

РАЗВИВАЊЕ ВЕШТИНИ НА НВОи

# Презентација и комуникација



РЕГИОНАЛЕН ЦЕНТАР ЗА ЗАШТИТА НА ЖИВОТНАТА  
средина за Централна и Источна Европа



РАЗВИВАЊЕ ВЕШТИНИ НА НВОи

# Презентација и комуникација

Автор  
Andreja Tonc

Уредници  
Ildiko Simon и Cerasela Stancu



РЕГИОНАЛЕН ЦЕНТАР ЗА ЗАШТИТА НА ЖИВОТНАТА  
средина за Централна и Источна Европа

## за РЕЦ

Регионалниот центар за заштита на животната средина за Централна и Источна Европа (РЕЦ) е непрофитнабилна организација со мисија за решавање на проблемите од областа на животната средина во Централна и Источна Европа (ЦИЕ). Регионалниот центар ја исполнува својата мисија преку поттикнување на соработка меѓу невладините организации, владите и бизнис секторот по пат на слободна размена на информации и промовирање на учеството на јавноста во процесот на донесување одлуки за прашања кои се однесуваат на животната средина.

РЕЦ беше основан во 1990 година од страна на владите на Соединетите Американски Држави, на Р. Унгарија и Европската Комисија и Унгарија. Денес, РЕЦ правно се заснова на Статут потпишан од страна на дваесет и седум држави и Европската Комисија и на Меѓународен Договор со владата на Р. Унгарија.

Седиштето на РЕЦ е во Сентендре, Унгарија и има канцеларии во секоја од петнаесетте земји кориснички од Централна и Источна Европа: Албанија, Босна и Херцеговина, Бугарија, Хрватска, Чешка, Естонија, Унгарија, Летонија, Литванија, Македонија, Полска, Романија, Словачка и Србија и Црна Гора.

Досегашни доноси на РЕЦ се Европската Комисија и владите на Холандија, Данска, Соединетите Американски Држави, Јапонија, Норвешка, Албанија, Белгија, Босна и Херцеговина, Бугарија, Канада, Чешка, Естонија, Финска, Германија, Унгарија, Италија, Летонија, Македонија, Полска, Словенија, Шведска, Литванија, Холандија, Швајцарија, Велика Британија и Србија и Црна Гора како и други владини организации и приватни институции.

Целата содржина на оваа публикација е авторско право  
2002 Регионален центар за заштита на животната средина за Централна и  
Источна Европа

Ниту еден дел од оваа публикација не може да биде продаден во било која форма или репродуциран за продажба без претходна писмена согласност од имателот на авторското право.

**ISBN: 963 9424 75 7**

Издавач:

