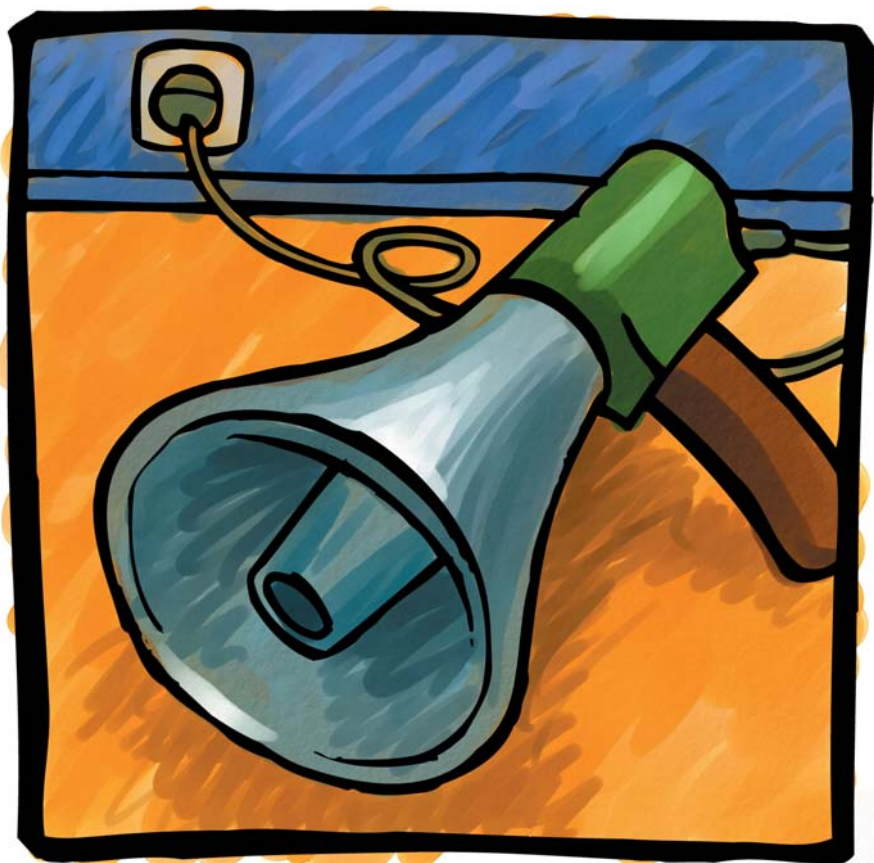


RAZVIJANJE VJEŠTINA NVO-a

Vještine prezentacije i komunikacije



REGIONALNI CENTAR ZA OKOLIŠ
za centralnu i istočnu Evropu

RAZVIJANJE VJEŠTINA NVO-a

Vještine prezentacije i komunikacije

napisala

ANDREJA TONC

uredili

ILDIKO SIMON i CERASELA STANCU



REGIONALNI CENTAR ZA OKOLIŠ
za centralnu i istočnu Evropu

O REC-u

Regionalni centar za okoliš/životnu sredinu za Centralnu i Istočnu Evropu (REC) je nezavisna, nepolitička, nestranačka, neprofitna organizacija sa misijom da pomogne pri rješavanju problema vezanih za okoliš/životnu sredinu u Centralnoj i Istočnoj Evropi (CEE). Centar ispunjava ovu misiju time što promovira saradnju između nevladinih organizacija, vlada, biznisa i ostalih učesnika u okolišu/životnoj sredini, podržavajući slobodnu razmjenu informacija i promovisanjem učešća javnosti u procesu donošenja odluka vezanih za okoliš/životnu sredinu.

REC je osnovan 1990 godine od strane Sjedinjenih Američkih Država, Evropske Komisije i Mađarske. Danas, REC se zakonski bazira na Povelji potpisanoj od strane vlada 27 država i Evropske Komisije, i na Međunarodnom Sporazumu sa Vladom Mađarske. REC ima sjedište u Szentendreu, Mađarska, i lokalne kancelarije u svakoj od 15 zemalja korisnica CEE koje su: Albanija, Bosna i Hercegovina, Bugarska, Hrvatska, Češka Republika, Estonija, Mađarska, Latvija, Litvanija, FYR Makedonija, Poljska, Rumunija, Slovačka, Slovenija i Srbija i Crna Gora.

Skorašnji donatori su Evropska Komisija i Vlade: Albanije, Belgije, Bosne i Hercegovine, Bugarske, Kanade, Češke Republike, Danske, Estonije, Finske, Francuske, Njemačke, Italije, Japana, Latvije, Litvanije, Holandije, Poljske, Slovenije, Švedske, Švicarske, Velike Britanije, Sjedinjenih Američkih Država i Srbija i Crna Gora kao i ostale među-vladine i privatne institucije.

Cijeli sadržaj ovog izdanja je autorsko pravo
©2002 Regionalnog Centra za Okoliš/Životnu sredinu za Centralnu i Istočnu Evropu

Niti jedan dio ovog izdanja ne smije biti prodan ili umnožen za prodaju bez dozvole nosioca autorskog prava

ISBN: 963 9424 72 2

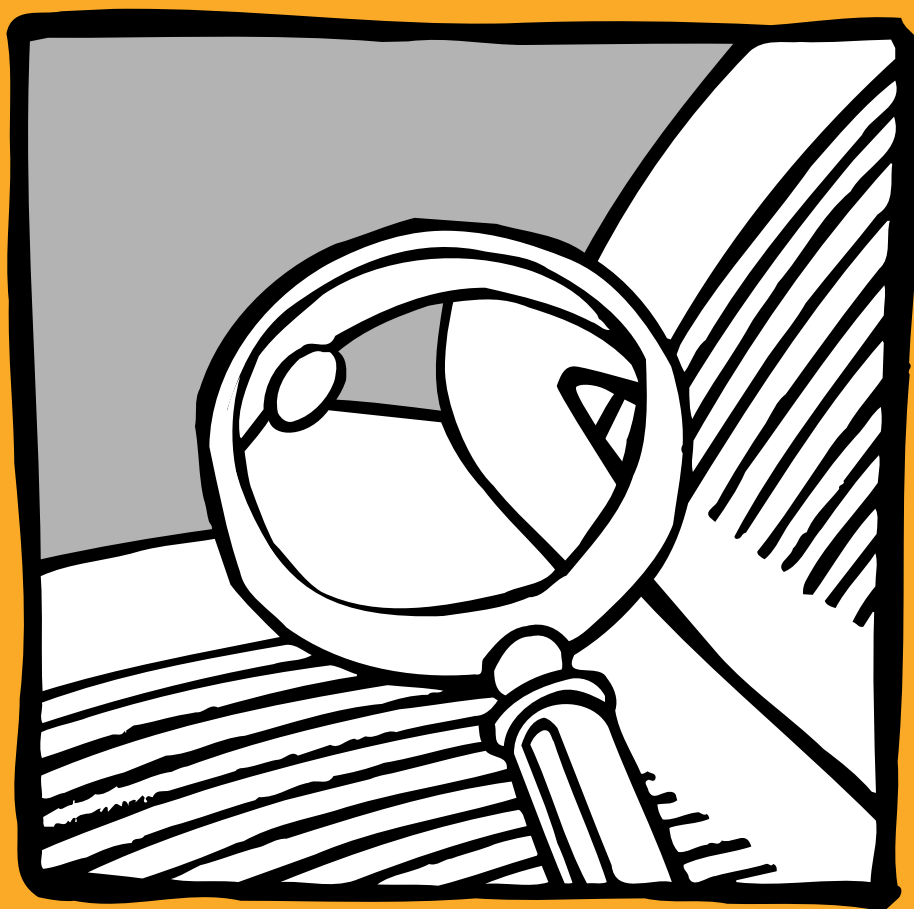
Objavljeno od strane:

Regionalnog Centra za Okoliš/Životnu sredinu za Centralnu i Istočnu Evropu
Ady Endre ut 9-11, 2000 Szentendre, Mađarska
Tel: (36-26) 504-000, Faks (36-26) 311-294,
E-mail: info@rec.org, Web strana: www.rec.org

Prevod: Ljiljana Pandzic, Dizajn: Sylvia Magyar i Greg Spencer, Ilustracija: Laszlo Falvay

Ova i sve publikacije REC-a se štampaju na recikliranom papiru koji je proizveden bez korištenja hlora ili hemikalija na bazi hlora.

Tematski materijal	7
Pregled	7
Spreman za trening	8
Metode treninga	19
Metoda 1: Drugom rukom	21
Metoda 2: Ogledalo	22
Metoda 3: Vođenje slijepca	23
Metoda 4: Grupna skulptura	24
Metoda 5: Biti dobar slušalac	25
Metoda 6: Nepoznati predmet	27
Metoda 7: Parafraziranje	28
Metoda 8: Povratna informacija (feedback)	29
Metoda 9: Ja i Ti poruke	30
Metoda 10: Pitanje zašto	31
Metoda 11: Jesam li to stvarno ja?	32
Metoda 12: Sredstva za prezentaciju	33
Primjer Programa Rada Radionice	37



Tematski materijal

Pregled

Uvod

Lideri i aktivisti NVO-a mogu unaprijediti efikasnost njihove organizacije, unapređivanjem njihovih unutrašnjih i vanjskih komunikacijskih vještina. Organizacija mora sebe jasno izraziti prema vanjskom svijetu, dok zdrava radna atmosfera — koja je rezultat uspješne unutrašnje komunikacije — podjednako doprinosi rukovodiocima, zaposlenima i dobrovoljcima.

Vanjska komunikacija uključuje osjetljiv balans između informacija i razonode, kao i kompromis između želje za ostvarivanjem uzvišenih ciljeva i ograničenja u vremenu i resursima. Učenjem efikasnih metoda prezentacije, može se uveliko poboljšati efikasnost organizacije. Vještine predstavljene u ovom vodiču mogu biti korisne u svakodnevnoj upotrebi, kao i prilikom pripremanja poruka za daljnje širenje. Vrijednosti ubjeđivanja ne mogu dugo ostati.

