

RAZVIJANJE VEŠTINA NVO

Prezentacija i komunikacija



REGIONALNI CENTAR ZA ŽIVOTNU
sredinu za Centralnu i Istočnu Evropu

RAZVIJANJE VEŠTINA NVO

Prezentacija i komunikacija

Napisala
ANDREJA TONC

Uredile
ILDIKO SIMON i CERASELA STANCU

Preveo
NEBOJŠA NOVESKI



REGIONALNI CENTAR ZA ŽIVOTNU
sredinu za Centralnu i Istočnu Evropu

O REC - u

Regionalni centar za životnu sredinu za Centralnu i Istočnu Evropu (REC) je nestranačka, nezavisna, neprofitna organizacija čija je misija da pruža pomoć u rešavanju ekoloških problema u Centralnoj i Istočnoj Evropi. Centar ispunjava misiju ohrabrivanjem saradnje između nevladinih organizacija, vlada, privrede i drugih partnera u oblasti zaštite životne sredine, pružanjem podrške besplatnoj razmeni informacija i promovisanjem učešća javnosti u donošenju odluka koje se tiču životne sredine.

REC su 1990. godine osnovale Sjedinjene Američke Države, Evropska Unija i Mađarska. Danas je REC legalno zasnovan na povelji koju su potpisale vlade 27 zemalja i Evropska Unija, kao i na međunarodnom sporazumu sa vladom Mađarske. Sedište REC je u Sentandreji, u Mađarskoj, a lokalne kancelarije se nalaze u 15 zemalja korisnika u Centralnoj i Istočnoj Evropi: Albaniji, Bosni i Hercegovini, Bugarskoj, Hrvatskoj, Češkoj, Estoniji, Mađarskoj, Letoniji, Litvaniji, Makedoniji, Poljskoj, Rumuniji, Slovačkoj, Sloveniji i u Srbiji i Crnoj Gori.

Trenutni donatori su Evropska Unija i vlade Albanije, Belgije, Bosne i Hercegovine, Bugarske, Kanade, Češke, Danske, Estonije, Finske, Francuske, Nemačke, Italije, Japana, Letonije, Litvanije, Holandije, Poljske, Slovenije, Švedske, Švajcarske, Velike Britanije, Sjedinjenih Američkih Država i Srbije i Crne Gore, kao i druge međuvladine i privatne institucije.

Kompletna autorska prava pripadaju REC-u za Centralnu i Istočnu Evropu

Ni jedan deo publikacije se ne sme prodavati ni u jednoj formi ili umnožavati za prodaju bez prethodne pismene dozvole nosioca autorskih prava

ISBN: 963 9424 22 6

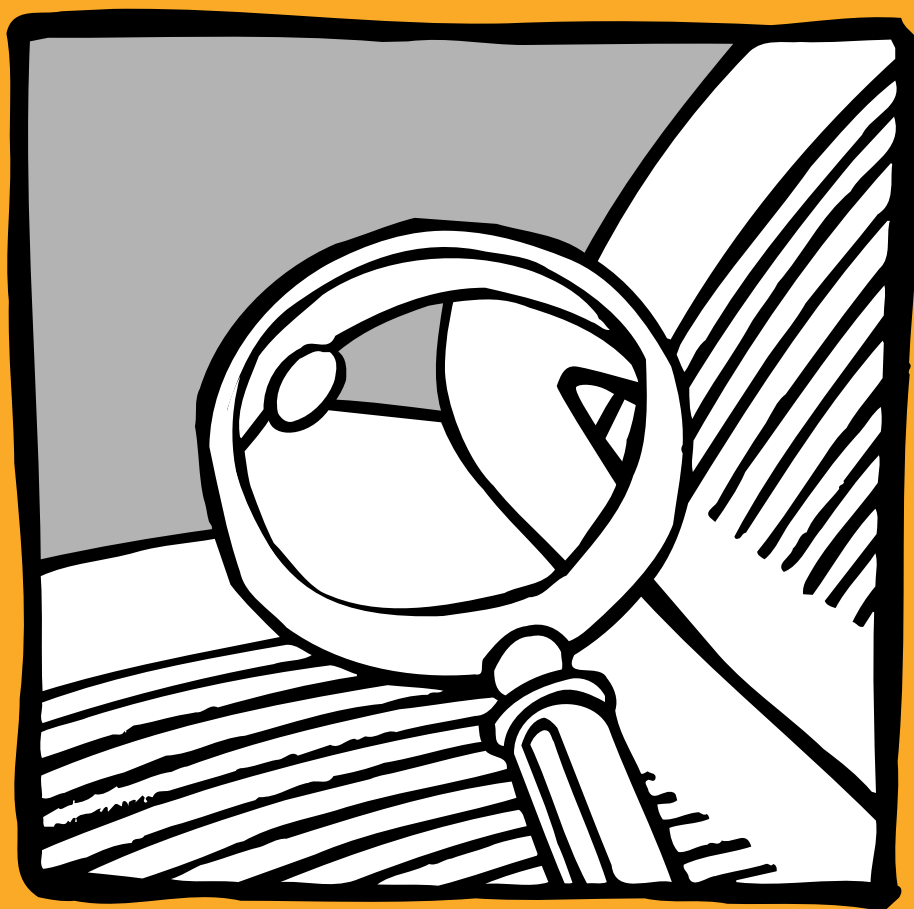
Izdavač:

REC za Centralnu i Istočnu Evropu
Ady Endre ut 9-11, 2000 Sentandreja, Mađarska
Tel: (36-26) 504-000, Fax: (36-26) 311-294,
E-mail: info_rec.org, Web-sajt: www.rec.org

Urednici: Steven Graning, dizajn i priprema: Sylvia Magyar i Laszlo Falvay,
Ilustracije: Laszlo Falvay
Štampano u Mađarskoj, TypoNova

Ova i ostale REC-ove publikacije su štampane na recikliranom papiru ili papiru proizvedenom bez korišćenja hlorina ili hemikalija na bazi hlorina.

Tematska građa	5
Pregled teme	5
Spremni za obuku	5
Praktikum	5
Oruđe 1: U drugoj ruci	5
Oruđe 2: Ogledalo	5
Oruđe 3: Vodič slepih	5
Oruđe 4: Grupna skulptura	5
Oruđe 5: Biti pažljiv slušalac	5
Oruđe 6: Nepoznati predmet	5
Oruđe 7: Parafraziranje	5
Oruđe 8: Fidbek	5
Oruđe 9: „Ti“ i „ja“ poruke	5
Oruđe 10: „Zašto?“ pitanje	5
Oruđe 11: Da li sam to stvarno ja?	5
Oruđe 12: Pomoćna tehnička sredstva za realizaciju prezentacije	5
Primer Dnevnog reda radionice	5



Tematska građa

Pregled teme

Uvod

Lideri i aktivisti neprofitnih organizacija mogu poboljšati svoju efikasnost jačanjem internih i eksternih komunikacijskih veština. Organizacija se mora jasno predstaviti okolini u kojoj deluje, dok je zdrava radna sredina – jedan od rezultata dobre interne komunikacije – dobrobit za sve, kako menadžere, tako zaposlene i volontere.

Komunikacija sa spoljnom sredinom podrazumeva promišljenu mešavinu informativnosti i zabave, kao i kompromis između želje za postizanjem uzvišenih ciljeva i ograničenja koja postavljaju vreme i sredstva. Podučavanje efikasnim metodima prezentacije može značajno poboljšati operativnost jedne organizacije. Veštine predstavljene u ovom priručniku mogu biti korisne u svakodnevnom radu, kao i u slučajevima kada se priprema kampanja većeg obima za razglašavanje određenih poruka. Značaj ubedljivosti ne može se preceniti.

Komunikacija predstavlja prenošenje ili razmenu informacija, ideja ili osećanja. U pitanju nije jednosmeran proces zato što poruka mora imati primaloca da bi se odigrao komunikacijski čin.

Prezentacija je strukturirana komunikacija koja se zasniva na praktičnim potrebama primalaca, tj. publike, u cilju postizanja postavljenih ciljeva u datom vremenskom roku, gde su konačni ciljevi izvor informacija i nosioci ideja.

Prezentacije su oblik komunikacije, i ako se komunicira efikasno, prezentacije više ne predstavljaju teškoću. Ali one su daleko od jednostavnih oblika komunikacije, i često zahtevaju poznavanje dodatnih veština ubeđivanja i ostvarivanja uticaja.

Svrha vodiča

Svrha ovog vodiča je da Vas ohrabri na razmišljanje o sebi samima. Kako komunicirate sa sobom, sa bliskim osobama, sa prijateljima, kolegama na poslu, sa poslovnim partnerima i donatorima? Ovaj vodič nudi korisne komunikacijske i prezentacijske veštine, pruža informacije i primere kako ih poboljšati, kako ih primenjivati na sebi i predstaviti drugima.

Vodič takođe nudi upotrebljiv pregled i praktične alate za lidere i aktiviste, kako bi se razvile veštine komunikacije i prezentacije.

Ovaj vodič omogućava korisniku da:

- ohrabri trenere u proceni svojih potencijala za razvijanje komunikacijskih i prezentacijskih veština;
- identifikuje komunikacijski šum i druge smetnje;
- obezbedi razumevanje između pošiljalaca i primaloca poruke;
- poboljša različite načine komunikacije, njihovu efikasnost i oblik, za različite situacije; i
- razume odnos između neverbalne i verbalne komunikacije.

