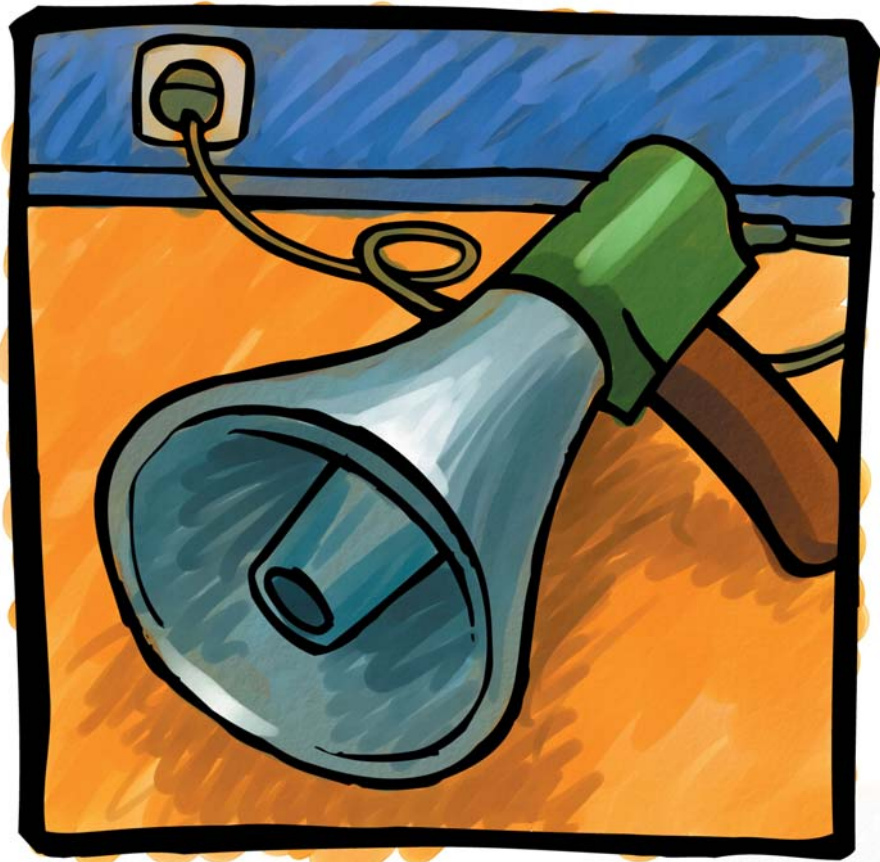


RAZVOJ VJEŠTINA NEVLADINIH UDRUGA

Prezentacija i komunikacija



REGIONALNI CENTAR ZAŠTITE OKOLIŠA
za Srednju i Istočnu Europu

RAZVOJ VJEŠTINA NEVLADINIH UDRUGA

Prezentacija i komunikacija

Autorica
ANDREJA TONČ

Uredile
ILDIKO SIMON i CERASELA STANCU



REGIONALNI CENTAR ZAŠTITE OKOLIŠA
za Srednju i Istočnu Europu

O REC-u

Regionalni centar zaštite okoliša za Srednju i Istočnu Europu (REC) je politički neovisna, nepristrana, neprofitna organizacija čija je zadaća pomoć u rješavanju problema u zaštiti okoliša u Srednjoj i Istočnoj Europi (SIE). Centar svoju zadaću obavlja potičući suradnju među nevladinim udrugama, vladama i drugim zainteresiranim subjektima, podržavajući slobodnu razmjenu informacija i potičući sudjelovanje javnosti u odlučivanju o okolišu.

REC su 1990. godine utemeljile SAD, Europska komisija i Mađarska. Danas su REC-ov pravni temelj Povelja koju su potpisale vlade 27 zemalja i Europska komisija, te Međunarodni sporazum s Vladom Mađarske. Središnjica REC-a je u Szentendreu, u Mađarskoj, a lokalni uredi nalaze se u svakoj od 15 zemalja korisnica u regiji SIE, a to su: Albanija, Bosna i Hercegovina, Bugarska, Češka Republika, Estonija, Hrvatska, Latvija, Litva, Mađarska, Makedonija, Poljska, Rumunjska, Slovačka, Slovenija i Srbija i Crna Gora.

Najnoviji donatori su Europska komisija i vlade Albanije, Belgije, Bosne i Hercegovine, Bugarske, Češke Republike, Danske, Estonije, Finske, Francuske, Italije, Japana, Jugoslavije, Kanade, Latvije, Litve, Nizozemske, Njemačke, Poljske, Sjedinjenih Američkih Država, Slovenije, Srbija i Crna gora, Švedske, Švicarske i Ujedi-njenog Kraljevstva, kao i druge međuvladine i privatne ustanove.

Cjelokupni sadržaj ove publikacije je vlasništvo
© Regionalnog centra zaštite okoliša za Srednju i Istočnu Europu 2002.

Niti jedan dio ove publikacije nije dopušteno prodavati u bilo kojem obliku ili umnažati radi prodaje bez prethodnog pisanog dopuštenja vlasnika prava.

ISBN: 963 9424 22 6

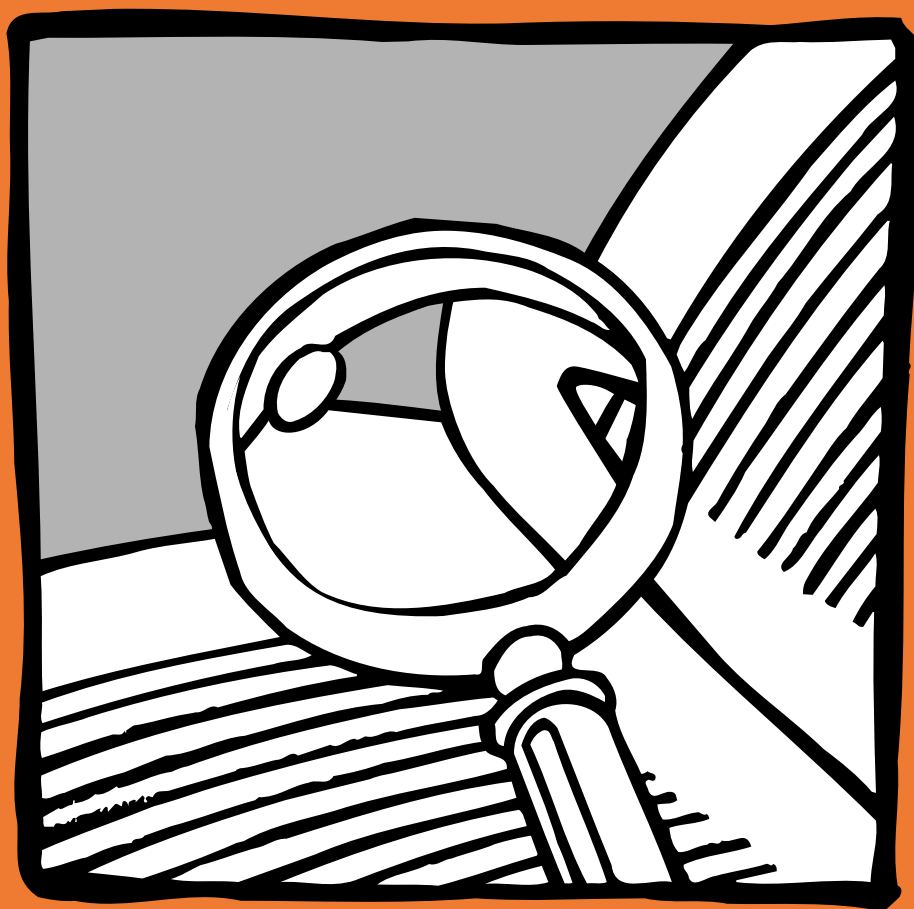
Izdavač:

Regionalni centar zaštite okoliša za Srednju i Istočnu Europu
Ady Endre ut 9-11, 2000 Szentendre, Mađarska
Tel: (36-26) 504-000, faks: (36-26) 311-294
E-mail: info@rec.org, URL: <www.rec.org>

Urednica hrvatskog izdanja: Irena Brnada / Prijevod: Anda Bukvić
Oblikovanje: Sylvia Magyar i Laszlo Falvay / Ilustracije: Laszlo Falvay
Tiskano u Mađarskoj, TypoNova

Ova i sve ostale publikacije REC-a tiskane su na recikliranom papiru ili na papiru proizvedenom bez uporabe klora ili kemikalija na bazi klora.

Tema	5
Opći pregled	7
Spremni za trening	8
Komplet za trening	19
Vježba 1: U drugoj ruci	21
Vježba 2: Zrcalo	22
Vježba 3: Vodič slijepih	23
Vježba 4: Grupna skulptura	24
Vježba 5: Dobar slušatelj	25
Vježba 6: Nepoznati predmet	27
Vježba 7: Drugim riječima	28
Vježba 8: Povratna informacija	29
Vježba 9: Poruke Ti i Ja	30
Vježba 10: Pitanje ZAŠTO	31
Vježba 11: Jesam li to zaista ja?	32
Vježba 12: Prezentacijska pomagala	33
Primjer plana treninga	39



Tema

Opći pregled

Uvod

Voditelji i aktivisti neprofitnih organizacija mogu unaprijediti djelotvornost svojih organizacija poboljšavajući njihove unutarnje i vanjske vještine komunikacije. Svaka organizacija mora se moći jasno izraziti prema okolini, dok zdravo radno okruženje - jedan od rezultata uspješne unutarnje komunikacije - jednako koristi menadžerima, zaposlenicima i dobrovoljcima.

Vanjske vrste komunikacije podrazumijevaju istančanu ravnotežu informiranja i zabave, kao i kompromis između želje za ostvarivanjem plemenitih ciljeva i vremenskih, ljudskih i financijskih ograničenja. Usvajanje uspješnih metoda prezentacije može uvelike ojačati djelotvornost organizacije. Vještine prikazane u ovom priručniku korisne su u svakodnevnom radu, kao i u pripremi poruka koje će se distribuirati u velikom opsegu. Vrijednost uvjeravanja ne treba preuveličavati.