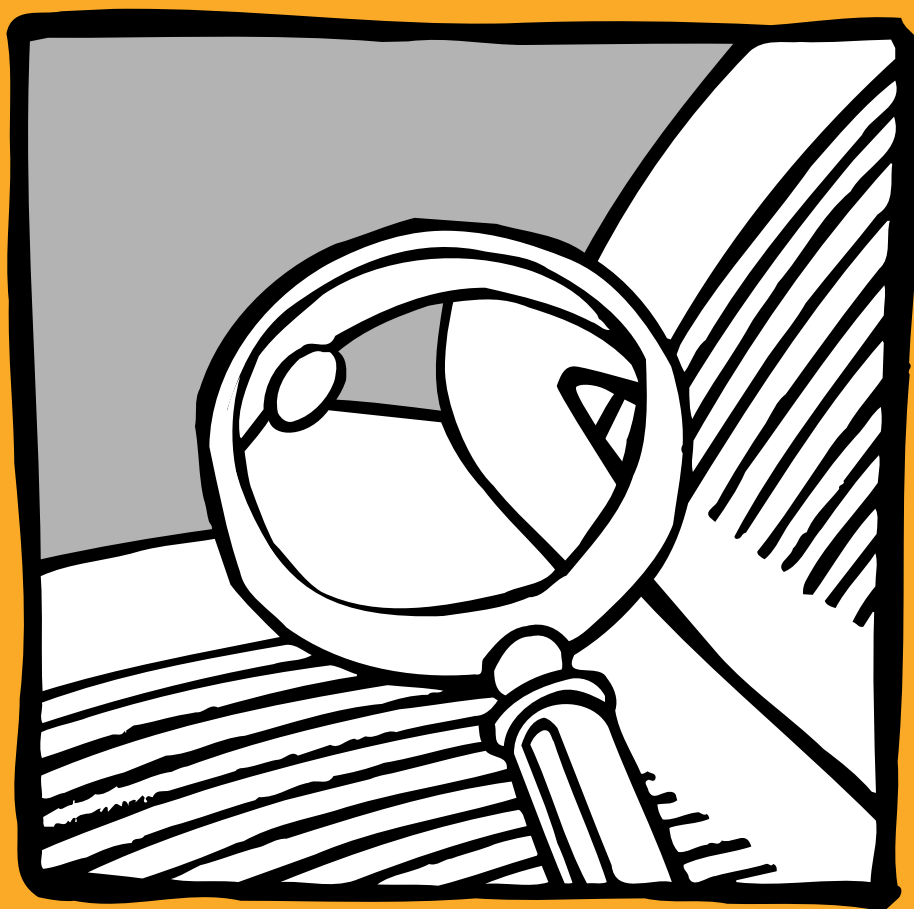
Регионален центар за заштита на животната средина за Централна и Источна Европа  
Ady Endre ut 9-11, 2000 Szentendre, Hungary  
Тел: (36-26) 504-000. факс: (36-26) 311 294  
е-маил: [info@rec.org](mailto:info@rec.org), веб страна: [www.rec.org](http://www.rec.org)

Уредник: **Steven Graning**, Дизајн: **Sylvia Magyar**, Илустрации: **Laszlo Falvay**

Оваа и сите други публикации на РЕЦ се печатени на рециклирана хартија или хартија произведена без употреба на хлор или хемикалии на база на хлор.

<b>Тематски материјал</b>	<b>5</b>
Вовед	7
Подготвени за обука	8
<b>Збирка алатки за обука</b>	<b>21</b>
Алатка 1: Обратен потпис	23
Алатка 2: Огледало	24
Алатка 3: Водење на слепи	25
Алатка 4: Групна скулптура	26
Алатка 5: Да се биде добар слушател	27
Алатка 6: Непознат предмет	29
Алатка 7: Парафразирање	30
Алатка 8: Повратни информации (фидбек)	31
Алатка 9: Ти и јас пораки	32
Алатка 10: Прашањето зошто	33
Алатка 11: Дали сум тоа навистина јас	34
Алатка 12: Помошни средства за презентација	35
<b>Пример на план за работилница</b>	<b>39</b>





## Тематски материјал



## Преглед

### Вовед

Непрофитните лидери и активисти можат значително да ја подобрат ефективноста на нивната организација со подобрување на нивната внатрешна и надворешна комуникација. Една организација мора јасно да се претстави кон надворешниот свет, па така и здрава работна средина - еден резултат на успешна надворешна комуникација е придобивка за раководителите, вработените и волонтерите.

Надворешната комуникација претставува баланс на информации и забава, како и компромис помеѓу постигнувањето на целите и ограничувањето со време и ресурси. Познавањето на ефективни методи на презентација може значително да ја подобри ефикасноста на вашата организација. Вештините споменати во овој прирачник може да се користат секојдневно, како и во ситуации кога подготвувате пораки за широка употреба. Вредноста на убедување не може да се пренагласи.

**Комуникација** е делење или размена на информации, идеи или чувства. Тоа не е еднонасочен процес бидејќи пораката мора да се прими за да дојде комуникација.

**Презентација** е структурна комуникација која се потпира врз конкретни потреби на публиката со цел да се постигне одредена цел во дадена временска рамка, каде што главните цели се обезбедување на информации и промовирање на идеи.

Презентацијата е вид на комуникација и доколку можеме да комуницираме ефективно, тогаш презентацијата не треба да ни претставува потешкотија. Меѓутоа, презентацијата не е едноставна комуникација и честопати бара дополнителни вештини на убедување и влијание.