Veštine koje treba da se razviti

Ovaj vodič nudi oruđa laka za upotrebu, čijim se korišćenjem poboljšava svakodnevna komunikacija, izbegavaju sukobi, i pripremaju i izvode prezentacije za sve vrste publike, veće i manje, poznate i nepoznate.

Usvajanje veština ponuđenih u ovom vodiču omogućiće:

- izbegavanje ili prevladavanje prepreka u komunikaciji;
- primenu pozitivnih komunikacijskih tehnika;
- postizanje svrhe prezentacije primenom osnovnih pravila efikasne komunikacije i prezentacije;
- identifikaciju očekivanja publike ili partnera u komunikaciji;
- poboljšanje efikasnosti komunikacije primenom verbalnih i neverbalnih tehnika;
- planiranje i korišćenje vizuelnih tehničkih sredstava, uzimajući u obzir zakonitosti ljudske percepcije; i
- kreiranje efikasne i zanimljive prezentacije za bilo koju vrstu publike.

Pogrešna shvatanja o komunikaciji

Dobre komunikacijske veštine su urođene;

- Komuniciramo samo rečima;
- Komunikacija je uvek svesna i voljna aktivnost;
- Moguće je potpuno kontrolisati sopstvenu komunikaciju;
- Komunikacija uvek vodi boljim odnosima i boljem razrešavanju problema.

Kako izvesti obuku?

Vodič treba koristiti u kombinaciji sa aktivnostima predstavljenim u praktikumu. Veći deo sadržine vodiča koncipiran je tako da se može iskoristiti kao materijal koji se deli učesnicima treninga ili kao rider. Trener može prilagoditi vodič specifičnom kontekstu i vremenskom ograničenju obuke.

Spremni za obuku

Razgovor

Učesnici razgovora spremni su da prihvate različite govorne stilove. To podrazumeva postavljanje pitanja, odgovaranje ili aktivno slušanje. Pored slušanja, razgovor takođe podrazumeva i razmišljanje o onom što smo čuli i onom što ćemo reći. Negovorenje takođe može biti oblik razgovora, kao i meta-komunikacija (komunikacija o komunikaciji). Bočni stubac nudi primere nekih uvreženih pogrešnih shvatanja o komunikaciji.

Verbalna i neverbalna komunikacija

Verbalna komunikacija je proces transfera značenja pomoću reči, u usmenom ili pisanom obliku.

Karakteristike oralne komunikacije:

- Reči su simboličan izraz misli.
- Značenje reči je stvar konsenzusa.
- Komunikacija dobija smislenost od verbalnog konteksta u kojem su reči upotrebljene.
- Verbalna komunikacija je, velikim delom, pod svesnom kontrolom.

Neverbalna komunikacija je transfer značenja u direktnom kontaktu, svim sredstvima koja nisu verbalna. Izrazi lica, pokreti tela i ton glasa su sve načini komunikacije čija su značenja kulturno uslovljena. Na primer, u Bugarskoj, klimanje glave s leva na desno znači „da“, umesto „ne“.

Smetnje u komunikaciji — Šum

Komunikacijski šum predstavlja grupu ometajućih faktora koji otežavaju komunikaciju. Uzrokuje ga izbor neodgovarajućeg „kanala“, slanje nejasnih poruka, ili kada se ne uzimaju u obzir potrebe i očekivanja primalaca. Sledeći činioci pridonose komunikacijskom šumu:

- fizička buka – zvuci iz pozadine koji ometaju komunikaciju;
- mentalne smetnje;
- nerazumevanje koje proizilazi iz izbora upotrebljenih reči (strani ili tehnički izrazi, kolokvijalizmi);
- nedostatak koncentracije;
- predrasude, stereotipi, negativni stavovi (prema poreklu, rasi, religiji itd.);
- neodgovarajuća očekivanja;
- emotivni pritisci;
- društvena anksioznost (introvertnost, nesigurnost, inferiornost itd.);
- nepoštovanje usvojene etikecije (pri upoznavanju, zahvaljivanju, prekidanju itd.); i
- manipulacija/igranje igara (pokazivanje interesovanja, sa prikrivenom namerom izazivanja sukoba; pozivanje na saradnju sa prikrivenom željom za dominiranjem, „vući nekoga za jezik“).

Prepreke u komunikaciji

Komunikacija koja vređa podrazumeva kriticizam, optuživanje, sumnjičenje, ogovaranje, potkazivanje, okrivljavanje, zadirkivanje, nedostatak takta, pretnje, ismejavanje, ironiju i izrugivanje.

Komunikacija koja izluđuje podrazumeva poricanje izraženih osećanja, želja, kršenje dogovora, izbegavanje odgovornosti, davanje i konsekventno poništavanje nade, dvosmislenost, projekciju, optuživanje drugih za skrivene namere, neuvažavanje tuđih želja, ponavljanje, traženje skrivenog značenja u svemu izgovorenom.

Nepoštena komunikacija podrazumeva nametanje stereotipa, stavljanje reči u tuđa usta, stalno menjanje teme, optuživanje, zloupotrebu statističkih podataka, prekidanje, pretnje, ponižavanje, izazivanje osećaja krivice, ruganje, ismejavanje i ignorisanje.

Glavni činioci efikasne komunikacije

Efikasna komunikacija zasniva se na četiri ključna činioca:

- konzistentnost verbalne i neverbalne komunikacije;
- slušanje;
- postavljenje pitanja;
- pozitivan stav.

Konzistentnost verbalne i neverbalne komunikacije

Veći deo sadržaja poruke prenosi se neverbalnim jezikom. Ako su ova dva jezika kontradiktorna, većina će verovati neverbalnim porukama. Dobar pošiljalac kombinuje ova dva elementa komunikacije i čini ih komplementarnim u prenošenju koherentne poruke.

Glavni činioci verbalne i neverbalne komunikacije

Verbalna komunikacija

- Reči;
- Kontekst;
- Konstrukcija rečenice.

Neverbalna komunikacija

- Ton glasa;
- Izraz lica;
- Držanje;
- Gestovi;
- Udaljenost;
- Jačina tona;
- Intonacija

Tipovi neslušanja

- **Pseudo (lažno) slušanje**
kada je koncentrisanost patvorena, dok se, u stvari, promašuje suština poruke;
- **Slušanje na jednom nivou**
prijem jednog dela poruke (verbalnog), i zanemarivanje ostalih delova;
- **Selektivno slušanje**
Filtriranje poruke da bi se čulo samo ono što je od osobnog interesa ili dobila potvrda u već postojeća uverenja;
- **Selektivno odbijanje**
Koncentrisanost samo na one poruke koje ne žele da se čuju. Kada se ovakve teme pojave, slušalac ih jednostavno potisne i odbaci;
- **Upadanje u reč**
Slušanje samo zbog traženja prilike da se upadne u reč;
- **Odbrambeno slušanje**
Poruka je samo lični napad usmeren na ponašanje ili uverenja slušalaca; i
- **Slušanje „u zasedi“**
Slušanje je povod za traženje prilike da se napadne govornik.

Važno je znati da se većina komunikacije odvija bez učešća govora. Ponekad je dovoljno baciti pogled na osobu da bi se znalo šta ona ili on „misle“. Često se možemo naći u situaciji kada znamo da je neko ljut ili povređen, ali kada je upitan „Šta nije u redu?“, ona ili on odgovaraju „Sve je u redu.“ „Da li se ljutiš?“ „Ne, ne ljutim se. Zašto bih?“

Neverbalnu komunikaciju možemo opisati kao iskreniju nego verbalni diskurs iz tog, razloga što je veoma teško prikriti (reakcije, izrazi lica, pokreti, položaji tela, jačina i ton glasa itd.)

Slušanje

Slušanje je ključni element efikasne komunikacije. Cilj istinskog slušanja je razumevanje onoga što govornik pokušava da prenese. Dobar slušalac šalje verbalne i neverbalne poruke govorniku koje olakšavaju komunikaciju. Ovaj proces naziva se aktivno slušanje.

Pre nego što nešto naučimo o aktivnom slušanju, neophodno je prvo pogledati oblike neslušanja (navedeni u bočnom stupcu).

Ljudi ne slušaju u sledećim situacijama:

- kada se upoređuju sa drugima;
- kada imaju negativan stav prema govorniku (npr. misle da su ona ili on dosadni;
- kada savetuju;
- kada razuveravaju;
- kada se uvek slažu;
- kada razmišljaju o odgovorima; i
- kada traže skriveno značenje.

Aktivno slušanje važi za slučajeve aktivnih napora slušalaca da poboljša komunikaciju. Poruke su često neprecizne ili apstraktne, što govornik ne vidi. Dešava se čak i to da su samim govornicima nejasne misli koje žele da prenesu. Osnovni princip aktivnog slušanja su podpitanja, i pre svega, posredna pitanja. Neposredna pitanja o osetljivim i ličnim temama, mogu izazvati nelagodu, voditi negativnim ili defanzivnim reakcijama, nepoverenju, ili čak potpunom povlačenju sagovornika i krahu komunikacijskog čina. U složenim situacijama, kada nije sigurno šta određena osoba želi ili oseća, dobar pristup je postavljanje posrednih pitanja, drugim rečima parafraziranje ili svođenje izrečenih argumenata.