Komunikacija je predavanje ili razmjena informacija, ideja ili osjećaja. To nije jednosmjernan proces, budući da poruka mora biti primljena da bismo mogli reći da komunikacija postoji.

Prezentacija je strukturirana komunikacija koja se temelji na stvarnim potrebama publike usmjerena na postizanje određene svrhe u određenom vremenu, a informacije i ideje se prenose kroz općeniti cilj.

Prezentacije su jedan od oblika komunikacije, tako da njihova jednostavnost raste s jačanjem djelotvornosti komunikacije. Ali one su daleko od jednostavne komunikacije, a često i zahtijevaju dodatne vještine uvjeravanja i utjecaja.

Cilj ovog priručnika

Svrha ovog priručnika jest ohrabriti vas da razmišljate o sebi. Kako komunicirate sami sa sobom, s vama bliskim osobama, s prijateljima, s kolegama na poslu, s poslovnim suradnicima i s donatorima? Ovaj priručnik nudi korisne vještine komunikacije i prezentacije, daje informacije i primjere kako unaprijediti te vještine, kako ih primijeniti na sebi i prikazati drugima.

Priručnik je i primjenjiv temelj i praktično pomagalo čelnicima udruga i aktivistima u razvoju svojih vještina komunikacije i prezentacije.

Ovaj priručnik:

- potiče trenere na procjenu vlastitih potencijala u razvoju metoda komunikacije i prezentacije;
- omogućuje prepoznavanje šumova i drugih prepreka u komunikaciji;
- omogućuje uzajamno razumijevanje između pošiljatelja i primatelja poruke;
- poboljšava komunikacijska pomagala kako bi ona postala uspješnija i pravednija u različitim vrstama odnosa; i
- omogućuje shvaćanje odnosa neverbalne i verbalne komunikacije.

Vještine koje treba razviti

Ovaj priručnik nudi lako primjenjiva pomagala za uspostavu svakodnevne komunikacije, izbjegavanje sukoba i pripremu i izvođenje prezentacija pred manjom ili većom, poznatom ili nepoznatom publikom.

Stjecanje vještina kojima se bavi ovaj priručnik korisniku će pomoći u:

- izbjegavanju ili nadilaženju prepreka u komunikaciji,
- primjeni pozitivnih komunikacijskih metoda,

- ostvarivanju cilja izlaganja primjenom temeljnih pravila uspješne komunikacije i prezentacije,
- utvrđivanju očekivanja publike ili sudionika u razgovoru,
- povećanju djelotvornosti komunikacije primjenom verbalnih i neverbalnih metoda,
- planiranju i uporabi vizualnih pomagala vodeći računa o pravilima ljudskog opažanja, i
- pripremi djelotvorne i uzbudljive prezentacije za bilo koju publiku.

Izvođenje treninga

Ovaj priručnik treba koristiti u spoju s aktivnostima opisanima u kompletu za trening. Veći dio sadržaja priručnika osmišljen je tako da se može koristiti kao radni materijal ili brošura za sudionike treninga, a trener ga može prilagoditi kontekstu i trajanju pojedinog treninga.

Predrasude o komunikaciji

- Vještina kvalitetnog komuniciranja je urođena.
- Komunicira se samo riječima.
- Komunikacija je uvijek svjesna i namjerna aktivnost.
- Moguće je u potpunosti vladati svojom komunikacijom.
- Komunikacija uvijek vodi kvalitetnijim odnosima i boljem rješavanju problema.

Spremni za trening

Razgovor

Sudionici u razgovoru spremni su prihvatiti različite stilove razgovora. To može značiti postavljanje pitanja, odgovaranje ili aktivno slušanje. Osim slušanja, razgovor podrazumijeva razmišljanje o onom što čujemo i što ćemo reći. Jedan od oblika razgovora može biti i tišina, kao i meta-komunikacija (komunikacija o komunikaciji). Lijevi okvir navodi neke česte predrasude o komunikaciji.

Verbalna i neverbalna komunikacija

Verbalna komunikacija jest proces uzajamnog prenošenja značenja riječima bilo u usmenom ili pisanom obliku.

Značajke verbalne komunikacije:

- Riječi su simbolički prikaz misli.
- Značenje riječi je dogovoreno.
- Smisao se izvodi iz verbalnog okruženja u kojem se riječ rabi.
- Verbalna komunikacija većim je dijelom pod svjesnim nadzorom.

Neverbalna komunikacija jest prenošenje značenja kroz izravni kontakt, svim sredstvima koja nisu verbalna. Izraz lica, kretnje, ton glasa, sve su to oblici komunikacije čije značenje ovisi o određenoj kulturi. Primjerice, u Bugarskoj kimanje glavom lijevo-desno znači "da", dok u drugima znači "ne".

Teškoće u komunikaciji - Šum

Komunikacijski šum jest skupina ometajućih čimbenika koji narušavaju komunikaciju. Oni su izazvani neodgovarajućim "kanalom", slanjem nejasne poruke, ili zanemarivanjem potreba i očekivanja primatelja. Komunikacijskom šumu pridonose sljedeće sastavnice:

- fizički šum – zvukovi u pozadini koji ometaju komunikaciju,
- psihološko ometanje,
- nesporazumi uslijed neodgovarajućeg odabira riječi (strani ili tehnički izrazi, žargon),
- neusredotočenost na razgovor,
- predrasude, stereotipi, negativni stavovi prema sugovorniku (glede porijekla, rase, religije, itd.),
- neprimjerena očekivanja od sugovornika,
- emocionalni pritisak,
- socijalna tjeskoba (sugovornici su povučeni ili nesigurni, niskog samopoštovanja, itd.),
- kršenje nekih pravila komunikacije (tj. kod predstavljanja, zahvaljivanja, kada vas netko prekida),
- manipulacija/igre (pokazujemo zainteresiranost želeći izazvati sukob; pozivamo na suradnju želeći dominirati, upravljati nekime).

Prepreke u komunikaciji

Štetna komunikacija uključuje kritiziranje, osuđivanje, sumnjičenje, klevetanje, "žigosanje", okrivljavanje, zadirivanje, bezobzirnost, prijetnje, izazivanje, ismijavanje, ironiju i oponašanje.

Izluđujuća komunikacija jest poricanje iskazanih osjećaja, poricanje izraženih želja, poricanje dogovorenog, odbijanje suodgovornosti, buđenje pa razbijanje nade, cjepidlačenje, podmetanje drugom svojih misli, optuživanje drugog za zle namjere, neobaziranje na želje drugoga, stalno ponavljanje, traženje skrivenog značenja.

Nepoštena komunikacija uključuje karikiranje, stavljanje nekome riječi u usta, stalno mijenjanje teme, optuživanje, zlorabu statistike, prekidanje, zastrašivanje, ponižavanje, izazivanje osjećaja krivnje, izrugivanje i ignoriranje.

Glavne sastavnice uspješne komunikacije

Uspješna komunikacija oslanja se na četiri ključne sastavnice:

- usklađenost verbalne i neverbalne komunikacije,
- slušanje,
- postavljanje pitanja,
- prodornost.

Glavne sastavnice verbalne i neverbalne komunikacije

Verbalna komunikacija

- riječi
- okruženje
- izgradnja rečenice

Neverbalna komunikacija

- ton glasa
- izraz lica
- držanje
- pokreti
- osobni prostor
- glasnoća govora
- intonacija

Vrste neslušanja

- **Pseudo (lažno) slušanje**
Slušatelj reagira kao da je usredotočen, ali poruka do njega zapravo ne stiže.
- **Jednoslojno slušanje**
Primanje samo jednog dijela poruke (npr. verbalnog), dok druge zanemaruje
- **Selektivno slušanje**
Slušanje samo onog što osobu posebno zanima ili što potvrđuje neko prethodno mišljenje
- **Selektivno odbijanje/odbacivanje**
Usredotočenost samo na one teme koje se ne žele čuti. Kad se takva tema pojavi u razgovoru, slušatelj ju jednostavno potiskuje i odbacuje.
- **"Otimanje" riječi**
Slušanje tek toliko da se ugrabi prilika za vlastiti «nastup»
- **Obrambeno slušanje**
Izjava se doživljava kao osobni napad na ponašanje ili uvjerenja slušatelja.
- **Slušanje "u zasjedi"**
Slušanje radi napada na sugovornika

Dosljednost verbalne i neverbalne komunikacije

Većina sadržaja poruke prenosi se neverbalnim jezikom. Ako su verbalna i neverbalna poruka proturječne, ljudi su skloni povjerovati onoj neverbalnoj. Dobar komunikator spaja ove dvije sastavnice komunikacije tako da jedna drugu nadopunjuju i donose suvislo značenje.

Važno je znati da se većina komunikacije odvija bez stvarnog govora. Ponekad je dovoljno pogledati neku osobu da bismo znali što on/a "misli". Česte su situacije u kojima znamo da se netko ljuti ili je povrijeđen, ali na upit: "Što ti je?" odgovara "Ništa."; "Ljutiš li se?" - "Ne, ne ljutim se. Zašto bih se ljutio/la?"

Neverbalnu komunikaciju moglo bi se opisati kao onaj iskreniji dio naše komunikacije, jer ju je vrlo teško prikriti (naše reakcije, izraze lica, pokrete, držanje tijela, jačinu i ton glasa itd.).

Slušanje

Slušanje je ključna sastavnica djelotvorne komunikacije. Cilj pravog slušanja jest razumijevanje onoga što govornik nastoji iskazati. Dobar slušatelj govorniku šalje verbalne i neverbalne poruke koje olakšavaju komunikaciju. To se naziva aktivnim slušanjem.

Prije nego što naučimo nešto o aktivnom slušanju, važno je osvrnuti se na oblike neslušanja (u okviru sa strane).