Komunikacija je saopštavanje ili razmjena informacija, ideja ili osjećanja. Ona nije jednosmjerni proces, budući da poruka mora biti primljena u cilju ostvarivanja komunikacije.

Prezentacija je struktuisana komunikacija bazirana na stvarnim potrebama publike u cilju ostvarivanja određene svrhe u okviru datog vremenskog okvira, gdje su opšti ciljevi obezbjeđivanje informacija i promovisanje ideja.

Prezentacije su tip komunikacije, i ako mi možemo komunicirati efikasno, prezentacije prestaju biti teške. Ali, one su daleko od toga da budu jednostavna komunikacija, i one najčešće zahtijevaju i dodatne vještine ubjeđivanja i uticanja.

Ciljevi vodiča

Svrha ovog vodiča je da vas ohrabri da mislite o samom sebi. Kako komunicirate sa samim sobom, sa onima koji su vam bliski, sa prijateljima, sa kolegama na poslu, sa poslovnim partnerima i sa donatorima? Ovaj vodič nudi korisne vještine komuniciranja i prezentovanja, daje informacije i primjere kako poboljšati te vještine, kako ih primjeniti na samom sebi i kako ih predstaviti drugima.

Vodič takođe obezbeđuje primjenljivu pozadinu i praktične metode za lidere i aktiviste za razvoj njihovih vještina komunikacije i prezentacije.

Vodič korisniku omogućava da:

- ohrabri polaznike treninga da procijene svoj potencijal u razvoju tehnika komunikacije i prezentacije;
- identifikuju komunikacijski šum i ostale barijere;
- osiguraju obostrano razumijevanje između pošiljaoca i primaoca poruke;
- ojačaju metode komunikacije radi bolje efikasnosti i poštenja u različitim radnim odnosima;
- razumiju odnos između neverbalne i verbalne komunikacije.

Vještine koje se trebaju razviti

Vodič za trenere obezbeđuje lako primjenljive metode za razvoj svakodnevne komunikacije, izbjegavanje sukoba i pripremu i izvođenje prezentacija za male ili velike, poznate ili nepoznate publike.

Sticanje vještina ponuđenih u ovom vodiču će korisniku pomoći da:

- izbjegne ili prevaziđe komunikacijske prepreke;
- primjeni pouzdane komunikacijske tehnike;

- ostvari svrhu prezentacije primjenom osnovnih pravila efikasne komunikacije i prezentacije;
- prepozna očekivanja publike ili komunikacijskog partnera;
- poveća efikasnost komunikacije primjenom verbalnih i neverbalnih tehnika;
- planira i koristi vizuelna sredstva uzimajući u obzir pravila ljudskog opažanja; i
- pripremi efikasnu i interesantnu prezentaciju za bilo koju publiku.

Kako izvoditi trening

Ovaj vodič treba koristiti u kombinaciji sa aktivnostima predstavljenim u metodama treninga. Veći dio sadržaja vodiča je dizajniran tako da može biti korišten kao podsjetnik za polaznike tokom održavanja treninga. Ipak, trener ga može prilagoditi prema specifičnom kontekstu i vremenskom okviru aktivnosti treninga.

Pogrešno shvatanje komunikacije

- Dobra komunikacija dolazi prirodno.
- Komuniciramo samo putem riječi.
- Komunikacija je uvijek svjesna i promišljena aktivnost.
- Moguće je u potpunosti kontrolisati našu komunikaciju.
- Komunikacija uvijek vodi boljim odnosima i boljem rješavanju problema.

Spreman za trening

Razgovor

Osobe koje razgovaraju spremne su prihvatiti različite stilove govora. To može značiti postavljanje pitanja, davanje odgovora ili aktivno slušanje. Uz slušanje, razgovor je i razmišljanje o onome što smo čuli i što ćemo reći. Šutnja takođe može biti vid razgovora, kao i meta-komunikacija (komunikacija o komunikaciji). Tekst sa strane daje neka uobičajena pogrešna shvatanja o komunikaciji.

Verbalna i neverbalna komunikacija

Verbalna komunikacija je proces prenošenja značenja riječima bilo u usmenom ili pismenom obliku.

Osobine verbalne komunikacije:

- Riječi su simbolički izraz misli.
- Značenja riječi su saglasna.
- Komunikacija se izvodi iz verbalnog konteksta u kojem se upotrebljavaju riječi.
- Verbalna komunikacija je velikim dijelom pod svjesnom kontrolom.

Neverbalna komunikacija je prenošenje značenja u direktnom kontaktu svim sredstvima koja nisu verbalna. Izraz lica, pokreti tijela i ton glasa, sve su to sredstva komunikacije čija značenja su zasnovana na određenoj kulturi. Na primjer, u Bugarskoj, klimanje glavom lijevo-desno znači "da", umjesto "ne".

Teškoće u komunikaciji — šum

Komunikacijski šum je grupa ometajućih faktora koji utiču na komunikaciju. Uzrokovana je izborom neodgovarajućeg "kanala", slanjem nejasne poruke ili ne uzimajući u obzir potrebe i očekivanja primaoca. Sljedeći elementi učestvuju u komunikacijskom šumu:

- fizički šum — zvukovi iz pozadine koji ometaju komunikaciju;

- mentalni šum;
- pogrešna shvatanja koja proizilaze iz izbora riječi koje se koriste (tehnički ili strani izrazi, žargon);
- nedostatak koncentracije;
- predrasude, stereotipi i negativni stavovi (prema porijeklima, rasama, religijama, itd.);
- neprimjerena očekivanja;
- emocionalni pritisci;
- socijalna anksioznost (sugovornici su introvertni, nesigurni, niskog samopoštovanja, itd.);
- kršenje nekih pravila komunikacije (npr. kod predstavljanja, zahvaljivanja, prekidanja, itd.);
- manipulacija/igre (pokazujemo zainteresovanost, ali želimo izazvati sukob; pozivamo na saradnju, ali želimo dominirati i odlučivati; “trzanje tuđeg lanca”).

Prepreke u komunikaciji

Komunikacija koja povrijeđuje uključuje poricanje pokazanih osjećanja, vrijeđanje, osuđivanje, okrivljavanje, zadirkivanje, netaktičnost, prijetnje, izazivanje, ismijavanje, ironiju i oponašanje.

Izluđujuća komunikacija uključuje negiranje pokazanih osjećanja, negiranje izraženih želja, negiranje dogovorenog, odbijanje podjele odgovornosti, buditi — pa razbijati nadu, cjepidlačenje, podmetanje drugom svojih misli, optuživanje nekog drugog za zle namjere, neobaziranje na želje nekog drugog, stalno ponavljanje istoga, traženje skrivenog značenja u svemu.

Nepoštena komunikacija uključuje karikiranje, “stavljanje riječi u tuđa usta”, stalno mijenjanje teme, optuživanje, zloupotreba statistike, prekidanje, zastrašivanje, ponižavanje, izazivanje osjećaja krivnje, izrugivanje, ismijavanje i ignorisanje.

Osnovni elementi efikasne komunikacije

Efikasna komunikacija zavisi od četiri ključna elementa:

- dosljednosti u verbalnoj i neverbalnoj komunikaciji;
- slušanju;
- postavljanju pitanja; i
- pouzdanosti.

Dosljednost u verbalnoj i neverbalnoj komunikaciji

Većina sadržaja poruke je prenesena kroz neverbalni jezik. Ukoliko su verbalne i neverbalne poruke kontradiktorne, ljudi nastoje da vjeruju neverbalnoj poruci. Dobar komunikator kombinuje ova dva elementa komunikacije, tako da se one nadopunjuju i zajednički rade ka dosljednom značenju.

Osnovni elementi verbalne i neverbalne komunikacije

Verbalna komunikacija

- Riječi;
- Smisao;
- Konstrukcija rečenice.

Neverbalna komunikacija

- Ton govora;
- Izraz lica;
- Stav tijela;
- Gestovi;
- Distanciranje;
- Glasnost;
- Intonacija.

Tipovi neslušanja

- **Pseudo (lažno) slušanje**
lažna koncentracija, ali u stvarnosti poruka ne prolazi;
- **Jednoslojno slušanje**
primanje samo jednog dijela poruke (npr. verbalne), dok druge zanemaruje;
- **Selektivno slušanje**
slušanje samo onog što osobu posebno zanima, ili potvrđuje ono u šta se već vjeruje;
- **Selektivno odbacivanje**
usredotočenost samo na one teme koje se ne žele čuti. Kad se takva tema pojavi u razgovoru, slušatelj je jednostavno potisne i odbaci;
- **“Otimanje” riječi**
slušalac sluša tek toliko da ugrabi priliku za početak govora;
- **Odbrambeno ili defanzivno slušanje**
tretiranje poruke kao lični napad protiv ponašanja ili uvjerenja slušaoca;
- **Slušanje u “zasjedi”**
slušanje radi prilike za napad na sagovornika.

Važno je znati da se većina komunikacije obavlja bez stvarnog govora. Ponekad je dovoljno pogledati određenu osobu i znati šta on/ona “misli”. Veoma često se nađemo u situaciji kada znamo da je neko ljut ili povrijeđen, ali kada pitamo “Šta nije u redu?”, on/ona odgovori “Ništa.” ili “Jesi li ljut?”, “Ne, nisam ljut. Zašto bi bio ljut?”.

Neverbalna komunikacija bi se mogla opisati kao poštenija od verbalne, jer ju je veoma teško sakriti (naše reakcije, izrazi lica, pokreti, položaj tijela, visina i ton govora, itd.).

Slušanje

Slušanje je ključni element efikasne komunikacije.