Aktivno slušanje podrazumevane samo to da se čulo ono što je govornik rekao, nego i razumela njena ili njegova osećanja, potrebe i očekivanja. Dekodiranje poruke je važan deo razumevanja nekoga.

Postavljanje pitanja

Postavljanje pitanja čini komunikaciju efikasnom i gradi poverenje kod sagovornika. Zato je bitno razumeti različite tipove pitanja i njihove karakteristike.

Otvorena pitanja

Rečenica počinje upitnom reči (zašto, ko, kako itd.) i dopušta partneru u konverzaciji da odgovara slobodno. Takođe ostavlja mogućnost da se izrazi mišljenje i ponudi promišljena poruka. Jednostavan primer je: „Kako se osećate?“

Zatvorena pitanja

Odgovor na ovaj tip pitanja je kratko „da“ ili „ne“. Ona navode partnera u konverzaciji da odgovore ono što mi očekujemo da čujemo. Npr. „Da li ste ljuti?“

Pitanje koje usmerava

Ovaj tip pitanja izgleda kao otvoreni tip, ali je mišljenje govornika usađeno u njega. Partner u konverzaciji je pre suočen sa pozivom na izražavanje slaganja ili neslaganja, nego sa očekivanjem da izloži informacije ili mišljenje. Pitanje koje usmerava može se podjednako smatrati i izjavom kao i pitanjem. Npr. „Zar ne mislite da je cena benzina isuviše visoka?“

Budite obazrivi sa „Zašto?“ pitanjima

Ljudi uglavnom nemaju odgovor na ovako postavljeno pitanje.

Ovakva pitanja sa otvorenim krajem često izazivaju defanzivnost, racionalizaciju i lažno rezonovanje.

Kada se postavlja ovaj tip pitanja pametno je izraziti zainteresovanost i izbegavati provokaciju.

Koristite „Šta?“ i „Kako?“ pitanja da pomognete:

- da se pronađe bolje rešenje (Kako Vi vidite ovu situaciju?);
- da se problem razloži na jednostavnije činioce (Šta Vas vređa u ovoj situaciji?);
- da se problem redefiniše (Šta je stvarno problem u ovoj situaciji? Možete li ga izložiti na drugi način?);
- da se otkriju lična očekivanja (Šta očekujete od sebe u ovoj situaciji? Kako biste želeli da je razrešite?);
- da se utvrdi spremnost za ličnim učešćem (Šta osećate da možete lično doprineti?);
- da se dobije pristanak za prihvatanje lične odgovornosti za problem (Kako ova situacija i predloženo rešenje zavise od Vas i Vašeg postupanja?); i
- da se pronađe drugi ugao posmatranja problema (Kako drugi gledaju na ovaj problem? Šta bi osoba koju izuzetno poštujete rekla u ovoj situaciji?).

Parafraziranje

Parafraziranje je tehnika modifikovanja već izrečenog ne bi li se učinilo još razumljivijim. Može se koristiti da bi se govorniku pružila šansa da potvrdi ili ispravi ono što slušalac veruje da je rečeno. Parafraziranje obično započinje sa: „Drugim rečima...“ ili „Dakle, Vi kažete da...“ Pored jednostavnog razumevanja činjenica, važno je pokazati razumevanje za emocije govornika. To se može postići započinjanjem rečenice sa: „Čini mi se da Vi osećate... zato što...“ Parafraziranje može biti korisno za sticanje potvrde da je komunikacija uspešna.

Kada se aktivno sluša, šalju se sledeće poruke:

- Razumem tvoj problem.
- Vidim kako se osećaš zbog tog problema.
- Pomoćiću ti da razmisliš o problemu i pronađeš bolje rešenje.
- Verujem u tebe i verujem da samo ti možeš pronaći pravo rešenje.

Na primer, Ivan kaže: „Marko je prosuo vodu na moju stolicu a sada se smeje. Pocepaću njegov crtež." Učitelj parafrazira: „Ti si ljut na Marka, zato što sada moraš ispočetka da radiš na svom crtežu. Hajde da pogledamo kako napreduješ sa crtežom."

Postavljanje istog teksta u drugi kontekst može izmeniti njegov smisao.

Uputstva za aktivno slušanje

- Obavežite se na slušanje i pružite svoju punu pažnju govorniku.
- Gledajte govornika u oči.
- Ne prekidajte. (Ne pitajte „Zašto?" i ne govorite „I ja, isto...")
- Parafrazirajte. (Možete započeti svoju rečenicu sa: „Ako sam Vas pravilno razumeo Vi...")

Pozitivnost

Pozitivnost znači pružanje fidbeka drugima, bez kritiziranja njegove/njene ličnosti, ali uz izražavanje nezadovoljstva datim ponašanjem/situacijom.

Fidbek predstavlja analizu aktivnosti ili ponašanja koje posmatrač daje da bi pomogao određenoj osobi da se popravi. Efikasnost fidbeka zavisi od toga kako je formulisan, kao i od odnosa između aktera i kritičara, i njihovih očekivanja.

Fidbek se može formulisati ili kao ocenjivanje nečijeg ponašanja, tj. kao „Ti" poruka (npr. „Nije lepo što ti opet kasniš"), ili kao opis iskustva i reakcije govornika na određenu vrstu ponašanja, tj. kao „Ja" poruka (npr. „Kada si počeo/la da govoriš o tome, ja sam se preplašio/la"). Iskustvo pokazuje da ocenjivanje često proizvodi ozlojeđenost i defanzivnost. Opisni fidbek pomaže onome na koga se

odnosi da razume svoju poziciju u određenom okruženju i da svoje ponašanje prilagodi odnosima koje želi da uspostavi sa drugim ljudima.

U svakodnevnom životu ljudi nisu najvičniji komunikacijskim veštinama, pa fidbek pružaju posredno, koristeći „Ti" poruke. Na primer, često čujemo: „Ti me ljutiš". Teško je reći šta osoba stvarno oseća, i iz kog razloga, kao i kako treba rešiti ovaj problem.

Fidbek je veoma koristan kada se ispravno formuliše. Pogledajte Figuru 1 o pravilima za formulisanje efikasnog fidbeka. Kada pružate fidbek, neverbalni znaci su takođe važni, npr. ton glasa, držanje i gestovi, koji mogu podržavati ili osporavati verbalnu poruku.

Osnovno pravilo za primaoca fidbeka jeste da mirno sasluša ono što mu se govori i da otkloni defanzivnost. Takođe je važno da potraži dodatna objašnjenja ako je nešto nejasno. Fidbek nije samo način pružanja podrške, već i sredstvo motivacije i ohrabrenja.

Tako da možemo razlikovati:

- potvrdni fidbek – slušalac potvrđuje da je pošiljalac na pravom tragu, da napreduje ka postavljenom cilju; i
- korektivni fidbek – slušalac pruža odgovor na nedoumicu koja se javlja u realizaciji određenog cilja ili obavljanju aktivnosti.

Korektivni fidbek treba pažljivo formulisati. Važno je držati na umu da je svrha davanja fidbeka ne da se promeni druga osoba, već da se iskaže sopstveno mišljenje.

„Ti" i „Ja" poruke

Obično u „Ti" porukama dajemo ocenu drugoj osobi. Ova vrsta ocenjivanja može biti vrlo opasna ako proces komunikacije naiđe na teškoće. U tim slučajevima „Ti" poruke obično izazivaju ozlojeđenost i defanzivno ponašanje. Tada je, naročito ako ponašanje druge osobe ima neposredan efekat, bolje koristiti „Ja" poruke.

Ovim porukama opisujemo:

- određene vrste ponašanja koje nas uznemiruju ili ugrožavaju;
- rezultate takvog ponašanja; i
- osećanja koja ovakva ponašanja prouzrokuju.

Prema mišljenju nekih stručnjaka, „Ja“ poruke mogu stvarno biti pasivne, zato što je na drugima da urade nešto za nas. Tako da, ako želimo da ih aktiviramo, ako tražimo veću neposrednost i, samim tim, kompletnost, važno je da su oni svesni šta želimo da postignemo. Figura 2 demonstrira razliku između pasivnih i aktivnih predloga.

Veštine prezentacije

Iako je prezentacija u svojem najprostijem obliku svaki izraz misli ili emocija usmeren na primaoca poruke, vremenom je dobila značenje izlaganja određenog koncepta grupi ljudi zainteresovanih za temu.

Ključni činioци uspešne prezentacije su predmet, mesto, svrha i publika.

Predmet

Prezentacija se može usmeriti na niz predmeta, tema i povoda. Izlagač i publika imaju različite odnose prema predmetu iz više razloga. Navodimo tri postojeće situacije koje proizilaze iz poznavanje teme od strane izlagača i publike:

- Izlagač poznaje temu, ali je publika manje informisana.
- Publika poznaje temu, ali je izlagač manje informisan.
- Publika i izlagač podjednako su informisani.