Ljudi ne slušaju u sljedećim situacijama:

- kada se uspoređuju s drugima
- kada imaju negativan stav prema govorniku (npr. smatraju ga dosadnim)
- kada daju savjete
- kada uvjeravaju
- kada se uvijek slažu s izrečenim
- kada razmišljaju o odgovorima
- kada traže skriveno značenje.

Aktivno slušanje odnosi se na slušateljeve aktivne napore ka poboljšanju komunikacije. Poruke su često neprecizne i apstraktne, a da govornik to ne shvaća. Događa se da i samim govornicima nisu jasne misli koje pokušavaju izraziti. Temeljno su načelo aktivnog slušanja potpitanja, i to prije svega neizravna pitanja. Naime, izravna pitanja o osjetljivim i osobnim temama mogu izazvati nelagodu, dovesti do negativnih ili obrambenih reakcija, nepovjerenja, pa čak i do potpunog povlačenja sugovornika i prekida komunikacije. Stoga se u složenim situacijama, kada nije jasno što određena osoba osjeća ili želi, koriste neizravna pitanja odnosno parafraziranje ili sažimanje.

Aktivno slušanje podrazumijeva ne samo da ste čuli ono što je sugovornik rekao, već i da razumijete njegove/njezine osjećaje, potrebe i očekivanja. Dekodiranje poruke važan je dio shvaćanja onoga što nam netko želi reći.

Postavljanje pitanja

Postavljanje pitanja čini komunikaciju uspješnom i sugovorniku daje osjećaj povjerenja. Stoga je važno shvatiti da postoje različite vrste pitanja i njihove značajke.

Otvorena pitanja

Rečenica počinje upitnom riječcom (Zašto; Tko?, Što? itd.) i dopušta sugovorniku slobodno odgovaranje. Ono omogućuje izražavanje mišljenja i poruke o kojoj smo već razmislili. Jednostavan primjer takvoga pitanja jest "Kako se osjećate?".

Zatvorena pitanja

Odgovor je na zatvoreno pitanje jednostavno "da" ili "ne". Takvo pitanje navodi sugovornika prema odgovoru kakav želimo čuti. Npr. "Jeste li ljuti?".

Pitanja za navođenje

Ovakvo pitanje zvuči otvoreno, ali je u njemu već ugrađeno govornikovo mišljenje. Ono je više poziv sugovorniku na slaganje ili neslaganje, a ne zanimanje za neku informaciju ili mišljenje. Pitanje za navođenje jednako je tako izjava kao i pitanje. Npr. "Nije li cijena benzina previsoka?".

Oprez s pitanjima ZAŠTO

Ljudi u pravilu nemaju odgovor na pitanje ZAŠTO.

Takvo pitanje u pravilu izaziva obrambeni stav, racionalizaciju i lažna objašnjenja.

Kada postavljate pitanja ZAŠTO, radije izrazite znatiželju i izbjegavajte izazivanje.

Koristite pitanja ŠTO i KAKO, koja pomažu pri:

- dolaženju do boljeg rješenja neke situacije (Kako vidite situaciju?);
- razbijanju problema na manje dijelove (Što Vas sve pogađa u toj situaciji?);
- ponovnom određenju problema (Što je zapravo problem u toj situaciji? Možete li ga definirati na neki drugi način?);
- spoznavanju osobnih očekivanja (Što očekujete od sebe u toj situaciji? Kako biste voljeli razriješiti tu situaciju?);
- procjenjivanju spremnosti za osobnu uključenost (Kakve su Vaše stvarne mogućnosti u toj situaciji?);
- spoznavanju vlastite odgovornosti za problem (Kako ta situacija i njezino rješenje ovisi o Vama i Vašem ponašanju?); i
- spoznavanju drugih načina na koje se situacija može sagledati (Kako drugi gledaju na tu situaciju? Što bi netko koga posebno cijenite rekao u ovoj situaciji?).

Parafraziranje

Parafraziranje je preoblikovanje onoga što je rečeno u cilju bolje razumljivosti. Tako se govorniku pruža mogućnost da potvrdi ili ispravi ono što slušatelj vjeruje da je bilo izrečeno. Parafraziranje započinje izrazima kao što su: "Drugim riječima..." ili "Dakle, vi kažete..." i sl. Osim samih činjenica, važno je pokazati razumijevanje i za govornikove osjećaje, tako da rečenicu započnemo s "Čini mi se da se osjećate... jer...". Parafraziranje može biti korisno sredstvo provjere uspješnosti komunikacije.

Kada aktivno slušate drugu osobu, šaljete joj sljedeće poruke:

- Shvaćam Vaš problem.
- Razumijem kako se osjećate zbog tog problema.
- Pomoći ću Vam da razmislite o tom problemu i pronađete druga rješenja.
- Vjerujem u Vas i u to da sami možete naći dobro rješenje za sebe.

Primjerice: Ivica kaže "Marko je prolio vodu po mojoj slici i sada se smije. Poderat ću njegovu sliku". Nastavnica parafrazira: "Ljut si na Marka, jer sada moraš ponovno raditi sliku. Hajde da vidimo kako stoje stvari s tvojom slikom". Stavljanje teksta u drugi kontekst može promijeniti njegovo značenje.

Upute za aktivno slušanje

- Strogo odlučite slušati i usmjeravati punu pozornost na drugu osobu.
- Gledajte sugovornika u oči.
- Ne prekidajte. (Ne zapitkujte "zašto", i ne govorite "ja također...".)
- Parafrazirajte (Možete rečenicu započinjati s "Ako sam dobro razumio/razumjela, Vi/ti...").

Prodornost

Prodornost podrazumijeva davanje povratne informacije drugima bez kritiziranja bilo čije osobnosti, već izražavajući nezadovoljstvo datim ponašanjem/stanjem.

Povratnom informacijom (engl. feedback) promatrač analizira nečiju radnju ili ponašanje i time pomaže da se isto ispravi ili poboljša. Uspješnost povratne informacije ovisi o tome kako je oblikovana, o odnosu dvaju članova tima/skupine te o njihovim očekivanjima.

Povratna informacija može se dati u obliku ocjene nekog ponašanja odnosno TI-poruka (npr. "Nije lijepo što si opet zakasnio."), ili u obliku opisa doživljaja i reakcije govornika na određeno ponašanje odnosno JA-poruke (npr. "Kada si počeo govoriti o tome, jako sam se uplašila"). Iskustvo je pokazalo da

ocjenjivačke povratne informacije najčešće izazivaju kod primatelja otpor ili potrebu za obranom. Opisne povratne informacije omogućavaju mu da sebe i okolinu bolje upozna i mijenja svoje ponašanje u skladu s odnosima koje želi razvijati s drugim ljudima.

U svakodnevnom životu ljudi nisu posebno uvježbani u komunikacijskim vještinama, pa najčešće daju povratne informacije u posrednom obliku ili kao TI-poruke. Tako, primjerice, često možemo čuti: "Ti me ljutiš". Pri tome se ne zna što osoba zapravo doživljava, niti zbog čega, te kako se ta poteškoća u odnosu dviju osoba može svladati.

Kada je pravilno oblikovana, povratna informacija može biti vrlo korisna. Ilustracija 1 sadrži pravila oblikovanja djelotvorne povratne informacije. Kod povratnih informacija, osim sadržaja važni su i različiti neverbalni znaci, primjerice, ton glasa, držanje tijela i pokreti, koji mogu potkrijepiti ili promijeniti poruku.

Primatelju povratne informacije najvažnije je da mirno sasluša što mu se govori i za to se vrijeme suzdrži od potrebe za obranom, te da zatraži dodatna pojašnjenja ako što nije razumio. Povratna je informacija jedan od načina davanja podrške, ali i izazova i davanja poticaja.

Stoga razlikujemo:

- potvrdne povratne informacije - slušatelj pokazuje da je pošiljalatelj na pravom putu, da uspješno napreduje u ostvarivanju svoga cilja; i
- korektivne povratne informacije - slušatelj reagira na "lutanje" u ostvarivanju određenog cilja ili u obavljanju određene radnje.

Korektivna povratna informacija treba biti posebno pažljivo oblikovana. Treba voditi računa o tome da njezin cilj nije mijenjati sugovornika već mu prenijeti svoj dojam.

TI i JA poruke

U TI-porukama najčešće se sudi o drugim osobama. Takve prosudbe posebice su opasne kada komunikacijski proces zapada u teškoće. U tom slučaju TI-poruke najčešće dovode do otpora i do potrebe za obranom. U takvim situacijama, pogotovo kada ponašanje druge osobe ima neposredan učinak na nas, mnogo su djelotvornije JA-poruke.

U takvim porukama opisujemo:

- određeno ponašanje koje nas ometa ili na bilo koji način ugrožava;
- posljedice tog ponašanja; i
- osjećaje koje je to ponašanje izazvalo.

Prema mišljenju nekih stručnjaka, JA-poruke zapravo mogu biti pasivne jer prepuštaju drugima da nešto poduzmu za nas. Dakle, ako ih želimo učiniti aktivnima, izravnijima i na taj način puopunijima, potrebno je da drugi znaju ono što u danoj situaciji želimo. Ilustracija 2 prikazuje razliku između pasivnih i aktivnih prijedloga.

Vještine prezentacije

Iako je prezentacija u svom najjednostavnijem obliku svaki izražaj misli ili osjećaja primatelju poruke, u današnje je vrijeme razvila značenje prikazivanja neke koncepcije skupini ljudi zainteresiranih za određenu temu.

Ključne sastavnice uspješne prezentacije su tema, vrijeme, svrha i publika.

Tema

Prezentacija se može usredotočiti na niz predmeta, pitanja i tema. Brojni su razlozi za različit odnos prezentatora i publike prema temi. Postoje tri situacije vezane uz razinu prezentatorovog poznavanja teme i upoznatosti publike s njome:

- prezentator je dobro, ali je publika slabije upoznata s temom;
- publika je dobro, ali je prezentator slabije upoznat s temom;
- publika i prezentator jednako su dobro upoznati s temom.

