, kaj govoriš. Če gledaš dol, odmikaš pogled, sicer lahko tudi pomeni, da razmišljaš o vsebini, vendar praviloma kaže, da nisi samozavesten, prepričan vase.

Poslovni svet še vedno velja predvsem za moško domeno, čeprav je že precej žensk, ki so v tem zelo uspešne. Zakaj na tem področju prednjači moški princip?

V poslovnem svetu je neizprosna boj, tekmovalnost. Moja energija je ženska, v po-



nega, vsebinskega. Da jih ne poslušamo v nedogled, pa dejansko ne povedo nič. Ob nedavni 15. obletnici moje agencije Lin & Nil mi je bilo všeč, ker je imel vsak govornik na voljo le sto sekund. Bilo je več kot 350 udeležencev iz poslovnega, glasbenega, medijskega in političnega sveta. Glede govornikov so mi mnogi dejali: to je bil dogodek brez balasta. V stotih sekundah namreč ni prostora za balast, treba se je pripraviti in povedati bistvo.

Vlada lahko reče, vse to smo storili za gospodarstvo, toda v gospodarstvu veliko tega ne čutimo. Če moram delati 16 ur na dan in plačevati visoke davke, pa mi sporočajo, kaj vse so zame naredili, me to ne prepriča. Niti z besedami v tem nastopu me premier ne nagovori. Ne vem, ali se ljudje

biografija

Mag. **Andreja Jernejčič** je univerzitetna diplomirana novinarka, kulturologinja in magistrica komunikologije. Rojena je bila leta 1975 v Novem mestu, mladost je preživela v Žužemberku. Je avtorica štirih knjig o sodelovanju v novinarji, piaru, nastopanju in komuniciranju. Dela kot menedžerka, piarovka, predavateljica in voditeljica. Vodi podjetje Lin & Nil za digitalni piar, komuniciranje, treninge javnega nastopanja. Deluje še v več evropskih in azijskih državah. Njene piarovske reference so podjetja Generali, Aleja, Citypark, Elan, IBM, Skaza, Klinika Svetlost, Lekarniška zbornica Slovenije in še prek 300 drugih, s katerimi je in še ustvarja piarovske zgodbe.

Vodi krizno komuniciranje v malih in večjih podjetjih. Izobražuje s treningi in delavnicami v več kot 400 podjetjih tako iz Slovenije kot tujine. Predava in vodi delavnice o piaru, komuniciranju, osebnem piaru, javnem nastopanju in odpravljanju treme, internem komuniciranju, pospešeni prodaji ter organizaciji dogodkov. Kot predavateljica gostuje na mednarodnih poslovnih šolah in fakultetah. Je avtorica več sto strokovnih člankov o piaru, komuniciranju in nastopanju. Vodi prireditve, že osem let tudi svojo avtorsko televizijsko oddajo Zajtrk PR Andreji.

Bila je članica uprave Infoneta, direktorica IBM za korporativno komuniciranje za Slovenijo in jugovzhodne evropske države, pomočnica uprave SIJ – Slovenska industrija jekla ter tiskovna predstavnic obrambnega ministrstva v času vstopanja Slovenije v Nato. Pred tem je 15 let delala v novinarstvu na Radiu Slovenija, TV Slovenija, POP TV, Dnevniku, Financah, Dolenjskem listu, Studiu D in TV Vaš kanal Novo mesto.

Moja energija je ženska, v poslovnem svetu pa moram imeti tudi moško energijo. Ko pridem domov, spet preklopim na žensko energijo.

slovnem svetu pa moram imeti tudi moško energijo. Ko pridem domov, spet preklopim na žensko energijo. Poslovni svet je krut. Če bi v njem imela zgolj žensko energijo, ki je moja primarna, bi me marsikdaj že zdrobili. Sem borka, vztrajna, imam znanje, se še vedno učim. A vedno sem se morala bolj dokazovati, potruditi bolj od moških, da so mi vse to priznali. V zasebnem življenju sem drugačna, nežna, rada se crkljam, igram kitaro. Še vedno pa sem lahko tudi v poslovnem svetu pristna, srčna. Smo pa ženske tudi na tem področju vse bolj uspešne, na kar sem zelo ponosna. Prednost žensk je čustvena inteligenca, a morajo jo uporabiti pozitivno. Današnje vrednote večine ljudi so drugačne kot pred desetimi ali petnajstimi leti. V ospredje so prišli pripadnost, srčnost, znanje. Ni bogastvo na prvem mestu. Najbrž na to vpliva tudi, če si tudi sam starš. S tega vidika si želim, da bi imeli ljudje več otrok, saj bi se naučili več strpnosti.

Kateri od slovenskih politikov so najboljši govorniki, imajo najboljše nastope?

Tisti, ki se nanje pripravijo, znajo stvari povedati na kratko, z vsebino. In ceni-jo naš čas, da nam povedo nekaj smisel-

Sedanji premier Robert Golob velja za dokaj prepričljivega govornika, precej gestikulira, ima vehementen nastop, a večkrat brez prave vsebine. Kako ga ocenjujete z vašega profesionalnega vidika?