Korisne internet stranice

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

FIGURA 1

Pravila za formulisanje efikasnog fidebeka

- **Opisan** – Kada opisujemo sopstvena iskustva, time pružamo nekom priliku da nešto nauči o ljudima uopšte. Kada ocenjujemo ili pokušavamo da interpretiramo nešto, povećavamo mogućnost verovatnoće pojave defanzivnog ponašanja.
- **Konkretan** – Uvek se usredsređujte na ono što se može promeniti, i izbegavajte sve što može da se protumači kao napad na nečiju ličnost.
- **Konstruktivan i uravnotežen** – Uvek uzimajte u obzir mogućnosti i potrebe primalaca.
- **Koristan** – Povezujte savet sa ponašanjem koje se može izmeniti. Ne kritikujte ponašanje koje osoba jednostavno ne može da izmeni, kao npr. mucanje.
- **Tempiran** – Fidebek je efikasniji kada se odnosi na recentno, ne staro ponašanje.
- **Poželjan** – Fidebek je zaista efikasan samo onda kada primalac želi da ga čuje. Najefikasniji je kada primalac formuliše pitanja koja ispituju efikasnost određenog ponašanja.
- **Proveren** – Važno je da primalac i pošiljalac fidebeka mogu proveriti sadržaj poruke. To se može postići kada primalac svojim rečima ponovi kako je razumeo/la poruku. Na ovaj način izbegava se nerazumevanje, a i ostali članovi tima mogu učestvovati u procesu.

FIGURA 2

Pasivna nasuprot aktivnoj komunikaciji

PASIVNA

- Ljutiš me kada me prekidaš dok govorim...
- Veoma mi je teško kada mi ne kažeš kada ćeš doći kući. Osećam se...

AKTIVNA

- ...pa zato predlažem da mi dopustiš da završim.
- ...osećao/la bih se mnogo bolje kada bi mi rekao/la kada ćeš doći kući.

Vreme

Vremenski okvir prezentacije često određuje publika ili spoljne okolnosti (npr. menadžer ili organizator prezentacije). Strukturu prezentacije treba osmisliti tako da ključne poruke prezentacije mogu biti izložene u varirajućim vremenskim intervalima.

Svrha

Prezentacija ima dve odvojene svrhe: manifestovanu i skrivenu. Manifestna svrha jasno je izražena: to je sve ono što želimo da postignemo prezentacijom (npr. usmeni izveštaj menadžerima o učinku tima koji mi vodimo). Ali prezentacija ima i drugu svrhu koja se ne izražava neposredno, i to je njena skrivena svrha (npr. želimo da obezbedimo više finansijskih sredstava za svoj tim).

Uputstva za davanje korektivnog fidebeka

- Treba ga izreći prijateljskim tonom, s puno obzira za ličnost.
- Treba da bude povezan sa potvrdnim fidebekom.
- Treba da bude kratak i neposredan.
- Ne treba ga upućivati na lične osobine osobe, već na njeno ponašanje.
- Treba da bude ograničen. Opširan fidebek otežava primalocu da shvati poruku.
- Treba uključiti i drugog slušalaca da ponudi dodatnu perspektivu.
- Još jednog slušaoca treba ohrabriti da pronađe alternativni put za postizanje određenog cilja.

Publika

Publika je ključni element uspešne prezentacije. Ko je publika, šta želi da dobije od prezentacije, koji su joj interesi, koliko je upoznata sa predmetom, koji su njeni manifestni i skriveni ciljevi – ovo su suštinska pitanja na koja treba odgovoriti u pripremi prezentacije.

Pravila u vezi sa ciljanom publikom:

- Koristite odgovarajuće kanale i sredstva u zavisnosti od veličine određene publike.
- Prezentacija treba da odgovori na interesovanja publike.
- Potrebno je predvideti poznavanje teme i potencijal za učenje publike.
- Rečnik treba prilagoditi publici, izbegavati nepoznate reči i skraćenice.
- Mesto i oprema treba da su adekvatni i odgovarajući.

Čak i kada je samo jedno od ovih pravila prekršeno, proces učenja može biti značajno otežan.

I odličan izlagač/trainer, ekspert za temu, treba da izbegava dolazak na prezentaciju bez prethodnih priprema, uzdajući se u improvizaciju. Detaljan plan prezentacije, odgovarajući materijal i tehnička oprema su od suštinskog značaja.

FIGURA 3

Koraci u pripremi i izlaganju prezentacije

IZBOR KOMUNIKACIONOG KANALA

U pismenom obliku je lakše:

- izložiti složene činjenice (regulativu, pravne akte, izveštaje); i
- smanjiti mogućnost izražavanja negativnih emocija.

Usmeno je lakše:

- ubedljivo koristiti emocije;
- usmeravati pažnju slušalaca;
- odgovarati na direktno postavljena pitanja, rešavati sukobe i praviti izmirenja/dogovore;
- prilagođavati ideje reakcijama publike; i
- dobijati trenutni feedback.

Kombinacija oba kanala dozvoljava govorniku da iskoristi prednosti oba oblika, ali mora biti načisto da su komplementarna, a ne kontradiktorna.

IZRADA STRUKTURE PREZENTACIJE

Prilagođavanje teme publici:

- Koliko slušalaca je upoznato sa temom prezentacije?
- Koliko im je tema bitna?
- Kakvi su njihovi stavovi i mišljenja prema temi?
- Kakvo je generalno raspoloženje publike?

Uvod: Prepričajte ukratko o čemu ćete govoriti.

- Pozdrav, predstavljanje (počnite tako što ćete iznenaditi ili zabaviti publiku, pričom ili šalom koja je u vezi s temom, provokativnim pitanjem ili odgovarajućim citatom);
- Predmet (naslov/predmet prezentacije);
- Cilj (svrha prezentacije);
- Kostur prezentacije (glavne teme koje ćete pokriti);
- Vreme (dužina prezentacije);
- Pitanja (kada publika može da postavlja pitanja).

Izlaganje: Govorite o onome što ste i obećali.

- Izložite naslov, ključnu poruku, i na kraju svakog dela tražite feedback.
- Odaberite informacije (jednostavne, konkretne, živopisne).
- Organizujte informacije.
- Naglasite cilj prezentacije.
- Predstavite pozitivne argumente.
- Povremeno svodite predeno.
- Analizirajte moguće zamerke.

Završetak: Ispričajte o čemu ste govorili.

- Najavite kraj;
- Dajte sažetak prezentacije;
- Zaključak;
- Završetak (vratite se na početak prezentacije, na početnu izjavu, završite živom, pozitivnom slikom ili objasnite publici koja su vaša očekivanja);
- Pozovite slušaoce da postave pitanja.

FIGURA 3 (nastavak)

Koraci u pripremi i izlaganju prezentacije

Odgovaranje na pitanja:

- Obavestite publiku da ćete na pitanja odgovarati po završetku prezentacije.
- Povremeno prekidajte izlaganje kako bi publika mogla da postavi pitanja.
- Kada neko postavlja pitanje, gledajte osobu u oči, izbegavajte klimanje glavom ili skretanje pogleda.
- Ako vam je potrebno vreme da razmislite o pitanju, ponovite ga ili parafrazirajte.
- Odgovori treba da su povezani sa onim što je izloženo u prezentaciji.
- Odgovori su upućeni svim slušaocima.
- Ako je pitanje neprijateljsko ili agresivno, preformulišite ga u neutralan ili pozitivan oblik.
- Ako ne znate odgovor, priznajte, i obećajte da ćete potražiti odgovor.
- Posle pitanja završite prezentaciju kratkim pregledom izloženog.

Pravila

Na početku sastanaka, radionica i otvorenih debata, veoma je važno postaviti svima jasna pravila i pozivati se na njih kada je to neophodno (naglasite koliko vremena vam je predviđeno za prezentaciju, diskusiju pitanja itd.).

Materijali i vizuelna pomagala

Pravila za pripremu materijala:

- Neka budu atraktivnog izgleda i laki za praćenje (velika slova, buleti, crteži, ograničen broj boja).
- Ako je moguće, koristite više vizuelnih pomagala (table sa papirom, grafoskope, materijal za deljenje).

Pomoćna tehnička sredstva koja se najčešće koriste

- Audio kasetofoni;
- Slajd-projektori;
- Kombinovani kasetofoni i slajd-projektori;
- Kompjuteri;
- Table sa papirom;
- Materijali za deljenje;
- Interaktivne video prezentacije;
- Predmeti;
- Grafoskopi;
- Video-rekorderi;
- Video-bim;
- Table.

Na spisku u bočnom stupcu, iako su svi u upotrebi, samo nekoliko pomagala se mogu opisati kao skoro univerzalna – tabla sa papirom, grafoskop i materijali za deljenje.

Tabla za papir

Veoma korisno vizuelno pomoćno sredstvo. U pitanju su blokovi papira veličine A1, moderni ekvivalent nekadašnjeg „newsprint-a“, koji se sastoje od tankih listova hartije. Ima višestruku upotrebu: zapisivanje ideja iz publike, crtanje grafikona ili šema, pisanje zadatka za vežbe, raspoređivanje lepljivih papira za beleške, pisanje dnevnog reda, crtanje piktograma, crtanje skica ili izvođenje drugih umetničkih aktivnosti.

Razlikuju se tri vrste, prema vremenu pripreme:

- **Redi-mejd (pripremljen)**- slike i pisani delovi prezentacije pripremljeni su pre izlaganja, pa je dodatno pisanje isključeno.
- **Polu-pripremljen** – materijal je pripremljen pre izlaganja i zatim se dodaje za vreme prezentacije.
- **Improvizovani** – piše se i crta spontano, za vreme izlaganja (napomena: pre prezentacije, treba podrobno razmisliti o sadržaju koji će se predstaviti na tabli).