Cilj stvarnog slušanja je da razumijete šta je govornik htio da kaže. Dobar slušalac šalje verbalne i neverbalne poruke govorniku radi olakšavanja komunikacije. To se zove aktivno slušanje.

Prije nego naučimo o aktivnom slušanju, veoma je važno da prvo pogledamo tipove neslušanja (navedenih u tekstu sa lijeve strane).

Ljudi ne slušaju u sljedećim situacijama:

- kada porede sebe sa drugima;
- kada imaju negativan stav prema govorniku (npr. kada misle da je on/ona dosadan);
- kada daju savjete;
- kada uvjeravaju;
- kada se uvijek slažu;
- kada razmišljaju o odgovorima; i
- kada traže skriveno značenje.

Aktivno slušanje se odnosi na aktivne napore slušaoca da poboljša komunikaciju. Poruke su često neprecizne i apstraktne, ali to govornik ne shvata. Čak se dešava da govornik bude sam sebi nejasan nastojeći da izrazi određene misli. Osnovni princip aktivnog slušanja su pod-pitanja, i to prije svega, indirektna pitanja. Direktna pitanja o osjetljivim i ličnim temama mogu izazvati nelagodu, dovesti do negativnih ili obrambenih reakcija, nepovjerenja, pa čak i do potpunog povlačenja sagovornika i do potpunog prekida komunikacije. Stoga je u složenim situacijama, kad nije jasno što određena osoba želi ili osjeća, korisno upotrijebiti indirektna pitanja, odnosno drugim riječima parafraziranje ili sažimanje.

Aktivno slušanje podrazumijeva da ste čuli ne samo ono šta je govornik rekao, već da ste i razumijeli njegova/njena osjećanja, potrebe i očekivanja. Dešifrovanje poruke je važan dio razumijevanja nekoga.

Postavljanje pitanja

Postavljanje pitanja čini komunikaciju efikasnijom i ulijeva povjerenje u sagovornika. Zbog toga je bitno da se razumiju različiti tipovi pitanja i njihove osobine.

Otvorena pitanja

Rečenica počinje sa upitnom riječi (Ko, Zašto, Šta itd) i dozvoljava sagovorniku da slobodno odgovori. Ona omogućava šansu da izrazite mišljenje i ponudite smislenu poruku. Jednostavan primjer je “Kako se osjećaš?”

Zatvorena pitanja

Odgovor na zatvoreno pitanje je jednostavno “da” ili “ne”. Ona vode sagovornika da ponudi odgovor prema onome što mi očekujemo da čujemo. Npr. “Jesi li ljut?”

Sugestivna pitanja

Ova pitanja zvuče otvoreno, ali govornikovo mišljenje je već ugrađeno u pitanje. Sagovornik je suočen više sa pozivom da se složi ili ne, nego da se interesuje za informaciju ili mišljenje. Sugestivno pitanje može biti smatrano više kao izjava nego kao pitanje. Npr. “Zar ne misliš da je cijena benzina previsoka?”

Budite oprezni sa “Zašto” pitanjima

Uopšteno, ljudi ne moraju da odgovore na “Zašto” pitanja.

Ova otvoreno-završena pitanja nastoje da izazovu odbrambeno, opravdavajuće i podmetnuto rasuđivanje.

Kada postavljate “Zašto” pitanja, mudro je da pokažete radoznalost i da izbjegnute provokaciju.

Koristite “Šta” i “Kako” pitanja da:

- pronađete bolje rješenje (Kako ti vidiš ovu situaciju?);
- usitnite problem u manje dijelove (Šta te vrijeđa u ovoj situaciji?);
- redefinišete problem (Šta je stvarno problem u ovoj situaciji? Možeš li to definisati na drugi način?);
- otkrijte lična očekivanja (Šta očekuješ od samog sebe u ovoj situaciji? Kako bi želio da riješiš ovu situaciju?);
- ocijenite spremnost da budete lično uključeni (Šta misliš kako ti možeš doprinijeti?);
- spremno primite ličnu odgovornost za problem (Kako ova situacija i njeno rješenje ovise od tebe i tvog ponašanja?); i
- pronađete drugi ugao gledanja na situaciju (Kako drugi gledaju na ovu situaciju? Šta bi neko drugi, koga ti jako poštuješ, rekao u ovoj situaciji?).

Parafraziranje

Parafraziranje je preoblikovanje onoga što je rečeno da bi se učinilo razumljivijim. Može se koristiti da se govorniku da šansa da potvrdi ili ispravi ono što slušalac misli da je izraženo. Parafraziranje počinje sa frazom kao što je “Drugim riječima” ili “Dakle, ti kažeš da”. Pored jednostavnog razumijevanja činjenica, važno je da se pokaže razumijevanje osjećanja govornika. To se može postići započinjanjem rečenice sa “Čini mi se da ti osjećaš jer ...”. Parafraziranje može biti korisno sredstvo za ubjeđivanje da se uspješna komunikacija dogodila.

Kada aktivno slušate nekoga, šaljete sljedeće poruke:

- Ja razumijem tvoj problem.
- Vidim kako se osjećaš.
- Ja ću ti pomoći da razmisliš o ovom problemu i pomoći ću ti da pronađeš drugo rješenje.
- Ja vjerujem u tebe, i vjerujem da ti sam/a možeš pronaći tvoje sopstveno dobro rješenje.

Na primjer: Ivan kaže: “Marko je prosuo vodu na moju stolicu i sada se smije tome. Ja ću pocijepati njegovu sliku.” Nastavnik parafrazira: “Ljut si na Marka jer sada moraš ponovo da radiš na svojoj slici. Hajde da vidimo kako ćeš raditi na svojoj slici.” Stavljanje istog teksta u drugačiji kontekst može promijeniti njegovo značenje.

Samopouzdanje

Samopouzdanje obezbjeđuje povratnu informaciju drugima bez kritiziranja njegove ili njene ličnosti, već izražavanjem nezadovoljstva zbog datog ponašanja /situacije.

Direktive aktivnog slušanja

- Angažujte se pri slušanju i ukažite govorniku svoju punu pažnju.
- Gledajte govorniku u oči.
- Ne prekidajte ga. (Nemojte pitati "zašto" ili reći "Ja isto ...").
- Parafrazirajte (Možete početi svoju rečenicu sa "Ako sam te tačno razumio/la ...").

Povratna informacija je analiza radnji ili ponašanja koju posmatrač pruža da bi nekome pomogao da se poboljša. Efikasnost povratne informacije zavisi od toga kako je formulisana i od odnosa između glumca i kritičara, i njihovih očekivanja.

Povratna informacija može biti dana kao procjena određenog ponašanja, odnosno "ti" porukama (npr. "Nije lijepo od tebe što ponovo kasniš"), ili kao opis iskustva i reakcije govornika na određeno ponašanje, odnosno "Ja" porukama (npr. "Kada si počeo da pričaš o tome, ja sam bio vrlo uplašen"). Iskustvo je pokazalo da procjena povratne informacije često izaziva ozlojeđenost i defanzivnost. Opis povratne informacije pomaže primaocima da shvate svoje mjesto u određenoj sredini i da promijene svoje ponašanje prema odnosima koje žele da razviju sa drugim ljudima.

U svakodnevnom životu ljudi nisu baš dobro obučeni u vještinama komunikacije i obično pružaju povratnu informaciju na indirektno načine, koristeći "ti" poruke. Na primjer, često čujemo: "Ti me razljučuješ." Jako je teško reći šta određena osoba stvarno doživljava, i iz kojih razloga, isto kao i kako ovaj problem može da se riješi.

Povratna informacija je ekstremno korisna kada se ispravno prezentira. Pogledaj broj 1 za pravila o tome kako formirati efikasnu povratnu informaciju. Kada pružate povratnu informaciju, jako su bitni neverbalni znakovi, na primjer ton glasa, stav tijela i gestovi, koji mogu podržati ili pobiti određenu verbalnu poruku.

Osnovno pravilo za primaoca povratne informacije jeste da mirno sluša ono što se govori i da se suzdržava od defanzivnosti. Jako je bitno da se pita za naknadna objašnjenja ukoliko je nešto nejasno. Povratna informacija nije samo način da se pruži podrška već i da se isprovocira i ohrabri.

Tako možemo razlikovati:

- Potvrđivanje povratne informacije — slušalac potvrđuje da je pošiljalac na pravom putu, da napreduje u smjeru svojih ili njenih ciljeva; i
- Korektivna povratna informacija — slušalac obezbjeđuje odgovor na ono šta se pošiljalac "pita" u realizaciji određenog cilja ili u obavljanju određene aktivnosti.

Korektivna povratna informacija bi trebala biti pažljivo formulisana. Važno je imati na umu da cilj povratne informacije jeste da se promijeni druga osoba ali da se da svoj utisak.

"TI" i "JA" poruke

Mi obično u "ti" porukama procjenjujemo drugu osobu. Ova vrsta procjene je vrlo opasna ukoliko proces komunikacije dovede do teškoća. U tom slučaju "ti" poruke obično vode ozlojeđenosti i bude defanzivno ponašanje. U ovakvoj situaciji, posebno kada ponašanje druge osobe ima direktan efekat, mnogo je bolje koristiti "ja" poruke.

U ovim porukama opisujemo:

- određeno ponašanje koje nas uznemirava ili nas na bilo koji način ugrožava;
- rezultate tog ponašanja; i
- osjećanja prouzrokovana tim ponašanjem.

Prema nekim stručnjacima, "ja" poruke ustvari mogu da budu pasivne jer drugima je prepušteno da nešto urade za nas. Tako ako želimo da ih aktiviramo, direktnije i u

tom smislu potpunije, neophodno je za njih da znaju šta mi želimo da se desi. Broj 2 pokazuje razliku između pasivnih i aktivnih sugestija.