Korisne web adrese

- www.idebate.org
- www.ukans.edu/cwis/units/coms2/vpa/vpa.htm
- www.public-speaking.org
- www.mts.net/~infopak/PAGE4.html

ILUSTRACIJA 1

Djelotvorne povratne informacije moraju biti:

- **Opisne** - Kada opisujemo svoj doživljaj, omogućujemo drugome da nauči nešto o ljudima općenito. Nasuprot tome, kada sudimo ili nastojimo nešto protumačiti, povećavamo vjerojatnost obrambenog ponašanja.
- **Konkretno** - Uvijek se usredotočite na ono što se može promijeniti, a klonite se onoga što bi se moglo protumačiti kao napad na osobnost neke osobe.
- **Konstruktivne i odmjerene** - Uvijek vodite računa o mogućnostima i potrebama primatelja.
- **Korisne** - Savjete usmjerite na ponašanje koje je moguće promijeniti. Ne kritizirajte ponašanje koje pojedinac jednostavno ne može promijeniti (npr. mucanje).
- **Pravodobne** - Povratne informacije su djelotvornije kada su neposredno vezane uz neko nedavno ponašanje, a ne uz nešto od čega je prošlo puno vremena.
- **Željene** - Povratne informacije zaista su djelotvorne samo ako ih primatelj želi čuti. Najdjelotvornije su onda kada primatelj sam oblikuje pitanja kojima se provjerava učinak određenog ponašanja.
- **Provjerene** - Važno je da i pošiljalac i primatelj povratnih informacija mogu provjeriti sadržaj poruke. To se može postići ako primatelj svojim riječima ponovi određenu poruku. Na taj se način izbjegava nesporazum, a u tome sudjelovati mogu i ostali članovi tima.

ILUSTRACIJA 2

Pasivna i aktivna komunikacija

PASIVNO

- Ljutim se kada me prekidaš u razgovoru...
- Teško mi je kada mi ne javiš kada ćeš doći kući. Tada se osjećam...

AKTIVNO

- ...stoga predlažem da mi dozvoliš da završim.
- ...bilo bi mi lakše kada bi mi javio/la kada dolaziš kući.

Vrijeme

Vremenski okvir za prezentaciju često ovisi o publici ili o vanjskom čimbeniku (npr. upravi ili organizatoru neke konferencije). Ustroj prezentacije treba oblikovati tako da se ključne poruke prezentacije mogu prenijeti u različitim vremenskim trajanjima.

Svrha

Prezentacija ima dvije glavne svrhe: otvorenu i skrivenu. Otvorena svrha jasno je izražena: ono što želimo postići održavanjem prezentacije (npr. usmeno izvješće upravi o uspješnosti tima kojim rukovodimo). Ali prezentacija ima i drugu svrhu, koja nije jasno izražena, već je skrivena (npr. željeli bismo više novca za naš tim).

Upute za davanje korektivne povratne informacije

- Treba ju izraziti prijateljskim tonom, obzirno prema osobi kojoj je upućena.
- Treba biti povezana uz potvrdnu povratnu informaciju.
- Treba biti kratka i izravna.
- Ne smije biti usmjerena na osobine određene osobe, već na njezino ponašanje.
- Treba ju izraziti u ograničenoj količini. Preplavljanje osobe povratnim informacijama može otežati razumijevanja i obradu prenijetih informacija.
- Drugog slušatelja treba pozvati da dade svoju povratnu informaciju odnosno dodatno gledište.
- Drugog slušatelja treba potaknuti i da otkrije druge moguće načine postizanja određenih ciljeva.

Publika

Publika je ključna sastavnica uspješne prezentacije. Prije pripreme prezentacije, ključno je upoznati se sa sastavom publike, njihovim očekivanjima od dotične prezentacije, interesima, razinom poznavanja teme i njihovim otvorenim i skrivenim ciljevima.

Evo najvažnijih pravila vezanih uz pristupanje ciljanoj publici:

- koristite se odgovarajućim kanalima i medijima, ovisno o brojnosti određene publike;
- prezentacija treba odgovarati interesima publike;
- treba se unaprijed upoznati s razinom poznavanja teme i sposobnosti učenja publike;
- rječnik treba prilagoditi publici kako bi se izbjeglo spominjanje nepoznatih pojmova ili neobjašnjenih skraćenica;
- mjesto događanja i oprema trebaju odgovarati vrsti prezentacije.

Ako se prekrši i jedno od navedenih pravila, proces učenja može se znatno otežati.

Čak i izvrstan prezentator/moderator/trener, stručnjak za određenu temu, treba uvijek biti pripremljen i izbjegavati improvizaciju. Priprema nužno uključuje detaljan plan prezentacije te odgovarajuće materijale i vizualna pomagala.

ILUSTRACIJA 3

Koraci u pripremi i izvođenju prezentacije**ODABIR KOMUNIKACIJSKOG KANALA****Pisanim oblikom lakše je:**

- iznositi složene podatke (propisi, zakonski akti, izvješća),
- smanjiti vjerojatnost izražavanja negativnih osjećaja.

Usmenom komunikacijom lakše je:

- uvjerljivo upotrijebiti osjećaje,
- usmjeriti pozornost slušatelja,
- odgovoriti na pitanja, riješiti sukobe, postići suglasnost,
- prilagoditi ideje reakcijama slušatelja,
- dobiti trenutni odgovor (feedback).

Spajanjem ovih dvaju kanala govornik može iskoristiti prednosti oba oblika, ali se treba pobrinuti da se oni međusobno nadopunjuju, a ne izazivaju suprotstavljena shvaćanja ili smetnje.

RAZRADA STRATEGIJE PREZENTACIJE**Prilagodba teme slušateljima:**

- Koliko slušatelja je već upoznato s temom prezentacije?
- Koliko im je ona važna?
- Kakva su njihova mišljenja i stavovi o temi?
- U kakvom je stanju/raspoloženju slušateljstvo?

Početak prezentacije: Recite slušateljima o čemu ćete im govoriti.

- Pozdrav, uvod (započnite nekom iznenađujućom ili šaljivom tvrdnjom, pričom ili šalom vezanom uz temu, provokativnim pitanjem ili dobro odabranim citatom)
- Tema (naziv/tema vaše prezentacije)
- Cilj (svrha prezentacije)
- Kratki prikaz (glavna pitanja koja prezentacija obrađuje)
- Trajanje (duljina prezentacije)
- Pitanja (kada slušatelji mogu postavljati pitanja)

Srž prezentacije: Recite im ono što ste im obećali.

- Navedite naslov i ključnu poruku te na kraju svake cjeline zatražite povratnu informaciju.
- Odaberite informacije (jednostavne, konkretne, slikovite).
- Organizirajte informacije.
- Naglasite cilj izlaganja.
- Iznesite pozitivne argumente.
- Povremeno sažimajte cjeline.
- Analizirajte moguće prigovore.

Završetak prezentacije: Recite im o čemu ste im govorili.

- Napomenite da je prezentacija pri kraju.
- Iznesite sažetak.
- Iznesite zaključak.
- Dovršite prezentaciju (vratite se na početak prezentacije, završite pozitivnom, živahnom slikom ili recite slušateljima što su vaša očekivanja).
- Pozovite ih da postavljaju pitanja.

ILUSTRACIJA 3 (NASTAVAK)

Koraci u pripremi i izvođenju prezentacije

Odgovaranje na pitanja:

- Napomenite da ćete na pitanja odgovarati na kraju prezentacije.
- Tijekom prezentacije ponekad zastanite i sami postavite pitanje za koje mislite da bi ga slušatelji mogli imati, te na njega odgovorite.
- Dok se postavljaju pitanja, ne kimajte glavom i ne skrećite pogled, već tu osobu gledajte u oči.
- Ako trebate smisliti odgovor, ponovite ili izrecite pitanje drugim riječima.
- Odgovore treba povezati s onim što je rečeno u izlaganju.
- Odgovore treba proširiti na cijelu publiku.
- Ako je pitanje neprijateljsko i napadačko, preoblikujte ga na neutralan ili pozitivan način.
- Ako ne znate odgovor, recite to i obećajte da ćete provjeriti odnosno potražiti odgovor.
- Kada su sva pitanja obrađena, još jednom zaokružite svoje izlaganje kratkim sažetkom.

Pravila

Na sastancima, radionicama i otvorenim raspravama vrlo je važno na samom početku postaviti jasna pravila i pozivati se na njih kada je to potrebno (naglasiti koliko je vremena predviđeno za prezentacije, raspravu, pitanja, itd.).

Materijali i vizualna pomagala

Pravila za pripremu materijala:

- učinite ih privlačnima i laganima za čitanje (krupna slova, natuknice, crteži, ograničen broj boja);
- ako je moguće, koristite raznolika pomagala (flipchart, folije za grafoskop, tiskane materijale)

Uobičajena pomagala za trening

- audio-kazetofon
- dija projektor
- kombinirani audio i dija projektor
- računalo
- flipchart
- tiskani materijali
- interaktivni video-zapis
- fizički predmeti
- grafoskop
- video
- LCD-projektor
- bijela ploča za pisanje

Neka pomagala s popisa u lijevom okviru, iako su sva u uporabi, odgovaraju i koriste se u gotovo svakoj prilici - flipchart, grafoskop i tiskani materijali.

Flipchart

Flipchart je izuzetno korisno vizualno pomagalo. Radi se o stalku na kojem se nalaze deblji papiri formata A1, suvremenog ekvivalenta ranijeg "newsprinta", na kojem su korišteni listovi tankog papira. Flipchart ima nekoliko namjena: prikupljanje ideja slušatelja, crtanje grafikona ili organigrama, popisivanje zadataka u vježbama, lijepljenje papirića, ispisivanje plana rada, crtanje piktograma, skica i raznih drugih umjetničkih oblika.