Sva tri metoda zahtevaju intenzivnu pripremu i planiranje. Treba dobro razmisliti kako ćemo pripremiti i prezentovati table sa papirom. Napor koji se uloži u funkcionalnu upotrebu ovog sredstva biće nagrađen od strane publike. Bočni stubac sa desne strane nudi korisne savete kako efikasno koristiti tablu.

Grafoskop

Ovo je elektronska verzija table sa papirom. Postoji nekoliko pravila koja treba ozbiljno uzeti u obzir pri korišćenju grafoskopa:

- Izvor svetla usmerite na foliju, ne na platno.
- Isključujte grafoskop čim završite sa folijom.
- Imajte na umu da često uključivanje i isključivanje projektoru može odvlačiti pažnju.

Materijali za deljenje

Za vreme prezentacije materijal koji se deli može igrati više uloga. On je podrška za one koji uče vizuelno. Posle prezentacije može koristiti kao podsetnik sadržaja i ključnih poenti. Figura 4 kategorizuje materijal za podelu prema ulozi i formatu.

Ove vrste se međusobno ne isključuju. Neki tipovi mogu se kombinovati u svrhu zamišljenog koncepta prezentacije, kao i potreba publike. Postoji i razlika u načinu podele materijala.

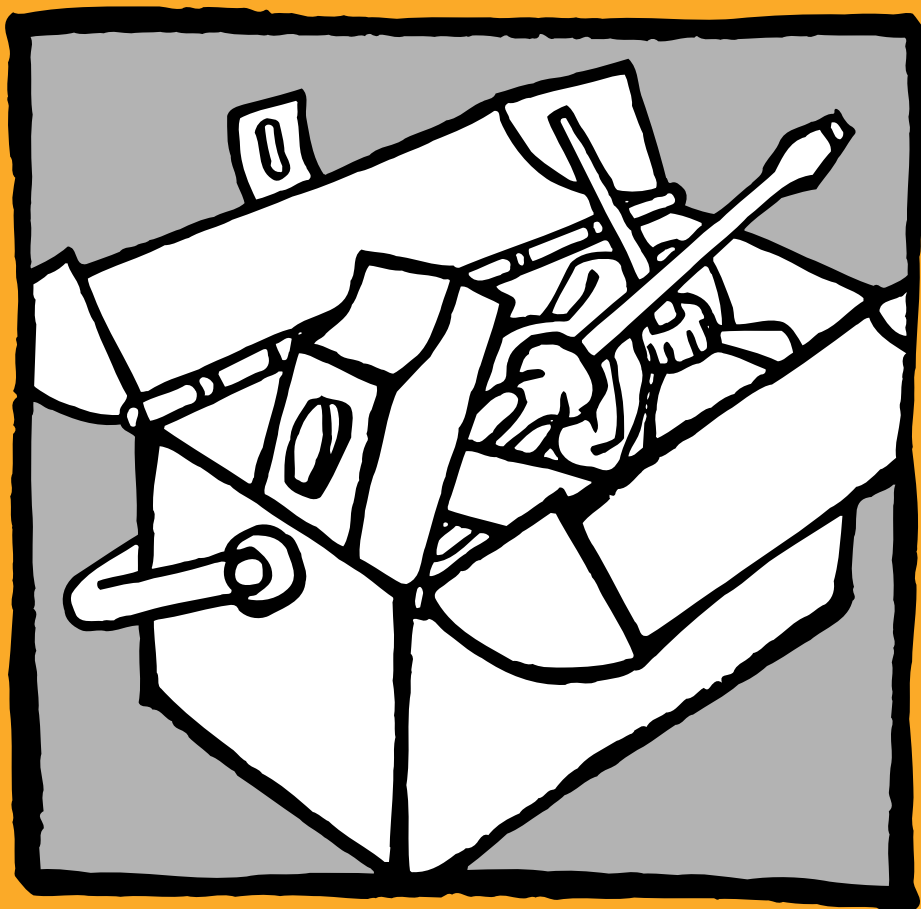
Saveti za upotrebu table sa papirom

- Naslovite svaki list.
- Koristite debele markere; slova treba da su vidljiva sa udaljenosti od 10m.
- Koristite velika štampana slova zbog efekta.
- Menjajte boje (npr. jedan red crven, drugi plavi).
- Ilustrujte strane crtežima i oblicima, kao npr. krugovima, kockama, itd.
- Izbegavajte cele rečenice.
- Tabla nije božićno drvce – ne koristite sve odjednom.
- Integrišite efekat table i materijala koji delite.
- Koristite dovršene strane kako bi ste stavili do znanja da prezentaciju shvatate ozbiljno.
- Izbegavajte markere koji prolaze kroz hartiju i ostavljaju tragove na listovima iza.
- Napravite beleške unapred, običnom olovkom (publika neće primetiti).
- Razgovarajte sa publikom, ne sa tablom.
- Postarajte se da svi neometano vide sadržaj na tabli.

FIGURA 4

Vrste materijala za deljenje

- **Materijali za vežbu** koriste se kao okvir za individualni ili grupni rad publike. Njihovo popunjavanje deo je procesa učenja. U ovoj kategoriji su budžetski formulari, finansijski profili za NVO-e i upitnici.
- **Spiskovi** nude jednostavne liste tema koje se na treningu obrađuju. Ovakav materijal može biti povezan sa prethodnim delovima izlaganja, i to ponavljanjem pređenih tema ili informacija, a zatim naknadno postavljajući zahtev učesnicima da ih dopune sopstvenim idejama.
- **Materijal za diskusiju** nude početne argumente za grupnu diskusiju. Sadržaj materijala nudi predloge ili kontraverzne argumente češće nego informacije. Može biti u vidu crteža, šeme ili plana koji ohrabruje diskusiju.
- **Mnemonički materijal** predstavlja varijaciju spiskova. Mnemoničke veštine omogućavaju publici da upamti najvažnije elemente prezentacije.
- **Tekstovi** pružaju detaljnu informaciju o temi. Može biti u potpunosti nezavisan i ne mora nužno biti povezan sa treningom. Pažljivom pripremom ovaj materijal može čak prerasti i u samostalnu publikaciju.
- **Pomoćni materijal** ne sadrži predmet prezentacije, ali može biti njegova korisna dopuna. Ovaj materijal može pojašnjavati pojedinačne uloge u radionici, davati uputstva za izvođenja simulacija ili aktivnosti za zagrevanje, ili pak sprovođenja procesa evaluacije



Praktikum

Oruđe 1: U drugoj ruci

Opis: Otvaranje prema novim načinima komunikacije

Učesnici: Pojedinačno

Trajanje: Pet minuta

Materijal: Lepljivi papirići za poruke

Izvođenje

Podelite lepljive papiriće za poruke celoj grupi i zamolite učesnike da napišu svoja imena, ali suprotnom rukom od one kojom su navikli da pišu.

Diskusija

Da li je ovo novo iskustvo za Vas? Kako Vam izgleda? Da li ste nekada pokušali da pišete drugom rukom? Da li Vam pada na pamet na koji bi način ova vežba mogla da ima veze sa komunikacijom? Da li ste ikada pokušali da komunicirate na neki nov način?



Oruđe 2: Ogledalo

Opis: Osveščivanje neverbalne komunikacije

Učesnici: U parovima

Trajanje: 20-30 minuta

Izvođenje

- 1 Podelite učesnike u parove i objasnite da će im ova vežba pomoći da steknu uvid u ponašanje sopstvenog tela u razgovoru sa drugim ljudima. Neka sami odluče ko će u ovoj vežbi biti ogledalo, a ko će pričati priču (npr. nešto što se desilo tog jutro).
- 2 Posle dva minuta dajte znak da se zamene uloge. Objasnite „ogledalima“ da je njihov zadatak da odražavaju neverbalne znakove koje pravi osoba koja priča priču.
- 3 Pošto svaki učesnik izmeni uloge, sledi grupna diskusija.

Diskusija

Posle ove vežbe veoma je važno dati učesnicima priliku da kažu kako su se osećali za vreme izvođenja vežbe, šta su primetili, šta naučili. Važno je razmotriti obe uloge. Zatim bi trener mogao da kaže nešto o svojim prethodnim iskustvima sa ovom vežbom, i da da kratak sažetak ili podeli pripremljeni materijal o neverbalnoj komunikaciji. Šta radimo dok govorimo? Kakve grimase pravimo? Šta radimo sa rukama i ostatkom tela?

2

Oruđe 3: Vodič slepih

Opis: Uvežbavanje veštine slušanja i razumevanje načina na koji drugi ljudi primaju signale

Učesnici: U parovima

Trajanje: 30-40 minuta

Materijal: Prazna soba i prepreke (sto, stolice itd.)

Izvođenje

- 1 Podelite učesnike u parove. Objasnite da je svrha ove vežbe da pomogne sticanju uvida u to kako primamo signale drugih ljudi, koliko smo dobri u tome, i, takođe, koliko smo spremni da verujemo nekome da nas vodi.
- 2 Važno je naglasiti da se cela vežba izvodi u potpunoj tišini. Verbalna komunikacija je zabranjena. Cela grupa učestvuje podeljena u parove. Jedna osoba iz para će biti vodič „slepe osobe“, a posle nekoliko minuta promeniće uloge. Postarajte se da učesnici ne razrade taktiku pre početka vežbe.
- 3 Trener će dodatno otežati stvar postavljanjem prepreka na put (stolice, sto itd.) Vodič mora izbeći ove prepreke, vodeći sve vreme računa o „slepoj“ osobi.