Vještine prezentacije

Iako je prezentacija u svom najjednostavnijem obliku bilo kakav izraz ili misao ili osjećanje prema primaocu poruke, došla je do značenja prikaza koncepta grupi ljudi zainteresiranih za određenu temu.

Ključni elementi uspješne prezentacije su subjekt, vrijeme, svrha i publika.

Subjekt

Prezentacija se može fokusirati na većem broju subjekta, pitanja i tema. Prezentator i publika imaju drugačije odnose sa subjektom zbog mnogo razloga. Postoje tri situacije koje su povezane sa nivoem znanja prezentera i publike, koje se tiče teme:

- Prezenter je upoznat, ali publika je slabije informisana.
- Publika je upoznata, ali je prezenter slabije informisan.
- Publika i prezenter su podjednako informisani.

Vrijeme

Vremenski okvir prezentacije je često određuje publika ili autsajder (npr. menadžer ili organizator konferencije). Struktura prezentacije treba biti razvijena na način kojim ključna poruka prezentacije može biti isporučena u različitom vremenskom trajanju.

Korisni web sajтови

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

BROJ 1

Pravila Formiranja Efikasne Povratne Informacije

- **Deskriptivna** — Kada opisujemo svoja iskustva, mi pružamo nekome šansu da nauči nešto generalno o ljudima. Kada procjenjujemo ili pokušavamo nešto da interpretiramo, mi povećavamo vjerovatnoću defanzivnog ponašanja.
- **Konkretna** — Uvijek se treba fokusirati na ono što se može promijeniti i udaljiti od onoga što je moglo biti interpretirano kao napad na karakter neke osobe.
- **Sužena i izbalansirana** — Uvijek razmotrite mogućnosti i potrebe primaoca.
- **Korisna** — Savjet povežite sa ponašanjem koje se može promijeniti. Ne kritizirajte ponašanje koje osoba jednostavno ne može promijeniti, npr. mucanje.
- **Blagovremena** — Povratna informacija je efikasnija kada je povezana sa skorašnjim ponašanjem, nego sa starim.
- **Poželjna** — Povratna informacija je zaista efikasna samo kada slušalac želi da je čuje. Najefikasnija je kada slušalac kreira pitanja koja testiraju efikasnost određenog ponašanja.
- **Provjerena** — Važno je da obojica i pošiljalac i primalac povratne informacije mogu provjeriti sadržaj poruke. Ovo se može postići ako primalac svojim riječima ponavlja kako je on/ona razumio/la poruku. Na taj način izbjegavamo nesporazum a i drugi članovi tima mogu učestvovati u ovom procesu.

Pasivna nasuprot Aktivnoj Komunikaciji

PASIVNA

- Razljućuješ me kada me prekidaš dok pričam ...
- Jako mi je teško kada mi ne kažeš kad dolaziš kući. Tada se osjećam ...

AKTIVNA

- ... zato ti predlažem da meпустиš da završim.
- ... mnogo bolje bih se osjećala da si mi rekao kada dolaziš kući.

Svrha

Prezentacija ima dvije različite svrhe: manifestovanu i skrivenu. Manifestovana svrha je jasno izražena: ono što želimo postići obezbjeđivanjem prezentacije (npr. usmeni izvještaj rukovodstvu o izvedbi tima kojim rukovodimo). Ali prezentacija ima i drugu svrhu koja nije direktno izražena, i to je skrivena svrha (npr. Željeli bismo da dobijemo više finansijskih sredstava za naš tim).

Publika

Publika je ključni element uspješne komunikacije. Znati ko su oni, šta bi oni željeli da dobiju iz prezentacije, koji su njihovi interesi, koliko su oni upoznati sa subjektom, i koje su njihove manifestovane i skrivene svrhe, su osnovna pitanja na koja treba odgovoriti prije pripreme prezentacije.

Pravila koja se odnose na ciljnu publiku:

- Korištenje odgovarajućih kanala i medija u zavisnosti od veličine određene publike.
- Prezentacija se treba obraćati interesima publike.
- Poznavanje teme i potencijal učenja publike treba biti predviđeno.
- Rječnik treba biti podešen prema publici tako da ne postoje nepoznati termini ili neobjašnjeni akronimi.
- Mjesto održavanja i oprema trebaju biti adekvatni i pogodni.

Ukoliko se samo jedno do ovih pravila prekrši, proces učenja može biti ozbiljno ometen.

Čak i odličan prezentator/kvalifikovana osoba/trener koji je stručnjak za određenu temu treba izbjegavati nepripremljene dolaske na prezentaciju sa namjerom da improvizuje. Detaljan plan prezentacije, odgovarajući materijali i vizuelna sredstva su osnova.

Pravila

Na početku sastanaka, radionica i otvorenih debata, jako je važno da stvorite pravila koja će biti jasna svima i pozivaćete se na njih kada to bude potrebno (naglasite koliko vremena je predviđeno za prezentaciju, diskusiju, pitanja, itd.).

Materijali i vizuelna pomagala

Pravila pripreme materijala:

- Učinite ih privlačnim i lakim za čitanje (velika slova, da okupiraju pažnju, crteže, ograničen broj boja).

Direktive za pružanje korektivne povratne informacije

- Trebalo bi je reći prijateljskim tonom sa obzirom prema osobi koja je prima.
- Treba biti povezana sa potvrđujućom povratnom informacijom.
- Treba biti kratka i direktna.
- Ne treba biti usmjerena ka ličnim osobinama osobe kojoj se pruža povratna informacija, već prema njegovom ili njenom ponašanju.
- Treba biti ograničena. Pokušaj da se pruži što više povratne informacije samo stvara teškoće primaocu da shvati i obradi informaciju.
- Treba se zamoliti drugi slušalac da omogući povratnu informaciju da bi se obezbjedila dodatna perspektiva.
- Drugi slušalac treba biti ohrabren da da pronade alternativne načine postizanja određenih ciljeva.

Koraci u pripremi i davanju prezentacije

ODABIR KOMUNIKACIJSKOG KANALA

Dostavljanje: Recite im šta ste obećali

- Iznesite naslov/naziv, ključnu poruku i zahtjev za povratnom informacijom na kraju svakog dijela.
- Selektujte informacije (jednostavno, konkretno, jasno).
- Organizujte informacije.
- Istaknite cilj prezentacije.
- Prezentirajte pozitivne argumente.
- Sumirajte s vremena na vrijeme.
- Analizirajte moguće prigovore.

Završavanje: Recite im šta ste im rekli.

- Signal za kraj;
- Rezime;
- Zaključak;
- Završavanje (vratite se na početak prezentacije/izjave, završite jasnom, pozitivnom "slikom" ili objasnite slušaocima koja su vaša očekivanja);
- Poziv na pitanja.

U pisanoj formi je lakše:

- prezentirati komplikovane činjenice (propise, pravne aktove, izvještaje); i
- smanjiti vjerovatnoću izražavanja negativnih osjećanja.

Usmenom komunikacijom je lakše:

- koristiti emocije uspješno;
- usmjeriti pažnju slušaoca;
- odgovarati na direktna pitanja, rješavati sukobe i izgraditi sporazum;
- prilagoditi ideje prema reakcijama slušalaca; i
- primati trenutne povratne informacije.

IZRADA STRUKTURE PREZENTACIJE

Prilagođavanje teme slušaocima:

- Koliko slušalaca je već upoznato sa temom prezentacije?
- Koliko je to njima važno?
- Koja su njihova mišljenja i stavovi prema temi?
- Kakvo je generalno stanje svijesti slušalaca?

Otvaranje: Recite im šta ćete im govoriti.

- Pozdrav, predstavljanje (počnite sa iznenađujućom i komičnom izjavom, pričom ili vic koji je povezan sa temom, provokativno pitanje ili dodatni citat);
- Subjekt (naziv/subjekt vaše prezentacije);
- Cilj (svrha vaše prezentacije);
- Šema/Kratak pregled (glavne stavke koje ćete pokriti);
- Vrijeme (dužina prezentacije);
- Pitanja (kada publika može postavljati pitanja).

BROJ 3 nastavak

Koraci u pripremi i izvođenju prezentacije nastavak

Odgovaranje na pitanja:

- Objasnite da ćete odgovarati na pitanja na kraju prezentacije.
- Periodično pravite stanke u toku prezentacije da bi se postavila pitanja koja bi publika mogla imati.
- Dok se pitanja postavljaju gledajte osobi u oči i izbjegavajte iskušenje da klimate glavom i gledate okolo.
- Ako trebate da razmislite o pitanju, ponavljajte ga ili parafrazirajte.
- Odgovori bi trebali biti povezani sa onim što je rečeno na prezentaciji.
- Odgovori bi trebali biti upućivani svim slušaocima.
- Ako je pitanje nastrojeno neprijateljski i agresivno, preformulišite ga u neutralan ili pozitivan oblik.
- Ako ne znate odgovor, priznajte to i obećajte da ćete potražiti odgovor.
- Kada završite sa pitanjima zatvorite svoju prezentaciju kratkim pregledom.

- Ako je moguće, koristite raznolika vizuelna pomagala (blokove, grafoskope, pomoćne materijale).

Neka sredstva iz liste sa strane, iako su sva u upotrebi, mogu se opisati gotovo kao univerzalna — dijagrami, grafoskop i pomoćni materijali.

Blokovi

Blokovi su krajnje korisna vizuelna sredstva. To je podloga za prilično bitan papir A1 formata koji je moderan ekvivalent prijašnjeg “roto-papira”, koji se sastoji od listova tankog papira. Ima nekoliko svrha: skupljanje ideja od publike, crtanje grafikona ili šema, pisanje zadataka za vježbe, stavljanje ljepljivih poruka na njega, ispisivanje dnevnog reda, crtanje piktograma, pravljenje skica ili izrada drugih umjetničkih radnji.