### Цел на овој прирачник

Целта на овој прирачник е да ве наведе да размислувате за вас. Како комуницирате со самите себе, со луѓето околу вас, со пријателите, со колегите на работа, со деловните партнери и со донаторите? Овој прирачник нуди корисни вештини на комуникација и презентирање/претставување, информации и примери како да се подобрат овие вештини, како да се вежбаат на вас и како да се претстават на другите.

Овој прирачник исто така нуди применлива содржина и практични алатки за лидери и активисти кои сакаат да ги развијат своите вештини на комуникација и презентирање.

Овој прирачник ќе му овозможи на корисникот да:

- ги наведе учесниците да го насочат нивниот потенцијал кон развивање на техники на комуникација и презентација;
- ја определи комуникациската врска и пречките при комуникација со цел да се подобри врската со соговорникот;
- постигне заедничко разбирање помеѓу испраќачот и примачот на пораката;
- ги зајакне комуникациските алатки со цел тие да бидат поефективни и праведни во различни работни ситуации;
- го разбере односот помеѓу невербалната и вербалната комуникација.

### Вештини што треба да се развијат

Овој прирачник содржи лесно применливи алатки за развој на секојдневната комуникација, избегнување на конфликти и подготовка и одржување на презентација за малубројна или широка, позната или непозната публика.

Користејќи го овој прирачник, ќе можете да:

- ги избегнете или надминете пречките во комуникација користејќи ги предложените алатки и методи;
- користите сигурни техники на комуникација;
- ја постигнете целта на презентацијата преку примена на основните правила на ефективна комуникација и презентација;
- ги определите очекувањата на публиката и на партнерот со кого разговарате;
- ја зголемите ефективноста на комуникација преку примена на техники на вербална и невербална комуникација;
- планирајте и да употребувате визуелни помагала преку разгледување на правилата на човековата перцепција; и
- изготвите ефективна и возбудлива презентација на публиката.

### Погрешни толкувања на комуникацијата

- Добрите комуникациски вештини се природни;
- Ние комуницираме само преку зборови.
- Комуникацијата е секогаш свесна и намерна/промислена активност.
- Комуникацијата секогаш води кон подобро разбирање и подобро решавање на проблемите.

### Како да се спроведе обуката

Овој прирачник треба да се користи во комбинација со активностите кои се презентирани во збирката алатки. Поголемиот дел од содржината на прирачникот е дизајниран да се користи како додатен материјал или читанка за учесниците за време на обуката. Сепак, Обучувачот може да ја адаптира содржината во однос на контекстот и временската рамка на обуката.

### Подготвени за обука

#### Конверзација

Лицата кои разговараат се подготвени да прифатат различни стилови на говорене. Ова подразбира поставување на прашања, давање одговори, и особено активно слушање. Покрај слушањето, разговорот исто така значи размислување за она што го слушаме и за она што ќе го кажеме. Тишината е исто

така еден вид разговор: Конверзацијата е метакомуникација (комуникација за комуникација).

### Вербална и невербална комуникација

**Вербална комуникација** е процес на заедничко пренесување на значењата со зборови преку усно или писмено изразување.

Карактеристики на вербална комуникација:

- Зборовите се симболично изразување на мислите.
- Значењето на зборовите е усогласено.
- Комуникацијата се разбира од вербалниот контекст во кој се потребени зборовите.
- Вербалната комуникација е во голем дел под контрола на свеста.

**Невербалната комуникација** е заедничко пренесување на значењата во директен допир преку сите невербални начини. Изразот на лицето, движењето на телото, висината на гласот - сите овие се начини на комуникација каде значењето зависи од одредена култура; на пример, во одредени социјални групи негодување со главата значи потврден одговор (да), но кај други пак значи негативен одговор (не). (Пример: Бугарија).