Diskusija

Posle okončanja vežbe važno je porazgovrati sa učesnicima o njihovom iskustvu, i kao vodiča, i kao slepog/e. Pustite ih da razgovaraju o tome kako su se osećali i šta su iskusili. Pitajte ih kako su komunicirali? Koje su znakove koristili i kako?

3

Oruđe 4: Grupna skulptura

Opis: Učenje iskazivanja emocija pomoću neverbalne komunikacije

Učesnici: Grupe od po četvoro – petoro učesnika

Trajanje: 40-50 minuta

Materijal: Spisak zadatih osećanja (npr. sreća, tuga, bes itd.)

Izvođenje

- 1 Podelite učesnike u grupe od po četvoro – petoro. Zadajte svakoj grupi temu po kojoj će napraviti skulpturu od sopstvenih tela.
- 2 Dajte im oko 20 minuta za ovaj zadatak. Svaka grupa predstavlja svoju skulpturu i diskutuje o njoj.

Diskusija

Posle svake prezentacije neophodno je razmotriti način na koji je skulptura napravljena. Kako je napredovao razgovor u grupi? Da li je postojalo nekoliko konkurentnih ideja? Ako jeste, zašto je izabrano baš to rešenje? Da li je vežba bila teška? Šta su učesnici naučili iz nje?



Oruđe 5: Biti pažljiv slušalac

Opis: Isprobavanje veština slušanja

Učesnici: Grupe od po troje učesnika

Materijal: Table sa papirom i markeri

Izvođenje

- 1 Započnite razjašnjavanjem uloge svakog člana male grupe. Jedan/a je slušalac koji što je više moguće ohrabruje govornika. Drugi/a je govornik koji ima na raspolaganju pet minuta da izloži svakodnevni problem s kojim se susreće na poslu. Treći/a je posmatrač, koji posmatra da li ili ne slušalac ohrabruje govornika.
- 2 Dok govornik izlaže, posmatrač posmatra na koji način slušalac ohrabruje govornika. Posle pet minuta menjaju se uloge. U ovom krugu koji traje pet minuta, slušalac postaje govornik, posmatrač slušalac, a slušalac posmatrač. Rotiranje se nastavlja dok svi ne prođu sve uloge.
- 3 Na kraju vežbe svaki član grupe izlaže šta je njegov/njen partner uradio da bi ohrabrio konverzaciju. Na jednoj tabli zabeležite koji tipovi ponašanja ohrabruju razgovor, a na drugoj, one tipove ponašanja koja postiču suprotan efekat. Figura 5 sadrži spiskove načina za ohrabrivanje i destimulaciju razgovora.

Diskusija

Da li je neverbalna komunikacija od ikakve pomoći? Koja pitanja su postavljena, i kakve izjave su davane?

5

FIGURA 5

Efekti na konverzaciju

OHRABRUJE KVALITETNU KONVERZACIJU

- Gledanje u govornika;
- Ohrabrivanje govornika (npr. klimanjem glave, osmehom itd.)
- Verbalno ohrabrenje;
- Pokazivanje razumevanja, strpljenja i prihvatanja;
- Pokazivanje zainteresovanosti;
- Traženje objašnjenja postavljanjem pitanja;
- Davanje dobrog, konkretnog i određenog saveta;
- Dopuštanje govorniku da razvije poentu bez prekidanja;
- Izbegavanje kriticizma i ocenjivanja;
- Zadobijanje poverenja (npr. sve što kažete ostaće strogo poverljivo).

NE OHRABRUJE KVALITETNU KONVERZACIJU

- Negledanje u govornika;
- Nedostatak razumevanja i simpatije;
- Neslušanje rečenog i postavljanje pitanja;
- Kritikovanje i ocenjivanje govornika;
- Previše priče, premalo slušanja;
- Raspravljavanje;
- Pričanje o sebi;
- Zauzetost drugim predmetom za vreme slušanja (npr. pregledanje beleški ili zagledanje noktiju);
- Ismejavanje govornika, ne uzimati ga/je za ozbiljno.

5

Oruđe 6: Nepoznati predmet

Opis: Selektivno slušanje i subjektivne predstave

Učesnici: Tri dobrovoljca i ostatak publike koji čini jednu grupu

Trajanje: 30 minuta

Izvođenje

- 1 Objasnite da je cilj igre otkrivanje zagonetnog predmeta. Potrebna su Vam tri dobrovoljca. Oni treba da napuste sobu i izaberu zagonetni predmet koji će opisati ostatku učesnika.
- 2 Grupa će pokušati da otkrije zagonetni predmet postavljanjem jednog pitanja svakom dobrovoljcu kada uđe u sobu. Pošto svaki od dobrovoljaca može ući u sobu četiri puta, to znači da grupa može da postavi ukupno 12 pitanja.

Diskusija

Pitajte dobrovoljce kako su se osećali u svojoj ulozi i šta misle o pitanjima koja im je postavljala grupa? Ima li dobrih pitanja koje je grupa propustila da postavi? Koji su odgovori pomogli, a koji odmgli, u procesu otkrivanja zagonetnog predmeta?

6

Oruđe 7: Parafraziranje

Opis: Ispitivanje mana i prednosti parafraziranja

Učesnici: U parovima

Trajanje: 50 minuta

Izvođenje

- 1 Svaki partner treba da ispriča svoju najbolju novogodišnju proslavu za manje od tri minuta. Slušalac zatim treba da prepriča priču svog partnera za najviše jedan minut. Trener će gledati na sat, i dati znak kada vreme istekne.
- 2 Partner koji je ispričao priču treba da zapiše šta je u ovom izveštaju bilo propušteno ili greškom dodato u procesu parafraziranja.

Diskusija

Za vreme diskusije važno je razgovarati o tome koliko uspešno je grupa uspela u sažimanju priča. Da li su skraćene verzije bile tačne ili su neki detalji pretrpeli izmenu? Bilo bi dobro da dobrovoljci iznesu svoje utiske, a članovi grupe ih prokomentarišu.



Oruđe 8: Fidbek

Opis: Kako koristiti fidbek i poboljšati atmosferu u grupi

Učesnici: Pojedinačno

Trajanje: 60-70 minuta

Materijal: Personalizovani formular za fidbek

FIGURA 6

Personalizovani formular za fidbek

Poruka za _____ od _____

Poštujem, dopada mi se _____

Voleo/la bih da ovo bude drugačije _____

Izvođenje

- 1 Svaki član grupe upućuje svakom drugom članu popunjeni formular, opisujući šta mu/joj se kod te osobe dopada, a šta treba promeniti.
- 2 Svako dobija poruku adresiranu na sopstveno ime. Učesnik može, ali i ne mora, po slobodnoj volji da pročita celoj grupi sadržaj poruke. Trener treba da pomogne u tumačenju datih predloga. Važno je da trener istakne da je svačijoj slobodi prepuštena odluka šta će uraditi sa svojom ceduljom. Da li će neko promeniti ponašanje ili ne?

Diskusija

Završna diskusija zavisi od toga koliko su instrukcije trenera sa početka izvođenja vežbe bile jasne i koliko su pomogle da se grupa oseća opušteno. Takođe, da li je trener pomogao uspešnoj i primerenoj transformaciji nekih poruka?

8

Oruđe 9: „Ti“ i „ja“ poruke

Opis: Preformulacija poruka u konstruktivniji i prihvatljiviji oblik

Učesnici: Male grupe

Trajanje: 40 minuta

Izvođenje

1 Podelite učesnike u parove, ali se potrudite da rade sa partnerima s kojima do sada nisu uopšte, ili skoro uopšte sarađivali. Neka svako napiše na parčetu papira jednu rečenicu iz situacije kada ih je neko verbalno napao, optužio ili zbog nečega kritikovao, ali koristeći upravni govor i „Ti“ oblik. Ovaj papir treba da daju partneru.

2 Partner zatim menja poruku iz „Ti“ oblika u „Ja“ oblik.

Diskusija

Na kraju vežbe svaki član grupe može da podeli svoju rečenicu sa ostalim učesnicima u grupnoj diskusiji. Važno je prodiskutovati o tome kako su se učesnici vežbe osećali suočeni sa svojom „Ja“ rečenicom. Šta su mislili o tome? Da li su ove poruke mogle biti upotrebljene u situacijama kada su primili „Ti“ poruke? Da li mogu biti efikasne u takvim situacijama?

9

Oruđe 10: „Zašto?“pitanje

Opis: Razumevanje implikacija „Zašto?“pitanja

Učesnici: U parovima

Trajanje: 20 minuta

Izvođenje

- 1 Podelite grupu u parove i odredite ko će biti „A“, ko „B“.
- 2 „A“ postavlja „B“ tri pitanja koja počinju upitnom reči „Zašto?“. „B“ sasluša ova pitanja, ali ne odgovara.
- 3 Zatim „B“ postavlja „A“ tri pitanja koja počinju upitnom reči „Zašto?“. „A“ sasluša ova pitanja, ali ne odgovara.
- 4 Sledi diskusija sa svakim parom u kojoj se razmatra kako su se učesnici osećali kada su čuli pitanja. Da li su poželeti da odgovore na njih?
- 5 Posle diskusije trener objašnjava učesnicima kako da preformulišu „Zašto?“pitanja u pitanja koja počinju sa „Da li ste...?“, „Čini mi se da...“ i „Šta mislite...?“
- 6 Posle kraćeg predavanja i diskusije, „A“ i „B“ postavljaju ista pitanja, ali ovaj put u preformulisanim oblicima. Na ovom stupnju je dozvoljeno odgovaranje na postavljena pitanja, ako osoba to želi.