Postoje tri tipa blokova prema vremenu pripreme:

- Već napravljeni — slike i pisani materijali su pripremljeni prije prezentacije, tako da ne uključuju dodatno pisanje materijala.
- Polu-napravljeni — Vizuelni materijali su pripremljeni prije prezentacije, a zatim su vršena dodavanja u toku prezentacije.
- Improvizovani — Pisanje i crtanje na dijagramu je urađeno spontano u toku prezentacije (zabilješka: prije prezentacije, zamisao koja se razmatra takođe treba da se unese u ono što će biti prikazano na grafikonu).

Sve tri ove metode zahtjevaju intenzivnu pripremu i planiranje. Velika pažnja treba biti posvećena tome kako će dijagrami biti pripremljeni i prikazani. Publika će mnogo cijeniti napore koji su uloženi da bi se upotrebljavali sadržaji dijagrama. Uokvireni tekst sa desne strane nudi savjete o tome kako napraviti efikasnu upotrebu dijagrama.

Sredstva za obučavanje koja su danas u opštoj upotrebi

- Audio plejeri;
- Slajd projektori;
- Kombinovani audio i slajd projektori;
- Kompjuteri;
- Blokovi;
- Pomoćni materijali;
- Interaktivni video;
- Fizički predmeti;
- Grafoskopi;
- Video plejeri;
- Video projektori;
- Bijele table.

Grafoskop

Grafoskop je elektronska verzija dijagrama sa krivuljama. Postoje neka važna pravila da bi se zapamtilo kada treba raditi sa grafoskopom u toku prezentacije:

- Ukažite na slajd na projektoru, ne na ekranu.
- Ugasite projektor odmah nakon što završite sa prikazivanjem slajdova.
- Zapamtite da brzo uključivanje i isključivanje projektoru odvraća pažnju, te ga pažljivo koristite.

Pomoćni materijali

U toku prezentacije pomoćni materijal može igrati različite uloge. To je vizuelno sredstvo za one koji uče posmatranjem. Poslije prezentacije se može koristiti kao podsjetnik na sadržaj i poente učenja. Broj 4 kategorije pomoćne materijale prema njihovoj ulozi i formatu.

Ovi oblici nisu uzajamno isključivi. Neki tipovi se mogu kombinovati tako da se poklope sa konceptom prezentacije i potrebama publike. Druga razlika jeste kako su oni podjeljeni.

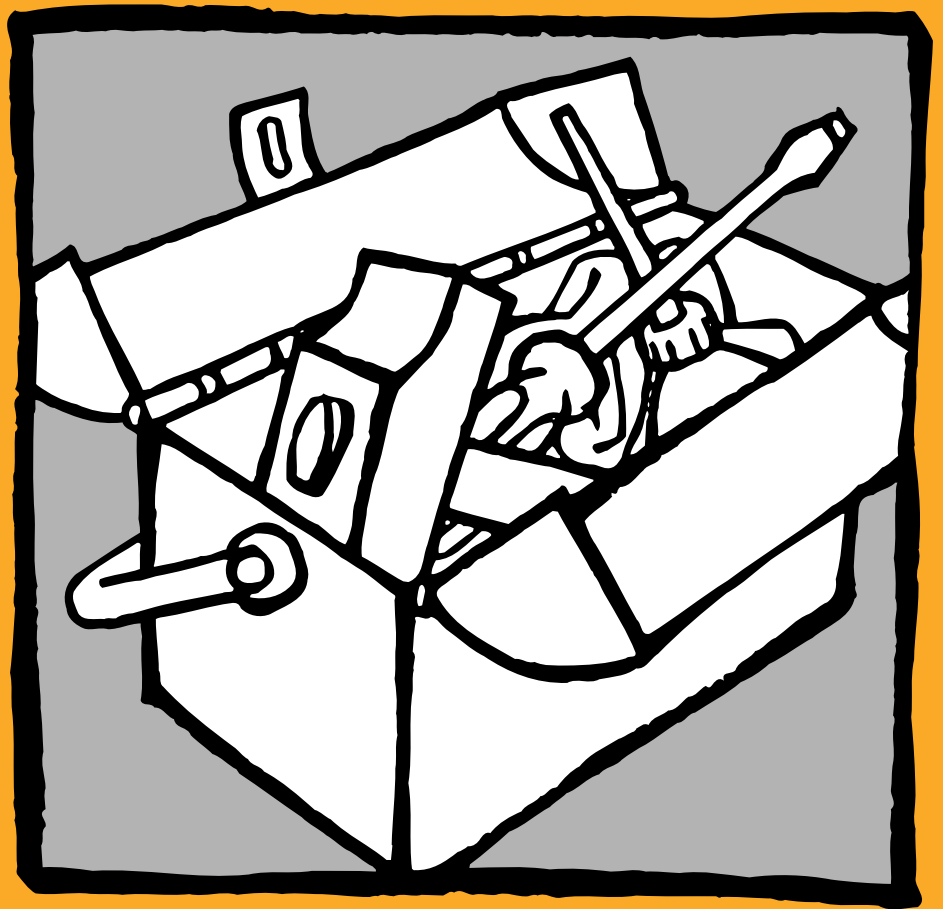
Savjeti za pravljenje dijagrama

- Dajte svakom dijagramu naziv.
- Koristite debele markere; slova bi trebala biti vidljiva sa 10 metara.
- Koristite velika početna slova radi efekta.
- Naizmjenične boje (npr. jedna linija je crvena, druga plava..)
- Ilustrirajte svoje stranice crtežima ili oblicima kao što su krugovi, kutije, itd.
- Izbjegavajte kompletne rečenice.
- Dijagram nije Božićno drvce — ne koristite sve odjednom.
- Integrišite svoj dijagram sa pomoćnim materijalom koji pripremite.
- Koristite dovršene stranice da biste pokazali kako ste shvatili prezentaciju ozbiljno.
- Izbjegavajte markere koji se propuštaju kroz papir.
- Pravite zabilješke običnom olovkom (publika ih neće primijetiti).
- Razgovarajte sa publikom, ne sa dijagramom.
- Potrudite se da svi mogu lako vidjeti sadržaj dijagrama.

BROJ 4

Vrste pomoćnih materijala

- **Pomoćni materijali za vježbe** se koriste kao radni okvir za individualni ili grupni rad publike. Njihovo popunjavanje je dio aktivnosti učenja. Unutar ove kategorije su budžetski oblici, finansijski profili za NVO-e i ankete.
- **Pomoćni materijali sa listama** obezbjeđuju jednostavnu listu pitanja koja se trebaju upućivati u toku obuke. Ovakvi pomoćni materijali mogu biti povezani sa prethodnim dijelovima prezentacije ponavljanjem tema ili informacija a zatim postavljanjem pitanja učesnicima, da bi se nadopunili njihovim sopstvenim idejama.
- **Pomoćni materijali za diskusiju** obezbjeđuju početne ideje za diskusiju u grupi. Sadržaja ovih materijala prije obezbjeđuje prijedloge ili sporne izjave nego informaciju. Ovo može biti nacrt, šema ili plan koji bi podstakao diskusiju.
- **Mnemonični pomoćni materijali** su varijacija letaka sa listama. Mnemonične tehnike omogućavaju publici da zapamte najvažnije elemente prezentacije.
- **Tekstualni pomoćni materijali** obezbjeđuju detaljnu informaciju o određenoj temi. Ovaj tip letaka može biti potpuno nezavisan materijal — ne mora nužno biti povezan sa obukom. Pažljivom pripremom ova informacija može čak postati zasebna publikacija.
- **Pomoćni materijali podrške** ne sadrže sadržaj prezentacije, ali joj ipak mogu biti dragocjeni dodatci. To mogu biti letci koji opisuju individualne dijelove u ulozi igre, instrukcija za simulaciju ili uputstava za zagrijavanje aktivnosti ili procjene.



Metode treninga

Metoda 1: Drugom Rukom

Opis: Otvaranje prema novim načinima komunikacije

Učesnici: Individualni

Trajanje: 5 minuta

Materijali: Samoljepljivi listići

Procedura:

Razdijelite samoljepljive papiriće cijeloj grupi i zamolite učesnike da zapišu svoja imena, ali suprotnom rukom od one kojom se inače služe.

Diskusija:

Da li je ovo novo iskustvo za Vas? Kako Vam ovo izgleda? Da li ste ikada praktikovali pisanje drugom rukom? Možete li da smislite bilo koji način na koji je ova vježba povezana sa komunikacijom? Da li ste ikada pokušali da komunicirate nekim novim načinima?



Metoda 2: Ogledalo

Opis: Podizanje svjesnosti o neverbalnoj komunikaciji

Učesnici: U parovima

Trajanje: 20-30 minuta

Procedura:

- 1 Podijelite učesnike u parove i objasnite da će im ova vježba pomoći da shvate šta rade sa svojim tijelima dok pričaju sa drugim ljudima. Dozvolite im da odluče ko će biti ogledalo a ko će da priča priču (na primjer, nešto što se desilo ujutro).
- 2 Nakon dvije minute dajte im znak da zamijene uloge. Objasnite da “ogledala” moraju reflektovati neverbalne znakove osobe koja priča priču.
- 3 Nakon što svi učesnici zamijene uloge, slijedi grupna diskusija.

Diskusija:

Nakon ove vježbe jako je važno da pružite učesnicima šansu da kažu kako su se osjećali u toku vježbe, šta su primjetili, i šta su naučili. Jako je bitno da se razgovara o obe uloge. Trener bi zatim mogao da kaže nešto o prethodnom iskustvu sa ovom vježbom i da da kratak pregled ili referat o neverbalnoj komunikaciji. Šta radimo dok razgovaramo? Kakve izraze lica pravimo? Šta radimo sa našim rukama i ostatkom našeg tijela?

2

Metoda 3: Vođenje slijepca

Opis: Prakticovanje vještina slušanja i razumijevanja kako se signali primaju od drugih ljudi

Učesnici: U parovima

Trajanje: 20-30 minuta

Materijali: Prazna soba i prepreke (stolovi, stolice, itd.)