(Jernejčičeva na youtubeu poišče in predvaja posnetek enega od Golobovih daljših odgovorov novinarjem ob nekem gospodarskem dogodku, op. p.) Veljam za direktno, marsikdo od politikov pa me ni pripravljen poslušati. Toda le močni ljudje in tisti, ki želijo biti boljši ali najboljši, hočejo slišati kritike. Večinoma delam z gospodarstveniki. Oni želijo neposredno informacijo. Po nastopu na televiziji me pokličejo in želijo vedeti, kaj je bilo slabo. Kar je bilo dobro, bodo tako slišali od kolegov. Vedno znova občudujem na primer Janeza Škrabca. Ne glede na vse, kar je poslovno že dosegel, želi biti vedno še boljši. Veliko direktorjev in direktoric je takšnih. Med politikami na državni ravni in župani pa je veliko takšnih, ki menijo, da že vse znajo. Toda ljudje hitro ugotovijo, kdo ima vsebino in kdo zgolj govori v prazno.

Kot lahko vidim na tem posnetku govora g. Goloba, lahko rečem, da ima nastop suveren, tudi naglas ni moteč. Težava je vsebina. Eno je, kar govori, drugo so dejstva.



Ljudje imajo radi empatijo. Nikakor pa ne smeš biti vzvišen, pokroviteljski.

v vladi zavedajo tega: danes v gospodarstvu ostajamo brez kadra. Imamo problem, ker pri mladih delo ni tako cenjeno, kot je bilo včasih. Še vedno imamo visoke davke. Nastop premierja, ki sva si ga ogledala, je lep, ima razločnost, pogled. Toda veliko je govoril, malo pa povedal. Veliko je balastnih stavkov. Zaznam tudi določeno pokroviteljstvo do ljudi, novinarjev. Ter obljube enkrat za prihodnost. Glede politikov bi dejala, da pravzaprav malo treniram tiste iz Slovenije, večinoma so iz tujine.

Nekateri govorniki radi uporabljajo retorična vprašanja. Občinstvo vprašajo, zakaj je to dobro, a nato sami odgovorijo. Je to pravičen pristop?

Retorično vprašanje, če je postavljeno v pravi kontekst, je lahko smiselno, vendar pogosto deluje pokroviteljsko, profsorsko. V smislu: tako in tako ne veste, pa vam bom jaz povedal, vas poučil. Lahko pa to deluje tudi prijazno, vendar mora biti izrečeno v pravem trenutku in na primeren način. Tudi temu služijo treningi. Ljudje morajo videti v zrcalu, kakšni so. Včasih so šokirani. Ne marajo se gledati. In jim večkrat rečem: za ta denar je to to. Vsi mislimo, da smo lepši, boljše smo videti, kot je realnost. Namesto vprašanja, a veste zakaj ..., lahko rečeš, imam en zanimiv podatek Ljudje ti bodo prisluhnil, ne da bi čutili pokroviteljstvo v tvojem tonu. Izkazati je treba spoštovanje. Poudarki so pri tem lahko pomembni. Govornik ne govori sebi, pač pa publiki.

Danes je poplava informacij. V njej moraš izstopati, da te opazijo. Opazijo pa te po tvoji osebnosti.

Lahko omenim nekatere svetovno znane osebnosti, ki veljajo za odlične govornike, pa daleč od tega, da so to vedno bili. Nekdanji ameriški predsednik Barack Obama je, kot je razvidno iz posnetkov pred 25 leti, veliko stvari delal narobe. Gleda dol, ni bil primerno oblečen, ne govori razločno, ne uporablja rok, molja ... Srečala sem človeka, ime mu je T. J. Walker, ki je za nastopanje treniral tudi Obamo. Walker mi je dejal, da pri njem treningi trajajo dlje časa, zato ljudje zelo ponotranjijo stvari. Tak je tudi pri Obami. Žal pa Slovenci pogosto niso pripravljeni temu posvetiti dovolj časa. Vsi želijo vse takoj. Ko jim rečem, da traja osnovni trening tri do štiri ure, mi rečejo, radi bi že v eni uri. V redu, če misliš, da že vse znaš. Potem pa ostanejo z mano dlje časa in mi pravijo, kaj vse so izvedeli, česar se sploh niso zavedali.

Kot lahko vidim na tem posnetku govora Roberta Goloba, lahko rečem, da ima nastop suveren, tudi njegov naglas ni moteč. Težava je vsebina. Eno je, kar govori, drugo so dejstva.

Vlagajo slovenska podjetja v izobraževanje vodilnih kadrov za nastopanje primerljiva sredstva s konkurenco iz tujine?

Večina jih za to nameni manj denarja. Nekatera podjetja se sicer zavedajo pomena dobrega nastopanja, pri čemer ne gre nujno zgolj za večja podjetja. Res pa gre večinoma za večje družbe, pri malih in srednjih velikokrat menijo, da to ni potrebno. Pri moji agenciji ne ponujamo zgolj treningov nastopov, pač pa učimo tudi prodajo. Tudi to je vrsta nastopa. Če podjetje nima dobrih prodajnikov, ne bodo dobro tržili svojih izdelkov, tudi, če so dobri. Kaj mi pomaga, če pridem v trgovino, pa me prodajalec ne zna ustrezno nagovoriti, ali naj mi kaj pomaga. Ali zna oceniti, ali res potencialni kupec potrebuje pomoč, pa da pri tem ne postane vsiljiv ...