Diskusija

Kako su preformulisana pitanja promenila Vaša lična osećanja? Da li ste osetili razliku u situaciji kada postavljate pitanje ili dajete odgovor na njega?

10

Oruđe 11: Da li sam to stvarno ja?

Opis: Ispitivanje govornog čina i prezentacija

Učesnici: U idealnom slučaju učestvuje cela grupa, ako to njena veličina i preostalo vreme dopuštaju. Najmanje pet dobrovoljaca treba da prezentuje rezultate.

Trajanje: Zavisi od veličine grupe.

Priprema prezentacije: 15 minuta. Prezentacija i njeno snimanje: dva minuta po učesniku.
Gledanje snimka i diskusija: pet do sedam minuta po prezentaciji.

Materijal: Podijum za govornika (ili ekvivalentno sredstvo/prostor), video rekorder, video kamera i TV.

Izvođenje

- 1 Izložite zadatak: svi članovi grupe treba da naprave prezentaciju od maksimalno dva minuta, o nečemu što dobro poznaju.
- 2 Svaka prezentacija se snima.
- 3 Grupa zatim treba da zajedno pogleda snimljene prezentacije i diskutuje o tome šta je dobro urađeno, i šta bi moglo da se uradi bolje.
- 4 Ako vreme dozvoljava da se pregledaju sve snimljene prezentacije, odaberite nekoliko dobrovoljaca. Izlagači prezentacija mogu upotrebiti sva raspoloživa sredstva da poboljšaju prezentacije.
- 5 Na kraju će cela grupa pregledati sve snimljene prezentacije i diskutovati o njima.

Diskusija

Posle razmatranja jedne prezentacije, isti izlagač imaće vremena da iskaže mišljenje šta misli o snimljenoj traci, šta treba popraviti itd. Ostatak grupe zatim izriče mišljenje o tome šta se kome dopalo, i šta treba popraviti. Posle svake diskusije, trener nudi fidbek, argumentuje svoje mišljenje i daje preporuke.



Oruđe 12: Pomoćna tehnička sredstva za realizaciju prezentacije

Opis: Identifikacija pomoćnih tehničkih sredstava za uspešnu realizaciju prezentacije.

Učesnici: Grupe od po četvoro - petoro učesnika

Trajanje: 60 minuta.

Materijal: Pripremljena tabla sa papirom na kojoj su pobrojana sva pomoćna tehnička sredstva, neispisana, prazna hartija za tablu, markeri i lepljiva traka.

Izvođenje

Svrha ove vežbe je da natera učesnike da promisle o sredstvima koja se mogu iskoristiti u prezentaciji. Na ovaj način polaznici aktivno učestvuju u izvođenju treninga, putem pripreme svog materijala za svoju prezentaciju. Ova vežba može se izvesti na dva načina – podelom učesnika u male grupe ili upotrebom table za isticanje poruka.

Rad u malim grupama

- 1 Svaka grupa dobija jedno sredstvo koje će koristiti za realizaciju prezentacije, npr. video kameru.
- 2 Grupa razgovara o načinu upotrebe datog sredstva – kako, u kojim slučajevima, koje su prednosti, a koje mane ovog medija.
- 3 Posle diskusije, zaključci, ideje i komentari grupe se ispisuju na prazan list table sa papirima, i prezentuju se ostalim učesnicima.

Upotreba table za isticanje poruka

- 1 Treneri distribuiraju prazne listove formata A1 za tablu sa papirima.
- 2 Svaki list sadrži ime jednog pomoćnog tehničkog sredstva (npr. video kamera, slajdovi, grafosop itd.). Takođe, listovi su izdeltjeni na nekoliko praznih polja na kojima stoji: „za šta se koristi sredstvo“, „prednosti“, „mane“, „preporuke“ i tako dalje.
- 3 Svaka grupa daje svoje mišljenje o svakom pojedinačnom sredstvu.
- 4 Trener određuje signal kojim će dati znak grupama da je vreme da se pozabave drugim sredstvom, na drugoj tabli.
- 5 Grupa provodi pet minuta pred jednom tablom, i preporučuje se maksimum od pet tabli, tj. izabranih sredstava.

Diskusija

Posle završetka vežbe, svaka grupa kratko prezentuje sopstvene komentare o svakom sredstvu. Sledi kratka diskusija i napomene trenera.

12

Apendiks: Upotreba table za papir i grafoskopa

PREDNOSTI

- **Prenosivost.** Papir se lako može saviti, konstrukcija table sklopiti, pa se oboje lako prenose.
- **Nije potrebno električno napajanje.** Za razliku od grafoskopa, slajd projektor, video rekordera, itd. električno napajanje nije potrebno, pa je tako ovo sredstvo mobilnije i nepodložno nestanku struje.
- **Adaptivnost.** Može se koristiti kao tabla ili kao pripremljeni materijal za izlaganje na niz načina.
- **Može se upotrebiti bilo koji papir.** Ne mora se koristiti kupovni, standardni papir za tablu, ako je nedostupan. Bilo koji papir velikog formata može se iskoristiti.
- **Lak za upotrebu.** Pored čitkog rukopisa, potrebno je poznavanje još samo nekoliko jednostavnih veština.
- **Iskoristivost.** Ispisani list može se kasnije iskoristiti kao poster i referenca.
- **Može se koristiti odmah, bez priprema.** Na hartiji se može skicirati, crtati i pisati odmah, bez pripreme.
- **List se može izložiti bilo gde.** Čak iako je velikog formata A1, lako se izlaže na zidove, vrata, police, pa čak i na zavese, pomoću lepljive trake.

MANE

- **Ako se loše pripremi, izgleda neprofesionalno.** Loš izgled može odbiti publiku i poljuljati kredibilitet izlagača.
- **Neizdržljivost.** Papir ne traje dugo, što umanjuje prednosti ovog sredstva, ako se planira ponovo korišćenje.
- **Lako se cepa, prlja i gužva.** Lako se lako prenosi, takođe se lako oštećuje u transportu i pohranjivanju.
- **Posebne tehnike teško se izvode.** Postoje neke specijalne tehnike koje se mogu iskoristiti, ali zahtevaju visok stepen znanja i spretnosti. Npr. „kretanje“, brzo skakanje od jedne do druge celine, tj. sa lista na list, može se ostvariti velikim spajalicama i sl. ali se lako može napraviti zbrka i pogrešiti.

Tabla za papir

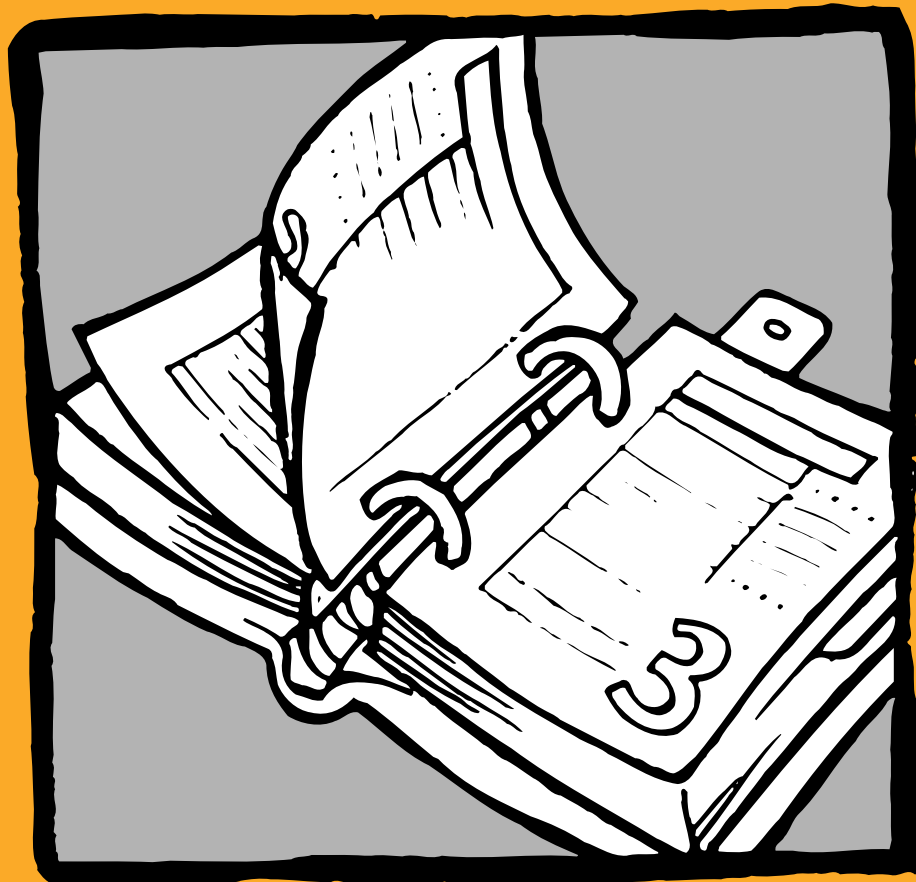
PREDNOSTI

- **Značajan vizuelni utisak.** Pošto se slika projektuje putem izvora svetlosti, vizuelni utisak može imati znatnu prednost nad običnom tablom.
- **Ne smeta mu svetlo.** Za razliku od slajd i film projektora prostorija ne mora da bude zamračena, što omogućava izlagaču da drži publiku na oku.
- **Velika slika.** Projektovana slika može biti velika, ograničenje predstavlja samo veličina platna ili površine na koju se projektuje, intenzitet projektovanog svetla i tip sočiva.
- **Pristupačnost.** Često je grafoskop gotovo podjednako dostupan kao i tabla sa papirima. U suprotnom, može se lako transportovati na mesto gde se održava prezentacija, naročito portabl modeli specijalno projektovani za tu svrhu.
- **Može se koristiti iz sedećeg i stajaćeg položaja.** Neki izlagači više vole da sede za vreme prezentacije, drugi da stoje ili se kreću. Grafoskop dozvoljava sve varijante, iako je smišljeno projektovan za predavača koji sedi.
- **Profesionalan izgled.** Materijal koji se projektuje uglavnom deluje profesionalno, bilo da je načinjen veštom rukom, fotografskim tehnikama, ili, kao što je danas najčešće slučaj, uz pomoć kompjutera.
- **Folije su lako prenosive.** Prenose se lako u fasciklama, tašnama ili posebnim spremištima.