Procedura:

- 1 Podijelite učesnike u parove. Objasnite da će im ova vježba pomoći da shvate kako mi primamo znakove od drugih ljudi, koliko smo dobri u tome, i koliko mislimo da da smo voljni nekome pružiti šansu da nas vodi.
- 2 Jako je važno da istaknete da se cijela vježba treba uraditi u potpunoj tišini. Verbalna komunikacija je zabranjena. Cijela grupa učestvuje u njoj u parovima. Jedna osoba iz para treba da vodi drugu — “slijepu” osobu — a nakon nekoliko minuta one trebaju zamijeniti uloge. Pobrinite se da učesnici ne vode diskusiju o svojim tehnikama prije početka vježbe.
- 3 Trener će čak da otežava stvari na taj način što će postavljati prepreke na putu (stolice, stolove, itd.). Vodič mora izbjeći ove prepreke dok se bude starao za “slijepu” osobu.

Diskusija:

Nakon završetka ove vježbe neophodno je da se razgovara sa učesnicima o njihovim iskustvima, i sa vodičima i sa slijepim osobama. Dozvolite im da vode diskusiju o tome kako su se osjećali i šta su sve iskusili. Pitajte ih kako su komunicirali. Kakve sve vrste signala su koristili i kako?

3

Metoda 4: Grupna skulptura

Opis: Učenje izražavanja emocija neverbalnom komunikacijom

Učesnici: U grupama po četvero ili petero

Trajanje: 40-50 minuta

Materijali: Lista tema (kao radost, tuga, ljutnja, itd.)

Procedura:

- 1 Podijelite učesnike u grupe. Svakoj grupi dodjelite temu na osnovu koje trebaju napraviti skulptura svog sopstvenog tijela..
- 2 Dajte im oko 20 minuta za ovaj zadatak. Svaka grupa zatim treba da prezentuje svoje skulpture i vodi diskusiju o njima.

Diskusija:

Nakon svake posebne prezentacije neophodno je da se diskutuje o načinu na koji je skulptura napravljena. Kako su napredovali razgovori u grupi? Da li su imali nekoliko ideja koje su se nadmetale? Ako jesu, kako su se odlučili za jednu od njih? Da li je bilo teško izvesti ovu vježbu? Šta su iz svega toga naučili?



Metoda 5: Biti Dobar Slušalac

Opis: Ispitivanje tehnika slušanja

Učesnici: U grupama po troje

Materijali: Blokovi i markeri

Procedura:

- 1 Započnite objašnjavanjem uloga svakog člana malih grupa. Jedan član je slušalac koji pokušava da ohrabri govornika koliko je to moguće. Drugi je govornik koji ima 5 minuta da objasni problem na njegov ili njen svakidašnji način. Treći je posmatrač koji posmatra kako i da li slušalac ohrabruje govornika ili ne.
- 2 Dok govornik priča, posmatrač treba da gleda slušaoca da bi vidio da li on ili ona ohrabruje konverzaciju. Nakon 5 minuta trebaju zamijeniti uloge. Narednih 5 minuta slušalac postaje govornik, posmatrač postaje slušalac, a govornik postaje posmatrač. Rotiranje se nastavlja dok svi ne ispune sve uloge.
- 3 Na kraju vježbe svaki član grupe treba reći šta je on ili ona primjetio/la da je njegov/njen partner učinio da ohrabri razgovor. Na jednom bloku zabilježite vrste ponašanja koje ohrabruju razgovor, a na drugom nagovjestite ponašanje koje obeshrabruje dobru komunikaciju. Broj 5 sadrži listu načina kojim bi se konverzacija i podržala i obeshrabrila.

Diskusija:

Da li neverbalna komunikacija pomaže? Koje vrste pitanja su postavljane i kakve vrste izjava su davane?

5

BROJ 5

Uticaji komunikacije

DOBRU KOMUNIKACIJU OHRABRUJE

- Posmatranje govornika;
- Ohrabrivanje govornika (npr. klimanjem glavom, smiješenjem, itd.);
- Verbalno podsticanje;
- Pokazivanje simpatije, strpljenja i prihvatanja;
- Pokazivanje interesa;
- Postavljanje pitanja kao načina traženja objašnjenja;
- Davanje dobrog, konkretnog i specifičnog savjeta;
- Dozvoljavanje govorniku da elaborira bez prekidanja;
- Izbjegavanje kritikovanja i osuđivanja;
- Pridobijanje povjerenja (npr. sve što kažete će ostati strogo povjerljivo).

DOBRU KOMUNIKACIJU OBESHABRUJE

- Negledanje u govornika;
- Nedostatak saosjećanja ili sažaljenja;
- Ako ne slušate ono što je bilo rečeno i postavljate pitanja;
- Kritikovanje i osuđivanje govornika;
- Ako previše pričate i ne slušate;
- Raspravljanje;
- Pričanje o sebi;
- Ako radite nešto drugo dok slušate (npr. prelistavate neke papire ili gledate u svoje nokte);
- Ismijavanje govornika ne shvatajući ga ili nju ozbiljno.

5

Metoda 6: Nepoznati Predmet

Opis: Selektivno slušanje i subjektivna zapažanja

Učesnici: Tri dobrovoljca a ostatak kao grupa

Procedura:

- 1 Objasnite da se ova igra odnosi na identifikaciju nepoznatog predmeta. Potrebna su vam tri dobrovoljca. Ove osobe trebaju napustiti prostoriju i dogovoriti se za misteriozni predmet koji će opisivati ostatku grupe.
- 2 Grupa će pokušati da imenuje misteriozni predmet postavljanjem jednog pitanja svakom dobrovoljcu kada se oni vrate u prostoriju, a svaki dobrovoljac može ulaziti u prostoriju 4 puta. To znači da grupa može da postavi ukupno 12 pitanja.

Diskusija:

Pitajte dobrovoljce kako su se osjećali u svojim ulogama i o pitanjima koja su primali od grupe. Da li su postojala neka dobra pitanja koje grupa nije postavila? Koji odgovori su im pomogli a koji nisu u otkrivanju prirode misterioznog predmeta?

6

Metoda 7: Parafraziranje

Opis: Ispitivanje zamki i koristi parafraziranja

Učesnici: U parovima

Trajanje: 50 minuta

Procedura:

- 1 Svaki od partnera bi trebao ispričati svoju najbolje provedenu proslavu Novogodišnje noći u manje od 3 minute. Slušalac bi zatim trebao pokušati da prepriča priču svoga partnera, za što mu ne bi trebalo više od jedne minute. Trener će gledati na sat i pljesnuti rukama kako bi označio istek vremena.
- 2 Pripovjedač priče bi onda trebao da zabilježi šta je propušteno ili je greškom dodano ispričanom u toku parafraziranja.

Diskusija:

Jako je bitno da se u toku diskusije razgovara o tome koliko dobro je grupa uspjela da sumira priče. Da li su sažeci bili tačni ili su neke stvari bile promjenjene? Bilo bi dobro ako bi nekoliko učesnika ispričalo svoje utiske i isto tako kad bi grupa to komentirala.



Metoda 8: Povratna Informacija

Opis: Učenje korištenja povratne informacije i poboljšavanje atmosfere u grupi

Učesnici: Individualni

Trajanje: 60-70 minuta

Materijali: Personifikovani obrazac povratne informacije

BROJ 6

Personifikovani obrazac povratne informacije

Poruka za _____ od _____

Ja poštujem, Ja volim _____

Ja bih želio da ovo može biti drugačije

Procedura

- 1 Svaki član grupe treba pisati svim drugim članovima grupe na personifikovanom obrascu povratne informacije, opisujući ono što on ili ona voli kod te osobe i šta on ili ona bi želio/la da ta osoba radi drugačije.
- 2 Zatim svi dobijaju poruke koje su im upućene. Svaki učesnik je pozvan, ali ne prisiljen, da čita komentare te poruke. Trener može pomoći u tumačenju ovih prijedloga. Jako je važno za trenera da u toku vježbe naglasi da svaka osoba posebno treba da odluči šta će uraditi sa ovom porukom. Da li će oni promijeniti svoje ponašanje ili ne?

Diskusija:

Konačna diskusija zavisi od toga koliko dobro je trener dao uputstva i pomogao grupi da se osjeća opušteno s obzirom na poruke koje je dobila. Takođe, da li je trener pomogao da se neke od poruka uspješno transformišu i ispravnim primjerima?

8

Metoda 9: TI i JA Poruke

Opis: Pretvaranje poruka da bi postale konstruktivnije i prihvatljivije

Učesnici: Male grupe

Trajanje: 40 minuta

Procedura:

- 1 Razbijte grupe na parove koji nisu mnogo zajedno radili ili pak nisu uopšte. Učesnici trebaju na listu papira zapisati jednu rečenicu o situaciji kada ih je neko napao, optužio i kritizirao, ali koristeći formu "ti" poruke. Ovaj papir bi trebali dati svom partneru.
- 2 Partner bi zatim trebao promijeniti "ti" poruku u "ja" poruku.

Diskusija:

Na kraju svaki član grupe može podijeliti njegovu ili njenu rečenicu u grupnoj diskusiji. Jako je važno da se otkrije kako su se učesnici osjećali kada su dobili svoju "ja" poruku. Šta oni misle o njima? Mogu li ove rečenice biti upotrebljene u situacijama kada su primali "ti" poruke? Mogu li one biti efikasne?