Tri su vrste velikih bijelih papira za flipchart s obzirom na vrijeme potrebno za njihovu pripremu za prezentaciju:

- **gotovi** - ilustracije i tekst pripremljeni su prije prezentacije i na flipchart se više ništa ne dopisuje;
- **polugotovi** - vizualni materijali pripremljeni su unaprijed i dodaju se tijekom prezentacije;
- **improvizirani** - po flipchartu se spontano piše i crta tijekom prezentacije (napomena: prije prezentacije ipak treba pomno razmisliti o onome što će se na papir staviti).

Sve tri spomenute metode zahtijevaju intenzivne pripreme i planiranje, a u pripremu i prikazivanje sadržaja na flipchartu valja uložiti puno truda. Takav će vidljiv trud publika izuzetno cijeniti. Desni okvir nudi savjete za uspješno korištenje flipcharta.

Grafoskop

Grafoskop je elektronička inačica flipcharta. Postoje neka važna pravila kojih se treba pridržavati kada ga koristite za prezentaciju:

- pokazujte po foliji, a ne po platnu;
- ugascite grafoskop čim završite s pojedinom folijom;
- imajte na umu da paljenje/gašenje grafoskopa u kratkim razmacima ometa praćenje prezentacije, pa to nemojte činiti prečesto.

Tiskani materijali

Tijekom prezentacije tiskani materijal može imati različite uloge. To je vizualno pomagalo za one koji uče kroz viđeno. Nakon prezentacije, tiskani materijal može poslužiti kao podsjetnik na sadržaj i na njezine najvažnije točke. Ilustracija 4 prikazuje različite vrste tiskanih materijala prema njihovoj namjeni i obliku.

Ovi oblici nisu uzajamno isključivi. Neke vrste tiskanih materijala mogu se kombinirati prema konkretnoj prezentaciji i u skladu s potrebama publike. Tiskani materijali razlikuju se i prema načinu njihove razdiobe.

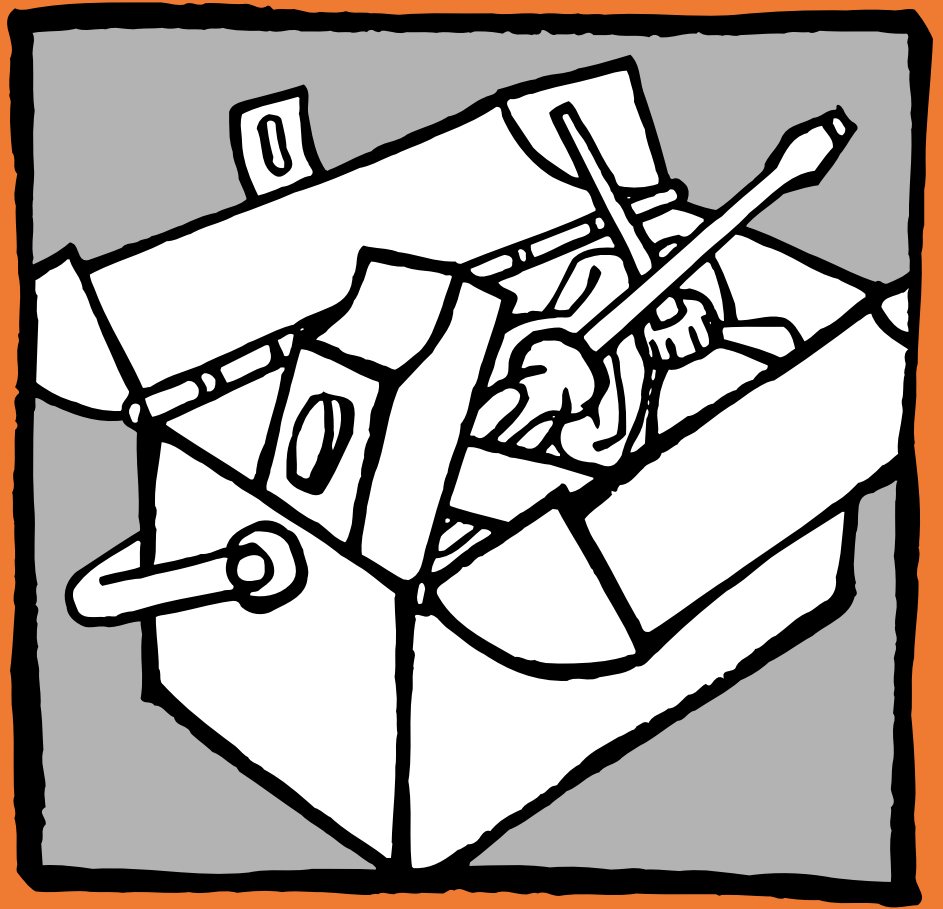
Savjeti za izradu flipcharta

- Svakom flipchartu dajte neko ime.
- Koristite debele flomastere; slova trebaju biti vidljiva s udaljenosti od 10 m.
- Koristite velika početna slova, radi boljeg učinka.
- Mijenjajte boje (npr. jedan red crvenom, sljedeći plavom bojom, itd.).
- Ilustrirajte stranice flipcharta crtežima ili kružnim, kvadratnim i sličnim oblicima.
- Izbjegavajte cjelovite rečenice.
- Flipchart nije božićno drvce - ne koristite sve mogućnosti odjednom.
- Kombinirajte flipchart s tiskanim materijalima koje ste pripremili.
- Svaku stranicu iskoristite do kraja, kako biste dokazali da svoju prezentaciju shvaćate ozbiljno.
- Izbjegavajte flomastere koji se razlijevaju kroz papir.
- Olovkom si na papiru unaprijed upišite napomene. Publika ih neće zamijetiti.
- Obraćajte se publici, a ne flipchartu.
- Pobrinite se da svi bez poteškoća mogu vidjeti sadržaj flipcharta.

ILUSTRACIJA 4

Vrste tiskanih materijala

- **Tiskani materijal za vježbe** koristi se kao podloga za pojedinačni ili skupni rad. Popunjavanje takvih materijala dio je učenja. U ovoj su kategoriji formulari za proračun, prikazi financiranja udruga i upitnici.
- **Tiskani materijali s popisom sadrže** jednostavan popis pitanja kojima se treba pozabaviti tijekom treninga. Takav se tiskani materijal može povezati s prethodnim dijelovima prezentacije, jer ponavlja pitanja ili informacije i zatim od sudionika traži da ih nadopune vlastitim idejama.
- **Tiskani materijal za raspravu** nudi neke ideje za raspravu u skupini. Sadržaj takvog tiskanog materijala navodi prijedloge ili sporne izjave, a ne informacije. To može biti crtež, organogram ili plan kojim se potiče rasprava.
- **Mnemonički tiskani materijali** su inačica onih s popisom. Mnemoničke metode (metode zapamćivanja) omogućuju publici zapamtiti najvažnije dijelove prezentacije.
- **Tekstualni tiskani materijali** daju iscrpne informacije o temi. Ova vrsta tiskanih materijala može biti potpuno neovisni materijal - ne treba nužno biti povezan s treningom. Uz pažljivu pripremu, ova informacija može se pretvoriti i u zasebnu publikaciju.
- **Pomoćni tiskani materijali** ne odnose se na sadržaj prezentacije, ali ju ipak mogu korisno dopunjavati. Takvi tiskani materijali mogu opisivati pojedine uloge za igru uloga, sadržavati upute za simulaciju ili smjernice za vježbe zagrijavanja ili ocjenjivanje.



Komplet za trening

Vježba 1: U drugoj ruci

Opis: Otvaranje prema novim oblicima komunikacije

Sudionici: Pojedinačno

Trajanje: 5 minuta

Materijali: Samoljepivi papirići

Postupak

Podijelite svim sudionicima samoljepive papiriće i zamolite da se na njih potpišu, ali suprotnom rukom od one kojom se inače potpisuju.

Rasprava

Je li vam ovo novo iskustvo? Kako vam se činilo? Jeste li ikada vježbali pisanje suprotnom rukom? Što mislite na koji je način to povezano s komunikacijom? Jeste li do sada pokušavali komunicirati na neki novi način?



Vježba 2: Zrcalo

Opis: Osvješčivanje neverbalne komunikacije

Sudionici: U parovima

Trajanje: 20-30 minuta

Postupak

- 1 Podijelite sudionike u parove i objasnite im da će im ova vježba pomoći da vide što rade sa svojim tijelom dok razgovaraju s drugima. Neka sami odluče tko će glumiti zrcalo, a tko će pričati neku priču (primjerice, nešto što se dogodilo toga jutro).
- 2 Nakon dvije minute dajte im znak da zamijene uloge. "Zrcalima" objasnite da moraju odražavati neverbalne znakove osobe koja priča priču.
- 3 Kada su svi sudionici izmijenili obje uloge, slijedi skupna rasprava.

Rasprava

Po završetku ove vježbe vrlo je važno sudionicima dati mogućnost da izraze kako su se osjećali tijekom ove vježbe, što su sve zamijetili, jesu li naučili nešto novo. Važno je razgovarati o obje uloge. Nakon ovog dijela bilo bi dobro da voditelj/ica vježbe kaže nešto o prijašnjim iskustvima vezanima uz ovu vježbu te dade kratki prikaz ili podijeli tiskane materijale o neverbalnoj komunikaciji. Što činimo dok razgovaramo? Kakve izraze lica pravimo? Što radimo s rukama i ostalim dijelovima vlastitog tijela?

2

Vježba 3: Vodič slijepih

Opis: Vježbanje vještine slušanja i shvaćanje kako drugi ljudi primaju signale koje šaljemo

Sudionici: U parovima

Trajanje: 30-40 minuta

Materijali: Prazna prostorija i prepreke (stolovi, stolci, itd.)