Prodajalci se radi učijo, če jim je to omogočeno. Posebej pri mladih prodajalcih opažam, da so na primer ob prihodu stranke v trgovino osredinjeni na telefone, računalnike, niso pozorni, ne znajo stranki svetovati, pri njih ni čutili prave energije. Nekateri pa so izjemni, s prefinjenim občutkom za pristop k stranki, ustreznim nastopom, vprašanji. Velike razlike so tudi v gostinstvu. Kdor prisluhne stran-

kam, jim postreže tako, kot si želijo. Ne hodim v lokale, kjer mi ne znajo postreči kave, kakršno naročim. Ne gre zgolj za prodajo. Enkrat sem trenirala profesorje z Gea Collegea na izobraževanju. Učila sem jih, kako v minuti ali dveh povedati bistvo. Razložila sem jim, da je potrebno biti ob predstavljanju katerekoli snovi dinamičen, le tako lahko pritegneš študente.

Je pritegniti pozornost s predavanji prek spleta težje?

Veliko težje. Oblika webinarjev, torej predavanj prek zaslona računalnika, ko predavatelj ne more izraziti toliko energije, kot ob nastopu v živo, je veliko zahtevnejša. Potrebno je več energije kot v živo. Nekdo, ki že v živo ne pokaže dovolj energije, je na spletu še slabši.

Vidite pri mlajših generacijah Slovencev manj težav pri javnem nastopanju?

Vsekakor. Mlajše generacije so večinoma bolj veščer nastopanja. Tudi med izobraževanjem dobijo več znanj s tega področja kot v času moje generacije in pri starejših. So pa druge težave pri njih. Večkrat so prepričani, da že vse znajo, obvladajo. Ko se posvetimo podrobnostim, se vidi, da seveda to znanje ni tako popolno. Zanimivo je, da pri njih opažam drugačne vrednote. Včasih se niso pripravljene posebej potruditi za doseganje uspeha, znanja. Pomembno

Pri mlajših generacijah opažam drugačne vrednote. Včasih se niso pripravljene posebej potruditi za doseganje uspeha, znanja.

je, s kakšnim profilom ljudi se srečam. En del jih ima izredno visoko samozavest. Ne le da mislijo, da vse znajo. Vseskozi se jim dopoveduje, da je lahko vsak zelo uspešen in doseže praktično vse. Potem avtomatično mislijo, da so pri vsem, kar storijo, navse uspešni. To je opaziti pri pogovorih za službo. Res je, da mnogi, ko pridejo na pogovor, premorejo že precej znanja s fakultet. Želijo mi pokazati, da znajo že vse. Ko so pri meni na agenciji kakšen teden, ugotovijo, da se morajo res še kaj dodatno naučiti. Sprva so sicer zelo neučakani.

Imajo mlajši delovno etiko manj izraženo, kot je morda pri srednji generaciji in starejših?

Pri nekaterih je na visokem nivoju, večinoma pa si želijo več prostega časa. Pomembno jim je, da imajo na primer ob petkih prosto, delali bi le šest ur dnevno ... Sploh epidemija kovida je naredila porazno stanje. Določeni ljudje so prejemale vi-

soke subvencije od države in se še vedno na mnoge načine znaidejo, da jim država finančno pomaga. Ugotovili so, da je najlepše, če si doma, ni ti treba delati, sprejemati odgovornosti. Privzeli so druge vrednote. Seveda nastane slaba volja, ker začnejo zaostajati za tistimi bolj prizadevnimi, delovnimi. Tudi finančno. Postanejo zavistni, začnejo širiti negativizem, ki je v Sloveniji žal bolj prisoten kot v tujini.

Dejstvo je: pri nas imamo veliko dobrih in sposobnih ljudi, vendar je pač treba delati. Če ne zadeneš na lotu ali si vse podedoval od premožnih staršev, si moraš vse ustvariti sam. Ljudje pa bi danes za manj radi dobili več. Na družbenih omrežjih vidijo od raznih vplivnic in vplivnikov prizore razkošja, drage avtomobile, potovanja. Frustracija se večja. A premalo se zavedajo, da je treba v realnem svetu za uspeh zelo veliko delati. Pri ljudeh, ki jih na svoji poslovni poti sama srečujem, je skrivnost uspeha delo. Tudi med vikendi morajo biti stalno dosegljivi. Za nas je veliko že, če si lahko vzamemo prost konec tedna, imamo kakšen odklop. Niti sama ne morem na dopust, ne da bi pregledovala službena elektronska sporočila. Tega si zaradi klientov ne morem privoščiti. Mnogi tega ne vidijo, pač pa zgolj blišč na različnih dogodkih, V ozadju pa so mnoga odrekanja. Zame je bil dopust pisanje knjige. Poleg tega, da sem se lahko bolj posvetila hčerki. ■