9

Metoda 10: Pitanje Zašto

Opis: Razumijevanje implikacija “zašto” pitanja

Učesnici: U parovima

Trajanje: 20 minuta

Procedura:

- 1 Razbijte grupe u parove i odlučite ko će biti “A” a ko će biti “B”.
- 2 “A” postavi “B” tri pitanja koja počinju sa “zašto”. “B” sluša ova pitanja bez davanja odgovora.
- 3 “B” zatim postavi “A” tri pitanja koja počinju sa “zašto”. “A” sluša bez davanja odgovora.
- 4 Slijedi diskusija sa svakim parom o tome kako su se osjećali kada su čuli pitanja. Da li su željeli da odgovore na njih?
- 5 Nakon diskusije trener objašnjava kako se treba transformisati “zašto” pitanje u pitanje koje počinje sa “Da li si ti...?” “Čini mi se da ...”, “Šta ti misliš ...?”
- 6 Nakon kratkog predavanja i diskusije “A” i “B” postave ista pitanja kao ranije, samo ovaj put kao transformisane verzije. Sad je dozvoljeno da se daju odgovori ako se primalac osjeća spremno.

Diskusija:

Na koji način je transformisana verzija promijenila način na koji ste se osjećali? Da li ste primijetili ikakve promjene kod osobe koja postavlja pitanja? Ili kod osobe kojoj se pitanje postavlja?

10

Metoda 11: Da li sam to Stvarno Ja?

Opis: Ispitivanje govora i prezentiranje tendencija

Učesnici: Idealno bi bilo da cijela grupa može učestvovati u zavisnosti od veličine grupe i preostalog vremena, ali najmanje 5 dobrovoljaca bi trebalo dati prezentaciju.

Trajanje: Zavisi od veličine grupe.

Priprema prezentacije: 15 minuta. Davanje prezentacije i njeno snimanje: 2 minute po učesniku. Gledanje videa i diskusija: 5-7 minuta po prezentaciji.

Materijali: Podijum za održavanje govora (ili ekvivalent), video rekorder, video kamera i TV

Procedura:

- 1 Objasnite grupi da svako od njih treba napraviti prezentaciju u maksimalnoj dužini trajanja od 2 minute, o nečemu što dobro znaju.
- 2 Svaka prezentacija se zatim treba snimati.
- 3 Nakon snimanja prezentacije, grupa zajedno odgleda snimak i komentariše ono šta su radili i šta bi se moglo poboljšati.
- 4 Ukoliko ograničenje vremena nedozvoljava da se sve prezentacije odgledaju, izaberite nekoliko dobrovoljaca. Prezenter i mogu koristiti bilo koje dostupno sredstvo koje može poboljšati prezentaciju.
- 5 Na kraju cijela grupa će pregledati sve prezentacije jednu po jednu i diskutovati o njima.

Diskusija:

Nakon pregledavanja jedne prezentacije taj isti prezenter će imati vremena da kaže šta on ili ona misli o kaseti, šta bi se moglo poboljšati, itd. Ostatak grupe zatim treba ponuditi svoja mišljenja o tome šta im se sviđelo i šta bi trebalo biti poljšano. Na kraju svake diskusije trener treba ponuditi povratnu informaciju, mišljenja i preporuke.

11

Metoda 12: Pomagala Presentacije

Opis: Identifikovanje pomagala prezentacije

Učesnici: Grupe po četvero ili petero

Trajanje: 60 minuta

Materijali: Pripremljena tabla sa listom pomagala prezentacije, prazni blokovi, markeri i kasete

Procedura:

Svrha ove vježbe jeste da natjerate učesnike da razmisle o stvarima koje bi mogli iskoristiti dok rade prezentaciju. Na ovaj način učesnici su aktivno uključeni u trening kroz kreiranje ličnih materijala. Ovu vježbu možemo raditi na dva načina — koristeći male grupe ili tehniku oglasne table.

Rad u malim grupama

- 1 Svaka grupa dobija sredstvo koje može koristiti kao pomagalo za prezentaciju, na primjer video kameru.
- 2 Trebaju razgovarati o tome — kako mogu koristiti ovo pomagalo, u kojim prilikama, koje su njegove prednosti i nedostaci.
- 3 Nakon diskusije učesnici bi trebali na tabli zapisati sve ideje i komentare, i predstaviti svoj rad široj grupi.

Tehnika oglasne table

- 1 Treneri bi trebali pripremiti papire blokova i raširiti ih po prostoriji.
- 2 Svaki papir će sadržati ime jednog pomagala prezentacije (npr. "video kamera", "slajdovi", "grafoskop", itd.). Ovi papiri se trebaju razvrstati u nekoliko dijelova kao "za šta se sredstvo koristi", "prednosti", "nedostaci", "preporuke", i tako dalje.
- 3 Svaka mala grupa posebno daje svoja mišljenja o svakom sredstvu.
- 4 Trener bi trebao odrediti signal kako bi upozorio grupu da je vrijeme da se pređe na drugu "oglasnu" tablu.
- 5 Grupe bi trebale provesti po 5 minuta na svakoj tabli i mi preporučujemo maksimalno 5 oglasnih tabli.

Diskusija:

Nakon završetka svake od ovih tehnika svaka grupa bi trebala dati kratku prezentaciju o tome šta su dodali svakom sredstvu. Nakon ovoga slijedi kratka diskusija i zapazanja trenera.

12

Dodatak: Korištenje blokova i grafoskopa

PREDNOSTI:

- **Prenosivi.** Blok se lako može urolati, a nogari se mogu saviti tako da je oboje lako prenosivo.
- **Ne zahtjevaju struju.** Za razliku od grafoskopa, slajd projektora, video plejera, itd., ne zahtjevaju snabdjevanje strujom, što ih čini mobilnijim i manje osjetljivim na pad struje.
- **Prilagodljivi.** Može se koristiti kao prazan list na kojem se mogu dodavati stavke ili kao pripremljeni list čiji sadržaj može biti otkriven na različite načine.
- **Upotrebljivi za bilo koji papir.** "Papir bloka" sam po sebi ne mora biti komercijalni blok; bilo koji veliki list papira može se koristiti.
- **Lak za korištenje.** Nekoliko osnovnih vještina, pored čitkog pisanja, se zahtijevaju.
- **Potporna referenci.** Svaki iskorišteni list se može istrgnuti iz bloka i zadržati kao plakat na zidu prostorije gdje se održava prezentacija.
- **Upotrebljiv za neposredno bilježenje.** Nije potrebna priprema ukoliko će se koristiti kao veliki blok za bilježenje u toku održavanja prezentacije.
- **Lako se postavlja bilo gdje.** Listovi papira čak i A1 veličine normalnog bloka, su relativno laki i mogu se postaviti na zidove, vrata, kabinete, čak i na zavjese, korištenje suhog, ljepila za višekratnu upotrebu kao što je Plavi čavlič (Blue Tack).

NEDOSTACI:

- **Ako su loše pripremljeni, mogu izgledati neprofesionalni.** Jadan izgled može uznemiriti publiku i potkopati kredibilitet prezentera.
- **Nedugotrajni.** Papir ne traje dugo, što umanjuje vrijednost pomagala ukoliko je dovoljno važno da bude zadržan i ponovo korišten.
- **Lako se poderu, uprljaju i prave im se uši.** lako su prenosivi, lako ih je oštetiti u prenošenju ili u skladištu.
- **Teške specijalne tehnike.** Postoje neke specijalne tehnike koje su relevantne pri korištenju blokova i one mogu zahtjevati izvjesnu dozu vještine i spretnosti. Na primjer, prikaz objelodanjivanja korištenjem kartona za prekrivanje koji su pričvršćeni plavim čavlima ili spajalicama, ili da referenca bude konstantno u pozadini i pristup raznim listovima može biti pomognut spajalicama i prilozima; obe ove tehnike mogu vrlo lako zakazati.

Flipcharts

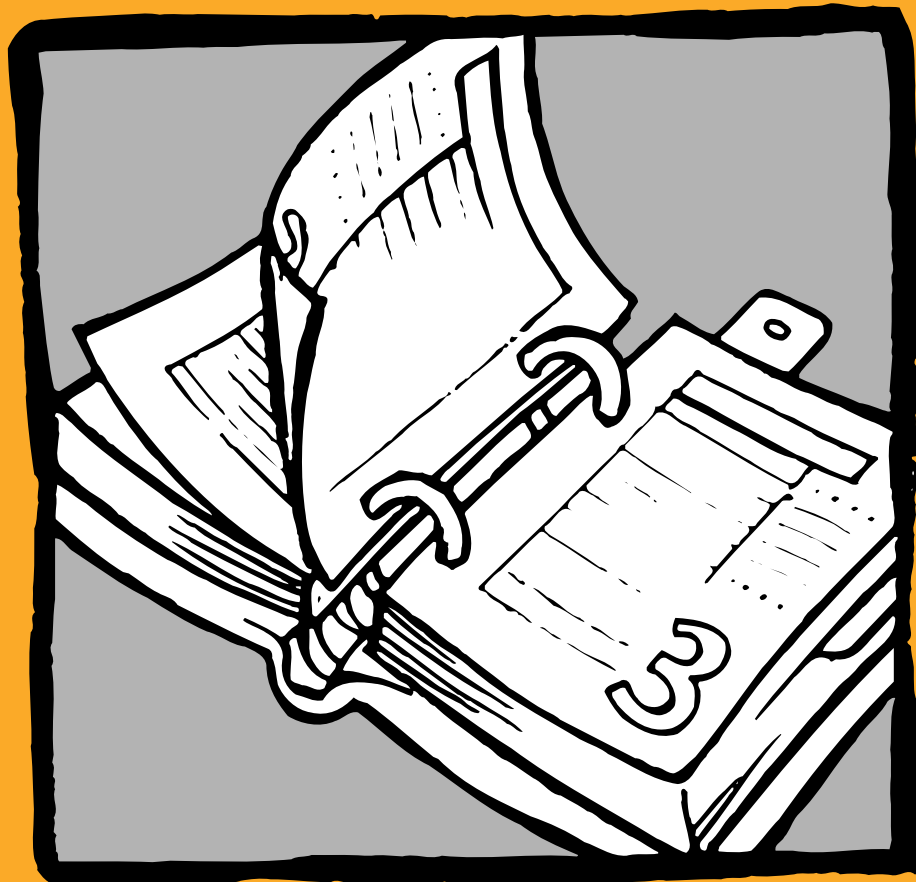
PREDNOSTI:

- **Velik vizuelni uticaj.** Pošto se slika projektuje svjetlosnim izvorom, vizuelni uticaj može biti jako visok u poređenju sa prilično dosadnim blokom.
- **Upotrebljiv na svjetlosti.** Za razliku od slajd i film projektora, prostorija ne treba biti zamračena, dozvoljavajući tako presenteru da održi konstantni kontakt očima sa grupom koja uči.
- **Velika slika.** Projektovana slika može biti velika, stvarna veličina ograničena je samo veličinom ekrana ili projekcione površine, blagog intenziteta projektora i tipa sočiva koja se koriste.
- **Široko dostupan.** Ova oprema na mnogim lokacijama je slobodno dostupna gotovo kao blokovi; ukoliko nije dostupno tamo gdje je potrebno, lako je prenosivo, naročito modeli koji su specijalno dizajnirani da budu prenosivi.
- **Koristi se sjedeći ili stojeći.** Neki prezenteri više vole sjediti dok prezentiraju, drugi više vole da stoje i/ili šetaju naokolo; grafoskop dozvoljava jedan ili drugi metod, mada je dizajniran tako da presenter sjedi pored njega.
- **Profesionalna izrada.** Projektovani materijali mogu imati veoma profesionalan izgled, bilo da su vješto napravljeni rukom, komercijalnim fotografskim tehnikama, ili, sada obično, kao kompjuterska grafika.
- **Slajdovi su lako prenosivi.** Acetatni slajdovi koji se koriste sa projektorom, bilo da su smješteni u koricama kartona ili providnih fascikli, mogu se lako nositi u fasciklama, aktntašni ili spisu za nošenje slajda .

NEDOSTACI:

- **Zahtjevaju struju.** Za razliku od, na primjer blokova, zahtjevaju izvor električne energije. Pod drugim uslovima ovo neće biti problem, ali može se pojaviti pad struje i ponekad strujni štekovi nisu kompatibilni sa utikačem
- **Starije verzije su bučne.** Stariji (ili moderni ali jeftiniji) modeli grafoskopa se rashlađuju ventilatorom koji može biti bučan.
- **Varijabilnog su stanja.** Iako, kao što je već navedeno u listi prednosti, grafoskopa ima na mnogim lokacijama, mnogi su stariji, dobro-iskorišteni modeli koji mogu biti u jako lošem stanju.
- **Položaj glave može zamračiti.** Jedan dio grafoskopa jeste ugaono ogledalo postavljeno na vrhu stuba; ova glava može zamračiti dio slike ekrana od nekih dijelova grupe, osima ako se ne posveti posebna pažnja prilikom postavljanja.
- **Blokiranje slike.** Blokiranje slike se pojavljuje kada je vrh projektovane slike horizontalno širi od osnove, a obično je rezultat preoštrog ugla projekcije. Efekat je uznemiravajući i ponekad se teško može ispraviti.
- **Prenatrpano podsticanje slajdova.** Acetatni list od kojeg su napravljeni slajdovi grafoskopa može dovesti u iskušenje prezentatora da uključi previše materijala na jednom slajdu. Glavna prednost grafoskopa jeste njegova sposobnost da vrši uticaj; pretrpavanje smanjuje efekat.

Overheads



Primjer Programa Rada Radionice

Kako održati trening

Ovaj primjer programa rada bi vam nadalje trebao pomoći da napravite obuku za razvoj lokalnog ekološkog radnog programa (LEAP) koristeći različite elemente ovog priručnika i metoda. Njegovo tačno korištenje, u kombinaciji sa drugim aktivnostima, bi trebalo biti zasnovano na tome šta vi znate o očekivanjima i iskustvima osoba koje obučavate, isto kao i o raspoloživom vremenu za izvođenje aktivnosti treninga. Kao dodatak temama obuke, primjer programa rada predlaže aktivnosti koje mogu obezbjediti interaktivne elemente za vaš trening.

Primjer Programa Rada Radionice

Dio 1 — Predstavljanje

KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Predstavljanje	Predstavite trening učesnicima i pokušajte se međusobno upoznati	Predstavljanja
Očekivanja	Izrazite i razjasnite očekivanja	Diskusija
Pregled programa rada	Razjasnite plan i metode treninga, povezujući ih sa očekivanjima osoba koje obučavate	Predavanje

Dio 2 — Komunikacija je

KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Predstavljanje	Izložite pristup treningu	Metod 1: Drugom rukom
Komunikacija je . . .	Prezentirajte konkretnije informacije o tome šta je komunikacija	Predavanje
Završavanje aktivnosti	Razjasnite ključne elemente teme	Diskusija

Dio 3 — Verbalna i Neverbalna Komunikacija

KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Predstavljanje	Izložite glavne razlike između verbalne i neverbalne komunikacije	Metod 2: Ogledalo Metod 3: Vođenje slijepca
Verbalna i neverbalna komunikacija	Dajte pregled verbalne i neverbalne komunikacije	Predavanje
Završavanje aktivnosti	Uvježbavajte sredstva neverbalne komunikacije	Metod 4: Grupna skulptura

Primjer Programa Rada Radionice nastavak		
Slom Komunikacije		
KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Predstavljanje	Izložite komunikacioni šum i barijere	Predavanje
Završavanje aktivnosti	Neka učesnici razmijene iskustva u komunikaciji	Diskusija
Efektivna Komunikacija		
KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Predstavljanje	Izložite glavne elemente dobre komunikacije	Kratka prezentacijal
Aktivno slušanje	Obezbedite znanje i vještine o aktivnom slušanju	Metod 5: Biti dobar slušalac Metod 6: Nepoznati predmet Metod 7: Parafraziranje
Povratna informacija	Obezbedite znanje i vještine o povratnoj informaciji	Metod 8: Povratna informacija
“TI” i “JA” poruke	Obezbedite znanje i vještine o “TI” i “JA” porukama	Metod 9: TI i JA poruke
Završavanje aktivnosti	Diskutujte o vještinama koje bi svaki učesnik želio poboljšati i zapišite glavne poente	Diskusija
Principi Vodeće Konverzacije		
KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Predstavljanje	Diskutujte o tome šta čini konverzaciju	Diskusija
Principi vodeće konverzacije	Predstavite ključne elemente konverzacije	Kratka prezentacija Metod 10: Pitanje Zašto
Završavanje aktivnosti	Podijelite primjere uspješnih i neuspješnih konverzacija	Diskusija
Vještine Prezentacije		
KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Predstavljanje	Izložite ključne elemente uspješnih prezentacija	Kratka prezentacija
Završavanje aktivnosti	Diskutujte o ključnim elementima i sumirajte glavne poente	Diskusija

Primjer Programa Rada Radionice nastavak

Priprema i Izlaganje Presentacije

KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Predstavljanje	Izložite glavne korake u pripremi i izlaganju prezentacije	Prezentacija
Javni govor	Vježbajte izlaganje prezentacije Na podijumu za govor/pultu	Metod 11: Da li sam to stvarno Ja?
Završavanje aktivnosti	Sumirajte važne komentare i poruke, bilježeći glavne poente	Diskusija

Pomagala Presentacije

KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Predstavljanje	Kratki pregled glavnih pomagala prezentacije	Kratka prezentacija trenera
Pomagala prezentacije	Napravite listu najuobičajenih pomagala prezentacije	Metod 12: Pomagala prezentacije
Završavanje aktivnosti	Navedite prednosti i nedostatke tri glavna pomagala prezentacije	Diskusija i zatvaranje sesije

Zatvaranje treninga

KATEGORIJA	SVRHA	PREDLOŽENE AKTIVNOSTI
Lični plan	Neka svaki učesnik napravi lični plan za poboljšavanje komunikacije i vještina prezentacije	Individualni rad
Procjena	Prikupite povratne informacije učesnika i procjenite trening	Diskusija

Regionalni centar za okoliš/životnu sredinu za Centralnu i Istočnu Evropu (REC)

je nezavisna, nepolitička, nestranačka, neprofitna organizacija sa misijom da pomogne pri rješavanju problema vezanih za okoliš/životnu sredinu u Centralnoj i Istočnoj Evropi (CEE). Centar ispunjava ovu misiju time što promovira saradnju između nevladinih organizacija, vlada, biznisa i ostalih učesnika u okolišu/životnoj sredini, podržavajući slobodnu razmjenu informacija i promovisanjem učešća javnosti u procesu donošenja odluka vezanih za okoliš/životnu sredinu.

REC je osnovan 1990 godine od strane Sjedinjenih Američkih Država, Evropske Komisije i Mađarske. Danas, REC se zakonski bazira na Povelji potpisanoj od strane vlada 27 država i Evropske Komisije, i na Međunarodnom Sporazumu sa Vladom Mađarske. REC ima sjedište u Szentendreu, Mađarska, i lokalne kancelarije u svakoj od 15 zemalja korisnica CEE koje su: Albanija, Bosna i Hercegovina, Bugarska, Hrvatska, Češka Republika, Estonija, Mađarska, Latvija, Litvanija, FYR Makedonija, Poljska, Rumunija, Slovačka, Slovenija i Srbija i Crna Gora.

Skorašnji donatori su Evropska Komisija i Vlade: Albanije, Belgije, Bosne i Hercegovine, Bugarske, Kanade, Češke Republike, Danske, Estonije, Finske, Francuske, Njemačke, Italije, Japana, Latvije, Litvanije, Holandije, Poljske, Slovenije, Švedske, Švicarske, Velike Britanije, Sjedinjenih Američkih Država i Srbija i Crna Gora kao i ostale među-vladine i privatne institucije.



Vještine prezentacije i komunikacije