Postupak

- 1 Razdijelite sudionike u parove. Ova vježba pomoći će nam da uvidimo na koji način primamo znakove od drugih ljudi, koliko smo dobri u tome, ali i da vidimo koliko imamo povjerenja u to da nas drugi "vode".
- 2 Važno je naglasiti da se vježba provodi u potpunoj tišini. Verbalna je komunikacija zabranjena. Čitava skupina provodi vježbu u parovima. Prvo će jedna osoba iz para voditi drugu - "slijepca" - te će nakon nekoliko minuta zamijeniti uloge. Pobrinite se da se sudionici prije početka vježbe ne dogovaraju o metodama.
- 3 Voditelj vježbe dodatno će otežati zadatak postavljanjem prepreka po putu (stolova, stolova, itd.). Vodič mora izbjegavati prepreke, istovremeno vodeći računa o kretanju "slijepca".

Rasprava

Po završetku vježbe potrebno je sa sudionicima porazgovarati o njihovom iskustvu "vodiča" i "slijepca". Uz razgovor o tome kako su se osjećali i što su doživjeli, pitajte ih na koji način je par komunicirao, koje su znakove izmjenjivali i kako.

3

Vježba 4: Grupna skulptura

Opis: Učenje izražavanja osjećaja verbalnom i neverbalnom komunikacijom

Sudionici: Skupine od 4-5 osoba

Trajanje: 40-50 minuta

Materijali: Popis tema (npr. sreća, tuga, ljutnja, itd.)

Postupak

- 1 Razdijelite sudionike u skupine od 4-5 osoba i svakoj skupini dajte temu na koju trebaju izgraditi skulpturu od vlastitih tijela.
- 2 Za ovaj zadatak dajte im dvadesetak minuta, nakon čega svaka skupina treba predstaviti svoju skulpturu i o njoj raspravljati.

Rasprava

Nakon svake prezentacije nužno je porazgovarati i o načinu nastanka skulpture. Kako su se odvijali razgovori unutar skupine? Je li postojalo nekoliko suprotstavljenih ideja? Ako jest, kako su odlučili koju od njih će upotrijebiti? Je li bilo teško izvesti ovu vježbu? Što su iz nje naučili?



Vježba 5: Biti dobar slušatelj

Opis: Proučavanje metoda slušanja

Sudionici: Tročlane skupine

Materijali: Flipcharti i flomasteri

Postupak

- 1** Započnite objašnjenjem uloga svakog od članova skupine. Jedan od njih je slušatelj koji nastoji ohrabriti govornika što je više moguće. Drugi je govornik, koji ima pet minuta vremena da objasni neki problem u svom svakodnevnom radu. Treći je promatrač, čiji je zadatak uočiti da li i kako slušatelj potiče ili onemogućuje govornika.
- 2** Dok govornik priča, promatrač mora promatrati slušatelja da bi vidio kako on/a potiče razgovor. Nakon pet minuta dolazi do zamjene uloga. Sljedećih pet minuta slušatelj postaje govornikom, promatrač slušateljem, a govornik promatračem, i tako još jedanput.
- 3** Na kraju vježbe neka svaki član skupine opiše svoja zapažanja o tome kako je njegov slušatelj poticao razgovor. Na jednu ploču zapišite vrste ponašanja koja potiču razgovor, a na drugu ponašanje koje onemogućuje kvalitetan razgovor. Ilustracija 5 navodi načine poticanja i onemogućavanja razgovora.

Rasprava

Pomaže li neverbalna komunikacija razgovoru? Kakva su pitanja postavljena i kakve su vrste tvrdnji izrečene?

5

ILUSTRACIJA 5

Utjecaji na razgovor

DOBROM RAZGOVORU POMAŽE

- gledanje u govornika
- ohrabrivanje govornika (npr. kimanjem glavom, osmjesima, itd.)
- verbalno ohrabrivanje
- pokazivanje suosjećanja, strpljenja i prihvaćanja
- pokazivanje zanimanja
- postavljanje pitanja radi traženja objašnjenja
- davanje dobrih, konkretnih i specifičnih savjeta
- neprekidanje govornikova izlaganja
- izbjegavanje kritike i osuđivanja
- stjecanje povjerenja (npr. sve što se kaže ostaje strogo povjerljivo)

DOBAR RAZGOVOR ONEMOGUĆUJE

- negledanje u govornika
- nepokazivanje suosjećanja
- neslušanje onoga o čemu se govori, ili postavljanje pitanja
- kritiziranje ili osuđivanje govornika
- previše govorenja umjesto slušanja
- svađanje
- pričanje o sebi
- obavljanje drugih radnji za vrijeme slušanja, (npr. pregledavanje nekih papira, ili vlastitih noktiju)
- ismijavanje govornika, neuzimanje govornika za ozbiljno

5

Vježba 6: Nepoznati predmet

Opis: Selektivno slušanje i subjektivno opažanje

Sudionici: 3 dobrovoljca; ostali kao skupina

Trajanje: 30 minuta

Postupak

- 1 Objasnite da se igra sastoji u pogađanju tajanstvenog predmeta. Potrebna su 3 dobrovoljca. Troje odabranih treba izaći iz prostorije i dogovoriti se koji će tajanstveni predmet opisati ostatku skupine.
- 2 Skupina će nastojati pogoditi o kojem se predmetu radi tako da će svakom od troje dobrovoljaca moći postaviti po jedno pitanje prilikom njihovog ulaska u prostoriju. Svaki dobrovoljac će ući u prostoriju 4 puta, što znači da skupina ima pravo postaviti ukupno 12 pitanja.

Rasprava

Upitajte dobrovoljce kako su se osjećali u svojim ulogama i kakvim su im se činila pitanja koja je skupina postavljala. Je li bilo dobrih pitanja koje je skupina propustila postaviti? Koji su im odgovori pomogli, a koji nisu, u otkrivanju tajanstvenog predmeta?

6

Vježba 7: Drugim riječima

Opis: Proučavanje nedostataka i prednosti parafraziranja

Sudionici: U parovima

Trajanje: 50 minuta

Postupak

- 1 Svaki od partnera u paru treba jedan drugome ukratko ispričati svoj najbolji doček nove godine u manje od 3 minute. Nakon toga, osoba koja je slušala ima najviše jednu minutu za prepričavanje onoga što je čula. Voditelj/ica vježbe vodi računa o vremenu i pljeskom daje znak kada treba prestati pričati.
- 2 Autor priče treba zabilježiti što je tijekom parafraziranja u priči izgubljeno ili greškom dodano.

Rasprava

U raspravi je potrebno usmjeriti se na to koliko smo bili uspješni u sažimanju priče. Je li sažeto prepričavanje točno odražavalo priču ili su neke stvari promijenjene? Bilo bi dobro da nekoliko sudionika iznese svoje dojmove, kako bi skupina mogla dati svoje opaske.



Vježba 8: Povratna informacija (feedback)

Opis: Kako se služiti povratnom informacijom i poboljšati raspoloženje u skupini

Sudionici: Pojedinačno

Trajanje: 60-70 minuta

Materijali: Pojedinačni obrasci za povratnu informaciju

ILUSTRACIJA 6

Obrazac za povratnu informaciju

Poruka za _____ od _____

Cijenim, sviđa mi se _____

Želio/Željela bih da drugačije

Postupak

- 1 Svaki član skupine piše svim ostalim članovima pojedinačne poruke u kojima navodi što mu/joj se sviđa kod te osobe, a što bi želio/željela da ta osoba radi drukčije.
- 2 Svatko dobiva poruke od svih ostalih. Zatim svaki sudionik, ako želi, čita sve primljene poruke. Ako je potrebno, voditelj/ica pomaže u pojašnjavanju njihovog značenja. Voditelj/ica treba više puta naglasiti da je odluka o tome, što će učiniti s porukom, isključiva odgovornost pojedinca. Hoće li promijeniti svoje ponašanje ili ne?

Rasprava

Završna rasprava ovisi o tome koliko su kvalitetne bile upute i pomoć voditelja u tome da svi sudionici dobro prihvate dobivene poruke. Također, je li voditelj vježbe uspješno i u pravim trenucima pomogao u preoblikovanju nekih poruka.

8

Vježba 9: TI i JA poruke

Opis: Preoblikovanje poruka kako bi one postale konstruktivnije i prihvatljivije

Sudionici: Male skupine

Trajanje: 40 minuta

Postupak

- 1 Razdijelite skupinu u parove koji do tada uopće nisu ili su najmanje zajedno radili vježbe. Neka sudionici na papir napišu po jednu rečenicu o situaciji u kojoj ih je netko napao, optužio, prigovorio im, i to u TI obliku. Nakon toga taj papir trebaju razmijeniti s partnerom.
- 2 Partner treba dotičnu rečenicu iz TI oblika pretvoriti u JA oblik.

Rasprava

Na kraju svaki sudionik može svoju rečenicu predstaviti skupini. Potrebno je čuti kako su se sudionici osjećali kada su dobili svoje JA poruke. Kakvima im se čine? Bi li se te poruke mogle izgovoriti u situaciji u kojoj su dobili TI poruke? Bi li bile djelotvorne?

9

Vježba 10: Pitanje ZAŠTO

Opis: Razumijevanje posljedica pitanja "zašto"

Sudionici: U parovima

Trajanje: 20 minuta

Postupak

- 1 Podijelite skupinu u parove i dogovorite se tko će biti osoba A, a tko osoba B.
- 2 Osoba A postavlja tri pitanja osobi B koja započinju sa «zašto». Osoba B samo treba saslušati sva 3 pitanja i na njih ne davati odgovore.
- 3 Sada osoba B treba postaviti 3 pitanja koja započinju sa «zašto» osobi A. Također, osoba A treba samo saslušati pitanja, bez odgovaranja.
- 4 Slijedi razgovor sa svakim parom o tome kako su se osjećali kada su čuli pitanja? Jesu li željeli na njih odgovoriti?
- 5 Nakon razgovora, voditelj objašnjava na koji način pitanje «zašto» možemo preoblikovati u pitanje koje započinje s, primjerice "Jeste li ... ?", "Čini mi se ... ?" "Što mislite ... ?"
- 6 Nakon kratkog izlaganja i rasprave, osoba A i B postavljaju ista ona pitanja od ranije, ali preoblikovana. Sada osobe mogu, ako žele, odgovarati na pitanja.