## Пречки во комуникацијата – комуникациска врева

Комуникациска врева претставува група на вознемирувачки фактори кои ја нарушуваат комуникацијата. Таа настанува како резултат на несоодветен канал, испраќање на нејасни пораки или не земајќи ги во предвид потребите и очекувањата на примачот. Следните елементи можат да доведат до комуникациска врева:

- **Физичка врева** - звуците што не опкружуваат кои ја отежнуваат комуникацијата.
- **Ментална врева**
- **Погрешно разбирање на јазикот** кој го употребуваат соговорниците (технички термини, странски јазици, колоквијализам)
- На соговорниците им **недостасува концентрација** во разговорот (недостаток на внимание, расаност/збунетост)
- **Предрасуди, стереотипи, негативни ставови** кон соговорникот (поради потеклото, раса, религија)
- **Несоодветни очекувања**
- **Емоционален притисок**
- **Социјално негодување** (соговорниците се интровертни, несигурни, со мала доза на самопочитување, нервозни)
- **Кршење на некои правила на комуникацијата** (намерно или ненамерно, на пример кога се претставуваме, кога зборуваме, кога не прекинуваат, кога не одбегнуваат или навредуваат)
- **Манипулација/игри** (покажување на интерес да се предизвика конфликт; покана за соработка но желба да се доминира и да се донесуваат одлуки)

## Комуникациски пречки

**Комуникација што повредува и убива:** критика, прекоруваче, сомнеж, клевета, поткажување, немилост, осуда, додевање, невнимателност, закана, провокација, исмејување, закана со иронија, имитирање.

**Комуникација што ве излудува:** одрекување на изразените чувства, одрекување на желбите, недоценување на веќе исполнето барање, одрекување на договори, одбивање на поделба на должностите, искажување на надежи и одрекување на истите, ширење на разговорите, пренесување на своите мисли на друго лице, набедување некого за лоши намери, непочитување на желбите на другите лица, постојано повторување на истите работи, барање на скриеното значење во сите ситуации.

**Неправедна комуникација:** стереотипи, карикирање, читање на мислите на другиот, постојано менување на темите, набедување, злоупотребување на статистиката, застрашување, менување на непроменливото, потценување, знаци на нервоза и излудување, предизвикување на чувство на вина, исмејување, игнорирање.

## Главни елементи на вербалната и невербалната комуникација:

### Вербална комуникација

- Зборови
- Контекст
- Конструкција на реченици

### Невербална комуникација

- Тон на гласот
- Израз на лицето
- Поза
- Гестови
- Одалеченост
- Јачина
- Интонација

## Типови на неслушање

- **Лажно слушање (Pseudo listening)** - слушателот ни покажува дека е сконцентриран на разговорот, но всушност тој/таа не слуша.
- **Слушање на едно ниво** - примање на еден дел од пораката (вербална), но другиот дел се запоставува.
- **Селективно слушање** - соговорникот слуша само она што го интересира, прескокнувајќи го останатото.
- **Селективно одбивање** - концентрирање само на темите кои лицето не сака да ги слушне. Кога ваквата тема ќе се започне во разговорот, слушателот едноставно ја спречува или ја одбива.
- **„Крадење“ зборови** - слушателот „слуша“ па така тој/таа користи можност да почне да зборува.
- **Одбрамбено слушање** - најнаивните искази се чувствуваат како напад на кој се реагира со одбрамбеност.
- **Слушање „во заседа“** - слушање само за да се нападне соговорникот.

## Главни елементи на ефективна комуникација

Ефективната комуникација се темели на четири клучни елементи

- Конзистенција на вербалната и невербалната комуникација
- Слушање
- Постапување прашања
- Потврдување/докажување

## Конзистентност на вербалната и невербалната комуникација

Поголемиот дел од содржината на пораката се пренесува преку невербалната комуникација. Ако вербалните и невербалните пораки се контрадикторни, луѓето повеќе ќе им веруваат на невербалните пораки. Човек со добри вештини на комуникација ги комбинира и двата елемента на комуникација, притоа надополнувајќи еден со друг и насочувајќи ги кон разбирливо значење.

Важно е да се знае дека поголемиот дел на комуникацијата се одвива без вистинско зборување. Понекогаш доволно е да погледнете одредено лице и да знаете што тој/таа мисли. Честопати се наоѓаме во ситуација кога знаеме дека некој е налутен или повреден и кога ќе го/ја запрашаме “Што се случило” таа или тој одговара “Ништо”, “Дали си лут/лута? Не, не сум. А зошто би бил лут/лута?”.

Невербалната комуникација може да се каже дека е “вистински” дел на нашата комуникација затоа што е тешко да се открие. (Нашите реакции, изрази на лицето, движења, боја и висина на гласот, итн.)