MANE

- **Potreban je izvor električne energije.** Za razliku od table sa papirima, potreban je izvor struje. U današnjim uslovima ovo uglavnom ne predstavlja problem, ali su svedjedno, još uvek mogući nestanci struje, a može se pojaviti i nekompatibilnost utičnice i utikača.
- **Stariji modeli su bučni.** Stariji ili jeftiniji modeli imaju ugrađen rashladni uređaj koji može biti vrlo bučan.
- **Variraju u stepenu upotrebljivosti.** Iako su danas česti, neretko se zatiče stari i dugom upotrebom oštećeni model.
- **Vidljivost.** Deo grafoskopa je i ogledalo postavljeno pod posebnim uglom na vrhu stuba. Treba paziti na raspored sedišta u publici, kako bi projektovana slika bila svima vidljiva.
- **Deformacija slike.** Kada se slika projektuje pod suviše ostrim uglom, njen vrh može biti širi od baze. Efekat otežava vidljivost, i ponekad se teško ispravlja.
- **Pretrpanost folije sadržajem.** Izlagač može biti u iskušenju da stavi previše materijala na jednu foliju. Osnovna prednost grafoskopa je vizuelni utisak; pretrpavanje folije tu prednost umanjuje.

Grafoskop



Primer Dnevnog reda radionice

Kako organizovati trening

Namena predloženog primera dnevnog reda jeste da vam pomogne da koncipirate trening o izradi Lokalnog ekološkog akcionog programa (LEAP), koristeći, po potrebi, različite elemente predstavljene u ovom priručniku i praktikumu. Njihova konkretna upotreba, u kombinaciji sa drugim aktivnostima, treba da se bazira na vašem saznanju o očekivanjima i informisanosti učesnika, kao i na proceni vremena koje je potrebno da se trening realizuje. Pored tema za radionicu, predlog dnevnog reda nudi više aktivnosti koje mogu doprineti interaktivnosti vaše radionice.

Primer Dnevnog reda radionice

Deo I — Uvod

KATEGORIJA

Uvod

Očekivanja

Pregled agende

SVRHA

Upoznajte učesnike sa tokom radionice i organizujte predstavljanje.

Izrazite i razjasnite očekivanja.

Pojasnite plan treninga i metode koje ćete koristiti, i povežite ih sa očekivanjima učesnika

PREDLOŽENE AKTIVNOSTI

Uvod

Diskusija

Predavanje

Deo II — Komunikacija je...

KATEGORIJA

Uvod

Komunikacija je...

SVRHA

Izložite pristup temi

Izložite konkretnije informacije o tome šta je komunikacija

Razjasnite ključne elemente teme

PREDLOŽENE AKTIVNOSTI

Orude 1: **U drugoj ruci**

Predavanje

Diskusija

Deo III — Verbalna i neverbalna komunikacija

KATEGORIJA

Uvod

Verbalna i neverbalna komunikacija

Aktivnost za kraj...

SVRHA

Upoznajte učesnike sa osnovnim razlikama između verbalne i neverbalne komunikacije

Dajte pregled tipova verbalne i neverbalne komunikacije

Provežbajte metode neverbalne komunikacije

PREDLOŽENE AKTIVNOSTI

Orude 2: **Ogledalo**
Orude 3: **Vodič slepih**

Predavanje

Orude 4: **Grupna skulptura**

Primer Dnevnog reda radionice nastavak

Deo IV — Komunikacijske smetnje

KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Uvod	Izložite problem komunikacijskog šuma i prepreka	Predavanje
	Neka učesnici podele iskustva	Diskusija

Deo V — Efikasna komunikacija

KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Uvod	Izložite glavne elemente dobre komunikacije	Kratka prezentacija
Aktivno slušanje	Prezentujte veštine i informacije o ovoj temi	Oruđe 5: Biti pažljiv slušalac Oruđe 6: Nepoznati predmet Oruđe 7: Parafraziranje
Fidbek	Prezentujte veštine i informacije o fidbeku	Oruđe 8: Fidbek
„Ti“ i „Ja“ poruke	Prezentujte veštine i informacije o „Ti“ i „Ja“ porukama	Oruđe 9: „Ti“ i „Ja“ poruke
Aktivnost za kraj...	Diskutujte o veštinama koje bi učesnici želeli da unaprede i zabeležite ključne tačke	Diskusija

Deo VI — Principi komunikacije

KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Uvod	Razmotrite elemente koji čine razgovor	Diskusija
Principi komunikacije	Predstavite ključne elemente komunikacije	Kratka prezentacija Oruđe 10: „Zašto?“ pitanje
Aktivnost za kraj...	Navedite primere uspešne i neuspešne komunikacije	Diskusija

Deo VII — Veštine izlaganja prezentacije

KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Uvod	Upoznajte učesnike s ključnim elementima uspešne prezentacije	Kratka prezentacija
Aktivnost za kraj...	Diskutujte o ključnim elementima i načinite sažetak najvažnijih tački	Diskusija

Primer Dnevnog reda radionice nastavak

Deo VIII — Priprema i realizacija prezentacije

KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Uvod	Predstavite ključne korake u procesu pripreme i realizacije prezentacije	Prezentacija
Držanje govora	Vežbajte izlaganje prezentacije na podijumu predviđenom za govornika Napravite sažetak važnih komentara i preporuka, zapišite najvažnije zaključke	Oruđe 11: Da li sam to stvarno ja? Diskusija

Deo IX — Pomoćna tehnička sredstva za realizaciju prezentacije

KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Uvod	Kratak pregled glavnih pomoćnih tehničkih sredstava	Kratka prezentacija trenera
Pomoćna tehnička sredstva	Napravite spisak pomoćnih tehničkih sredstava koja su najčešće u upotrebi	Oruđe 12: Pomoćna tehnička sredstva za realizaciju prezentacije
Aktivnost za kraj...	Navedite prednosti i mane tri glavna sredstva	Diskusija i zatvaranje ove sesije

Deo X — Zaključak

KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Personalizovani plan	Neka svaki učesnik napravi personalizovani plan za unapređenje sopstvenih komunikacijskih i prezentacijskih veština	Pojedinačni rad
Ocena seminara	Zatražite od učesnika fidbek, i ocenite seminar	Diskusija

Regionalni centar za životnu sredinu za Centralnu i Istočnu Evropu (REC) je nestranačka, nezavisna, neprofitna organizacija čija je misija da pruža pomoć u rešavanju ekoloških problema u Centralnoj i Istočnoj Evropi. Centar ispunjava misiju ohrabrivanjem saradnje između nevladinih organizacija, vlada, privrede i drugih partnera u oblasti zaštite životne sredine, pružanjem podrške besplatnoj razmeni informacija i promovisanjem učešća javnosti u donošenju odluka koje se tiču životne sredine.

REC su 1990. godine osnovale Sjedinjene Američke Države, Evropska Unija i Mađarska. Danas je REC legalno zasnovan na povelji koju su potpisale vlade 27 zemalja i Evropska Unija, kao i na međunarodnom sporazumu sa vladom Mađarske. Sedište REC je u Sentandreji, u Mađarskoj, a lokalne kancelarije se nalaze u 15 zemalja korisnika u Centralnoj i Istočnoj Evropi: Albaniji, Bosni i Hercegovini, Bugarskoj, Hrvatskoj, Češkoj, Estoniji, Mađarskoj, Letoniji, Litvaniji, Makedoniji, Poljskoj, Rumuniji, Slovačkoj, Sloveniji i u Srbiji i Crnoj Gori.

Trenutni donatori su Evropska Unija i vlade Albanije, Belgije, Bosne i Hercegovine, Bugarske, Kanade, Češke, Danske, Estonije, Finske, Francuske, Nemačke, Italije, Japana, Letonije, Litvanije, Holandije, Poljske, Slovenije, Švedske, Švajcarske, Velike Britanije, Sjedinjenih Američkih Država i Srbije i Crne Gore, kao i druge međuvladine i privatne institucije.



Prezentacija i komunikacija