Rasprava

Kako su preoblikovane inačice pitanja utjecale na naše raspoloženje? Je li bilo vidljivih promjena na osobi koja je postavljala pitanje? Na osobi kojoj je pitanje bilo upućeno?

10

Vježba 11: Jesam li to zaista ja?

Opis: Proučavanje usmjerenosti govora i prezentacije

Sudionici: Idealno može sudjelovati čitava skupina, ovisno o veličini i o preostalom vremenu, ali prezentaciju treba održati najmanje 5 dobrovoljaca.

Trajanje: Ovisno o veličini skupine.

Priprema prezentacije: 15 minuta

Držanje i snimanje prezentacije: dvije minute po sudioniku.

Gledanje video-zapisa i rasprava: 5-7 minuta po prezentaciji

Materijali: Govornica (ili nešto slično), video, video-kamera i televizor

Postupak

- 1 Objasnite skupini da svatko od njih treba pripremiti prezentaciju na neku temu koju dobro poznaje, koja smije trajati najdulje 2 minute.
- 2 Svaka prezentacija snima se video-kamerom.
- 3 Nakon toga svi zajedno gledaju snimke i daju svoja zapažanja o tome što im se osobito svidjelo te što misle da bi trebalo poboljšati.
- 4 U slučaju da vremensko ograničenje ne dozvoljava da prezentacije održe svi sudionici, treba pronaći dobrovoljce. Oni smiju koristiti sva raspoloživa pomagala koja mogu pridonijeti uspješnosti samog izlaganja.
- 5 Po završetku svih prezentacija, skupina će pregledati sve snimke jednu po jednu i o njima raspraviti.

Rasprava

Nakon pregledavanja svake pojedinačne snimke, osoba na koju se snimka odnosi imat će priliku reći kako se osjećala tijekom svoje prezentacije, kako joj se čini snimka, što misli da bi trebala unaprijediti, itd. Ostatak skupine daje svoja mišljenja o tome što im se svidjelo, a što misle da treba poboljšati. Na kraju svake rasprave, voditelj/ica daje svoje povratne informacije, mišljenja i preporuke.

11

Vježba 12: Prezentacijska pomagala

Opis: Prepoznavanje prezentacijskih pomagala

Sudionici: Skupine od 4-5 osoba

Trajanje: 60 minuta

Materijali: Pripremljeni flipchart s popisom prezentacijskih pomagala, prazni listovi, flomasteri i ljepljiva traka

Postupak

Svrha ove vježbe jest potaći sudionike na razmišljanje o pojedinim sredstvima koja nam pomažu pri izvođenju prezentacije. Na ovaj se način sudionici aktivno uključuju u sam trening, stvarajući vlastite materijale. Vježba se može odvijati na dva načina - metodom rada u maloj skupini, ili metodom "oglasnih ploča".

Rad u malim skupinama

- 1 Svaka skupina dobija ime jednog predmeta koje se može koristiti kao prezentacijsko pomagalo, npr. "video-kamera".
- 2 Zadatak skupine jest raspraviti o tome što sve možemo raditi s tim pomagalom, u kojim prigodama, te koje su njegove prednosti i nedostaci.
- 3 Nakon rasprave, sve ideje i opaske sudionici trebaju ispisati na veliki papir (*flipchart*) kako bi ih mogli kratko predstaviti ostatku skupine.

Metoda oglasne ploče

- 1 Voditelj treninga unaprijed priprema velike bijele papire koje će rasporediti po prostoriji.
- 2 Svaki papir nosi naziv jednog pomagala (npr. "video-kamera", "dijapozitivi", "grafoskop", itd.). Također, papir treba podijeliti na nekoliko dijelova: "čemu služi", "prednosti", "nedostaci", "preporuke - za što koristiti", i sl.
- 3 Svaka skupina treba izraziti svoje mišljenje za svako pomagalo.
- 4 Voditelj/ica treba osmisliti neki znak kojim će sudionike upozoriti da je potrebno prošetati do sljedećeg papira odnosno oglasne ploče u nizu.
- 5 Vrijeme zadržavanja na svakoj ploči je otprilike pet minuta, a ne preporučuje se više od pet oglasnih ploča.

Rasprava

Po završetku primjene bilo koje od ovih metoda, svaka skupina trebala bi napraviti mali prikaz onoga što su dodali svakom pomagalu. Nakon toga slijedi kratka rasprava i opaske voditelja.

12

Prilog: Korištenje flipcharta i grafoskopa

PREDNOSTI

- **Prenosiv.** Veliki se papiri mogu lako smotati, a stalak rastaviti, što ga čini jednostavnim za transport.
- **Ne zahtijeva struju.** Za razliku od grafoskopa, dijaprojektora, videa, itd., nije potreban strujni priključak, što ga čini pokretljivijim i manje osjetljivim na nestanak struje.
- **Prilagodljiv.** Može se koristiti kao prazan list papira na koji se pojedine stavke mogu dodavati, ili kao već pripremljen list sa sadržajem koji se može otkrivati na niz različitih načina.
- **Iskoristiv bilo kakav papir.** Sam papir za flipchart ne mora biti posebno izrađen za tu svrhu, može se koristiti bilo kakav veliki list papira.
- **Jednostavna uporaba.** Osim čitljivog rukopisa, potrebno je vladati s tek nekoliko temeljnih vještina.
- **Naknadno uporabiv.** Svaki iskorišteni list papira može se otrgnuti sa stalka i zadržati kao plakat na zidu prostorije za trening/sastanak.
- **Iskoristiv za neposredno upisivanje podataka.** Nije potrebna nikakva priprema ako ga se želi koristiti za kratke bilješke tijekom izlaganja.
- **Moguće ga je postaviti bilo gdje.** Listovi papira, čak i oni uobičajene flipchart veličine A1, relativno su lagani i mogu se postaviti na zidove, vrata, ormare, čak i na zastore, pomoću suhe, samoljepive trake, npr. Blue Tack.

NEDOSTACI

- **Loše pripremljen može izgledati nestručno.** Neuglednost prikaza sadržaja na papiru može smetati publici i potkopati vjerodostojnost izlagatelja.
- **Nije trajan.** Papir ne traje dugo, što umanjuje vrijednost pomagala ako je ono dovoljno bitno da bi ga se zadržavalo i koristilo više puta.
- **Lako poderiv, savitljiv i podložan prljanju.** Iako je prenosiv, također ga je vrlo lako oštetiti pri prijevozu ili pospremanju.
- **Teško je na njemu izvoditi neke posebne metode.** Postoje neke posebne metode bitne za korištenje flipcharta, koje mogu zahtijevati određenu vještinu i spretnost. Primjerice, ako koristimo metodu otkrivanja napisa skrivenih pomoću samoljepive trake ili spjalica, ili stalno vraćanje na sadržaj više različitih papira, što zahtijeva višekratno prebacivanje istih papira metodom presavijanja i velikih spjalica - obje ove metode mogu vrlo lako početi po zlu.

Flipcharti

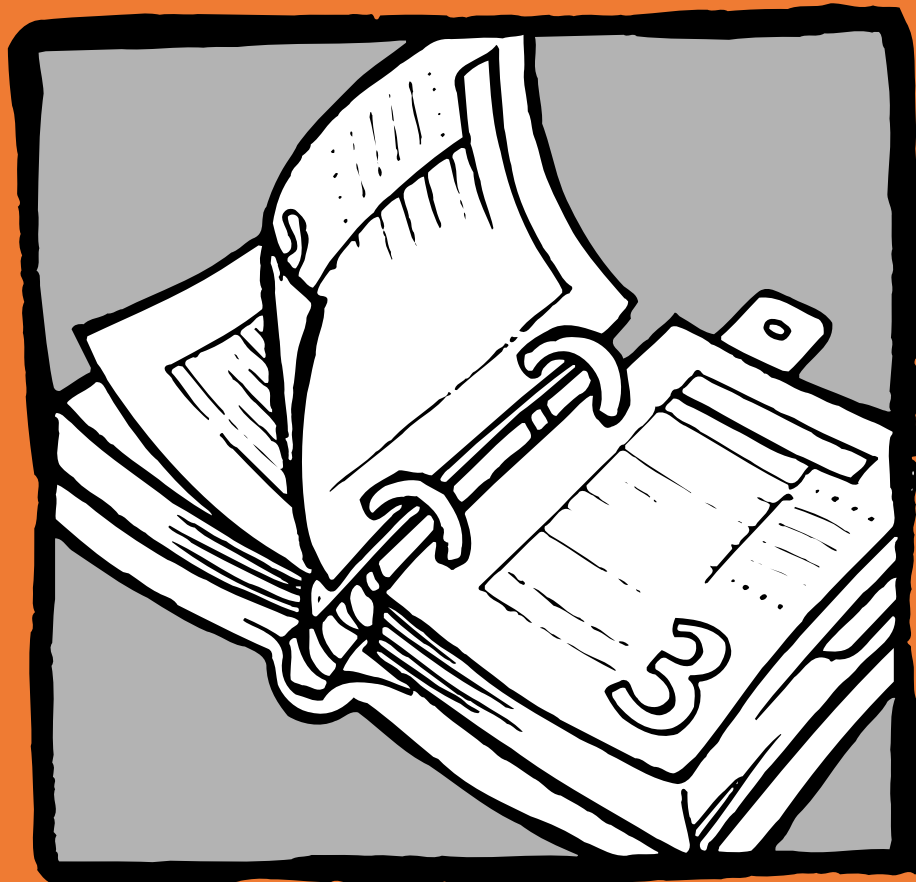
Prilog: Korištenje flipcharta i grafoskopa

PREDNOSTI

- **Veliki vizualni učinak.** Kako se slika projicira preko izvora svjetlosti, vizualni učinak može biti mnogo jači u odnosu na relativno jednoličan flipchart.
- **Iskoristivi i u osvijetljenoj prostoriji.** Za razliku od dijaprojektora i aparata za projekciju filmova, prostorija ne mora biti zamračena, a izlagatelj može imati stalan vizualni kontakt s publikom.
- **Velika projekcijska površina.** Projicirana slika može biti velika, stvarna veličina ograničena samo veličinom platna ili prazne površine, svjetlosnom jačinom projektoru i vrstom leće.
- **Lako dostupan.** Na mnogim je mjestima ova vrsta pomagala gotovo jednako raspoloživa kao i flipchart; ako ne postoji tamo gdje je potrebno održati prezentaciju, lako je prenosiv, osobito oni modeli koji su posebno prilagođeni za nošenje.
- **Korištenje sjedeći ili stojeći.** Neki izlagatelji za vrijeme svojih prezentacija sjede, dok drugi radije stoje i/ili hodaju uokolo; grafoskop omogućuje oba načina, iako je prvobitno zamišljeno da izlagatelj uz njega sjedi.
- **Profesionalna izvedba.** Prikazani materijali mogu izgledati vrlo profesionalno, bili oni izrađeni vješto rukom, uobičajenim fotografskim metodama, ili pak računalnom grafikom, što je danas najčešće.
- **Lako prenosive folije.** Acetatne prozirnice koje se koriste s grafoskopom, bile one uokvirene kao dijapozitivi ili u obliku prozirne folije, mogu se lako prenositi u mapi, torbi ili posebnoj kutiji za dijapozitive.