## Слушање

Слушањето е основен елемент за ефективна комуникација. Слушањето отвора нови хоризонти. Целта на вистинското слушање е вистински да се разбере соговорникот. За време на овој процес добриот слушателот испраќа вербални и невербални пораки кон соговорникот, што ја олеснува комуникацијата. Ова се нарекува Активно слушање.

Пред да го објасниме поимот активно слушање, неопходно е прво да ги погледнеме формите на неслушање (прикажани во страничниот приказ).

Луѓето не слушаат во следните ситуации:

- Кога се споредуваме со другите;
- Кога имаме негативен став кон луѓето (на пример тој е глуп, таа е досадна);
- Кога даваме совети;
- Кога потврдуваме;
- Кога секогаш се согласуваме;
- Кога размислуваме што ќе кажеме;
- Кога го бараме скривеното значење;

Активно слушање значи обид на слушателот да помогне себеси и на соговорникот со цел подобро разбирање на испратените и добиените пораки. Со други зборови, пораките се честопати непрецизни и апстрактни, но говорникот тоа не го чувствува. Исто така, се случува говорниците да не се сигурни за тоа што сакаат да го кажат. Основен принцип на активно слушање е потпрашања и т.н. индиректни прашања. Така директните прашања за чувствителни и лични теми може да предизвика неудобност, да не заведе кон негативни или одбрамбени реакции, недоверба па дури и целосно повлекување на соговорникот и прекинување на комуникацијата. Така, при сложените ситуации кога не е јасно што сака или што чувствува одредено лице користиме индиректна комуникација или со други зборови парафразирање или резимирање.

Активното слушање значи дека сте го слушнале не само тоа што го кажал говорникот, туку и сте ги разбрале неговите/нејзините чувства, потреби и очекувања. Дешифрирање на пораката е вештина за разбирање на соговорникот.

### Поставување прашања

Поставување прашања придонесува кон ефективна комуникација и внесува доверба кај партнерот со кој разговарате. Затоа, важно е да се разберат различни видови на прашања и други карактеристики.

#### Отворени прашања

Реченицата почнува со прашално зборче (Зошто, Кој, Што, итн) и му допушта на соговорникот слободно да одговори. Тоа овозможува изразување на мислење и промислена порака. На пр. Како се чувствуваш?

#### Затворени прашања

Одговорот на затворено прашање е да или не. Тие го наведуваат говорникот да одговори според нашите очекувања.

#### Водечки прашања

Овие прашања наликуват на отворени, но мислењето на говорниците е вметнато во прашањето. Говорникот повеќе се соочува со покана да се сложи или не отколку интерес за информација или мислење. Водечкото прашање може да се смета и за изјава. На пр: Нели сметаш дека цената на бензинот е превисока?

#### Внимавајте со ЗОШТО прашањата

Обично луѓето немаат одговор на прашањето ЗОШТО?

Ова прашање предизвикува секакви одбрани, рационализација или неправилно набројување на причините. Кога ги поставувате ЗОШТО прашањата, треба да изразите љубопитност и провокација.

Користете прашања како ШТО и КАКО и тие ќе ви помогнат во:

- Подобро решавање на ситуацијата (Како ја гледате ситуацијата?)
- Да го расчлените проблемот (Што ве повредува во оваа ситуација?)
- Редифинирање на проблемот (Што е всушност проблемот во оваа ситуација? Може ли да го објасните на друг начин?)
- Изноаѓање на лични очекувања (Што очекувате од вас во оваа ситуација? Како би сакале да ја решите ваквата ситуација?)
- Оценување на подготвеноста за лично учествување (Како ваквата ситуација и нејзиното решавање влијае врз вас и вашето однесување?)

- Препознавањето на личната одговорност на проблемот (Колку ваквата ситуација и нејзиното решавање зависи од вас и од вашето однесување?)
- Реализација на другиот начин на решавање на ситуацијата (Како другите гледаат на оваа ситуација? Што би рекол некој кој го почитувате за ваквата ситуација?)

### Упатство за активно слушање

- Предадете се на слушањето и посветете го вашето целосно внимание кон говорникот
- Гледајте во очите на соговорникот
- Не го прекинувајте (Не прашувајте Зошто, или не велете И јас)
- Парафразирајте (започнете ја реченицата со зборовите: Ако равилно ве разбрав, вие....)

### Парафразирање

Парафразирањето е реформулирање на она што се кажало за подобро разбирање. Тоа се користи со цел да му дадеме можност на говорникот да потврди или да го исправи она што слушателот го слушнал и како тој или таа тоа го избрал. Парафразирањето започнува со зборовите: Со други зборови, или Значи велиш дека... или слично. Покрај разбирањето на факти, важно е да се покаже разбирање на емоциите на говорникот, па така ја почнуваме нашата реченица со следните зборови: “Ми изгледа дека сметате.... поради тоа што....”. Активното слушање му служи на лицето во личната потрага по решенија за неговите или нејзините проблеми.

Кога активно го слушате другото лице, му ги испраќате следните пораки:

- Го слушам твојот проблем.
- Гледам како се чувствуваш поради проблемот.
- Ќе ти помогнам околу проблемот и ќе ти помогнам при обидот да најдеш други решенија.
- Верувам во тебе и верувам дека ќе успееш да најдеш и други добри решенија.

На пример: Иван вели: Марко ми истури вода на моето столче и сега се смее. Ќе му ја искинам сликата. Учителката парафразира: “Ти си лут на Марко затоа што повторно треба да работиш на твојата слика. Да видиме до кај си со сликата....”. Давање друг контекст на истиот текст може да го смени неговото значење.

### Потврдување

Потврдувањето е давање на повратна информација на другите без критикување на нивната личност, но преку изразување на нашето незадоволство за одредено однесување или ситуација.

Фидбек (повратна информација) е анализа на активности или однесување што набљудувачот ги дава за да му помогне на соговорникот.

Ефективноста на информацијата на фидбекот зависи од нејзината формулација и од врската помеѓу двата члена на тимот и нивните очекувања.

Фидбекот може да се даде во вид на оценување за одредено однесување, што значи ТИ-пораки (пример *Не е во ред што доцниш повторно*) или опис на искуство и реакција на говорникот за одредено однесување, што значи ЈАС-пораки (пример *Кога почна за тоа да зборуваш, се уплашиш*). Искуството ни кажува дека оценување на фидбекот предизвикува лутина кај примачот или потреба да се одбрани себеси. Описниот фидбек му помага на примачот да ја запознае подобро околината и себеси и да го измени своето искуство во согласност со односите што тој/таа сака да ги развива со другите луѓе.

Во секојдневното, луѓето не се добро обучени за комуникациски вештини и тие даваат фидбек на индиректен начин, користејќи ТИ-пораки. На пример, честопати слушаеме: *Ме нервираш*. Тешко е да се каже што всушност искусува

човекот и поради која причина и како овој проблем може да се реши помеѓу овие двајца луѓе.

Фидбекот е особено корисен кога се претставува на правилен начин. Во Приказ 1 се прикажани правила за формулирање на ефективен фидбек. Кога се дава фидбек, исто така, важни се и невербалните знаци. На пример, висина на гласот, позиција на телото и движење, кои можат да ги поддржат или негираат испратените пораки.

Основното правило за примачот на информацијата на фидбекот е внимателно да слуша што кажал соговорникот и да се воздржи од одбрана. Исто така, важно е да се постават дополнителни прашања за дообјаснување. Информацијата на фидбекот е начин на давање поддршка, но исто така и провокација и охрабрување.

Така, може да разликуваме:

- Потврден фидбек. Водачот на тимот или некој друг член на групата ја потврдува информацијата што ја дава другото лице напредувајќи при постигнување на своите цели.
- Поправен фидбек. Важна личност дава изјава дека членот на тимот лута при реализација на одредена цел или при работењето на одредена активност.

Треба да се биде внимателен при формулирање на поправниот фидбек. Важно е да се има во предвид дека целта на фидбекот не е да го измениме лицето со кое разговараме, туку да му ги кажеме нашите впечатоци.