NEDOSTACI

- **Neophodan strujni priključak.** Za razliku od, primjerice, flipcharta, grafoskopu je za rad potreban strujni priključak. U većini slučajeva to nije problem, ali ponekad ipak dolazi do nestanka struje, a katkad i utičnice nisu kompatibilne s utikačem.
- **Stariji modeli su bučni.** Stariji (ili noviji a jeftini) modeli grafoskopa hlade se ventilatorom, koji često stvara buku.
- **Različito stanje.** Iako se grafoskopi, kao što vidimo iz lijevog popisa, mogu naći na mnogim mjestima, mnogi su od njih stariji, dugo korišteni modeli koji mogu biti u lošem stanju.
- **Ometajući položaj gornjeg dijela aparata.** Dio grafoskopa je i malo zrcalo postavljeno na vrhu okomitog držača; ako se ne vodi računa o rasporedu sjedenja, ovaj vrh može nekim gledateljima zakloniti dio slike na platnu.
- **Nesrazmjerni prikaz slike.** Do nesrazmjernog prikaza dolazi kada je vrh slike na platnu vodoravno širi od podnožja slike, što se obično događa uslijed preoštrg kuta pod kojim je aparat postavljen. Ova pojava ometa prezentaciju, a nekad ju je teško popraviti.
- **Sklonost ka gomilanju sadržaja.** Prozirna podloga grafoskopa s koje se prikazuju folije može izlagatelja navesti na pretjerivanje u količini materijala koji stavlja na jednu foliju. Velika prednost grafoskopa njegova je sposobnost utjecaja na publiku; nagomilavanje sadržaja samo će umanjiti taj utjecaj.



Primjer plana treninga

Kako izvesti trening?

Ovaj primjer plana rada trebao bi vam dodatno pomoći u osmišljanju treninga o razvijanju vještina prezentacije i komunikacije, koji ćete izvesti koristeći se različitim dijelovima ovog priručnika i vježbama. Njihova točna uporaba, u spoju s drugim aktivnostima, treba se temeljiti na onome što znate o očekivanjima i iskustvima vaših sudionika, kao i o vremenu raspoloživom za održavanje treninga. Primjer plana rada ne predlaže samo teme treninga, već i aktivnosti koje vam mogu omogućiti interaktivni karakter treninga.

Primjer plana treninga

1. dio – Uvod

VRSTA	SVRHA	PRIJEDLOG AKTIVNOSTI
Uvod	Upoznati sudionike s temom treninga i međusobno se upoznati	Predstavljanje
Očekivanja	Izraziti i razjasniti očekivanja	Rasprava
Objašnjenje plana rada	Prikazati plan i metode rada te ih povezati s očekivanjima sudionika	Izlaganje

2. dio – Komunikacija je...

VRSTA	SVRHA	PRIJEDLOG AKTIVNOSTI
Uvod	Predstaviti pristup temi koji će se koristiti tijekom treninga	Vježba 1: U drugoj ruci
Komunikacija je...	Dati konkretnije informacije o tome što je komunikacija	Izlaganje
Završna aktivnost	Razjasniti ključne sastavnice teme	Rasprava

3. dio – Verbalna i neverbalna komunikacija

VRSTA	SVRHA	PRIJEDLOG AKTIVNOSTI
Uvod	Predstaviti glavne razlike između verbalne i neverbalne komunikacije	Vježba 2: Zrcalo Vježba 3: Vodič slijepih
Verbalna i neverbalna komunikacija	Dati prikaz verbalne i neverbalne komunikacije	Izlaganje
Završna aktivnost	Uvježbavati neka sredstva neverbalne komunikacije	Vježba 4: Grupna skulptura

Primjer plana treninga (nastavak)

4. dio – Prekid komunikacije

VRSTA	SVRHA	PRIJEDLOG AKTIVNOSTI
Uvod	Prikazati komunikacijski šum i prepreke u komunikaciji	Izlaganje
Završna aktivnost	Međusobno razmijeniti iskustva u komunikaciji	Rasprava

5. dio – Djelotvorna komunikacija

VRSTA	SVRHA	PRIJEDLOG AKTIVNOSTI
Uvod	Predstaviti glavne sastavnice kvalitetne komunikacije	Kratka prezentacija
Aktivno slušanje	Informirati i razviti vještine aktivnog slušanja	Vježba 5: Biti dobar slušatelj Vježba 6: Nepoznati predmet Vježba 7: Drugim riječima
Povratne informacije	Informirati i razviti vještine davanja povratnih informacija	Vježba 8: Povratna informacija
TI i JA poruke	Informirati i razviti vještine korištenja TI i JA poruka	Vježba 9: TI i JA poruke
Završna aktivnost	Porazgovarati o vještinama koje bi svaki od sudionika želio poboljšati; ispisati glavne zaključke rasprave	Rasprava

6. dio – Načela vođenja razgovora

VRSTA	SVRHA	PRIJEDLOG AKTIVNOSTI
Uvod	Porazgovarati o tome od čega se sastoji razgovor	Rasprava
Načela vođenja razgovora	Predstaviti ključne sastavnice razgovora	Kratka prezentacija Vježba 10: Pitanje ZAŠTO
Završna aktivnost	Međusobno razmijeniti primjere uspješnih i neuspješnih razgovora	Rasprava

Primjer plana treninga (nastavak)

7. dio – Vještine prezentacije

VRSTA	SVRHA	PRIJEDLOG AKTIVNOSTI
Uvod	Predstaviti ključne sastavnice uspješnih prezentacija	Kratka prezentacija
Završna aktivnost	Raspraviti o ključnim sastavnicama i sažeti glavne zaključke	Rasprava

8. dio – Priprema i održavanje prezentacije

VRSTA	SVRHA	PRIJEDLOG AKTIVNOSTI
Uvod	Predstaviti glavne korake u pripremi i održavanju prezentacije	Izlaganje
Javni nastup	Vježbati izvođenje prezentacije za govornicom	Vježba 11: Jesam li to zaista ja?
Završna aktivnost	Sažeti važne komentare i poruke; ispisati glavne zaključke	Rasprava

9. dio – Prezentacijska pomagala

VRSTA	SVRHA	PRIJEDLOG AKTIVNOSTI
Uvod	Dati kratki pregled glavnih prezentacijskih pomagala	Kratka prezentacija voditelja vježbe
Prezentacijska pomagala	Načiniti popis najučestalijih prezentacijskih pomagala	Vježba 12: Prezentacijska pomagala
Završna aktivnost	Načiniti popis prednosti i nedostataka triju glavnih prezentacijskih pomagala	Rasprava i završetak ovog dijela

10. dio – Zatvaranje treninga

VRSTA	SVRHA	PRIJEDLOG AKTIVNOSTI
Osobni plan	Neka svaki sudionik izradi osobni plan unaprjeđivanja vlastitih vještina prezentacije i komunikacije	Pojedinačni rad
Ocjenjivanje	Prikupiti povratne informacije sudionika i ocijeniti trening	Rasprava

Regionalni centar zaštite okoliša za Srednju i Istočnu Europu (REC) je neopredijeljena, nepristrana, neprofitna organizacija čija je zadaća pomoć u rješavanju problema u zaštiti okoliša u Srednjoj i Istočnoj Europi (SIE). Centar svoju zadaću obavlja potičući suradnju među nevladinim udrugama, vladama i drugim zainteresiranim subjektima, podržavajući slobodnu razmjenu informacija i potičući sudjelovanje javnosti u odlučivanju o okolišu.

REC su 1990. godine utemeljile SAD, Europska komisija i Mađarska. Danas su REC-ov pravni temelj Povelja koju su potpisale vlade 27 zemalja i Europska komisija, te Međunarodni sporazum s Vladom Mađarske. Središnjica REC-a je u Szentendreu, u Mađarskoj, a lokalni uredi nalaze se u svakoj od 15 zemalja korisnica u regiji SIE, a to su: Albanija, Bosna i Hercegovina, Bugarska, Češka Republika, Estonija, Hrvatska, Latvija, Litva, Mađarska, Makedonija, Poljska, Rumunjska, Slovačka, Slovenija i Srbija i Crna Gora.

Najnoviji donatori su Europska komisija i vlade Albanije, Belgije, Bosne i Hercegovine, Bugarske, Češke Republike, Danske, Estonije, Finske, Francuske, Italije, Japana, Jugoslavije, Kanade, Latvije, Litve, Nizozemske, Njemačke, Poljske, Sjedinjenih Američkih Država, Slovenije, Švedske, Švicarske i Ujedinjenog Kraljevstva, kao i druge međuvladine i privatne ustanove.



Prezentacija i komunikacija