#### *ТИ и ЈАС пораки*

Обично при ТИ -пораките ги осудуваме другите лица. Ваквиот суд е опасен доколку процесот на комуникација западне во тешкотии. Во тој случај ТИ-пораките обично водат кон одбивност и кон потреба за одбрана на лицето. При ваквите ситуации особено кога вниманието на другото лице има директен ефект врз нас, подобро е да се служиме со ЈАС- пораките.

Во овие пораки опишуваме:

- Одредено однесување кое ни пречи или е опасно за нас
- Резултат од однесувањето
- Чувствата што ги предизвикало таквото однесување

Според некои експерти, ЈАС-пораките можат да бидат пасивни бидејќи тие оставаат на другите да направат нешто за нас. Затоа, ако сакаме да бидат активни, подиректни и на тој начин целосни, важно е тие да имаат она што ние сакаме да се добие од таа ситуација, кои се нашите потреби. Приказ 2 ја покажува разликата помеѓу пасивните и активните предлози.

## Корисни бев страници

- [www.idebate.org](http://www.idebate.org)
- [www.ukans.edu/cwis/units/coms2/vpa/vpa.htm](http://www.ukans.edu/cwis/units/coms2/vpa/vpa.htm)
- [www.public-speaking.org/](http://www.public-speaking.org/)
- [www.mts.net/~infopak/PAGE4.HTML](http://www.mts.net/~infopak/PAGE4.HTML)

## Вештини на презентација

И покрај тоа што презентацијата на свој едноставен начин е секое изразување на мисла или емоција на примачот на пораката, таа значи претставување на концепт на група луѓе кои се заинтересирани за одредена тема.

Клучните елементи на успешна презентација се предмет, време, цел и публика.

### Предмет

Презентација може да се фокусира на поголем број на теми, прашања и области. Презентерот и публиката имаат различен однос кон одредена тема поради безброј причини. Постојат 3 ситуации поврзани со нивото на знаење на презентерот и публиката за одредена тема:

- Презентерот е запознат, но публиката е помалку информирана.
- Публиката е запозната, но презентерот е помалку информиран.
- Публиката и презентерот се еднакво информирани.

### Време

Временската рамка на презентацијата е честопати одредена од публиката или од надворешно лице (на пример, раководство, организатор на конференцијата). Структурата на презентацијата треба да се обмисли на таков начин што клучните пораки на презентацијата може да се пренесат за различен временски интервал.

### Цел

Презентацијата има две различни цели: манифестна и скриена. Манифестната цел е јасно изразена: Што сакаме да постигнеме преку презентацијата (на пример:

## ПРИКАЗ 1

### Правила за формулирање на ефективен фидбек

- **Описен.** Кога го опишуваме нашето искуство им даваме можност на другите лица да научат нешто за нив и за другите. Кога даваме суд или се обидуваме да интерпретираме нешто ја зголемуваме потребата за одбрамбено однесување.
- **Конкретен.** Се однесува на одредено искуство што не може да се опише како општо однесување на лицето.
- **Ограничен и урамнотежен.** Кога се имаат во предвид можностите и потребите на примачот.
- **Корисен.** Кога фидбекот е поврзан со однесување кое може да е промени. Не е ефикасно да се опише искуство кое кај нас ќе предизвика однесувања кои не може да се променат, на пример пелтечење.
- **Точен.** Фидбекот е поефективен кога е директно поврзан со одредено однесување. Тоа се случува ако пократко време поминало помеѓу однесувањето и ефектите што ваквото однесување ги има врз другите.
- **Посакуван.** Фидбекот е навистина ефективен ако примачот сака да го слушне. Тие се најнефективни кога примачот, сам ги формулира прашањата, кои ја проверуваат ефектноста на одредено однесување.
- **Проверен.** Во тимот важно е испраќачот и примачот на информацијата од фидбекот да можат да ја проверат содржината на пораката. Ова може да се постигне доколку примачот повтори со свои зборови како ја разбрал пораката. Во овој случај го избегнуваме недоразбирањето и во овој процес може да учествуваат и други членови од тимот.

## ПРИКАЗ 2

## Пасивна наспроти активна комуникација

## ПАСИВЕН ДЕЛ

- Ме лутиш кога ме прекинуваш додека зборувам...
- И тешко ми е кога не ми кажуваш кога доаѓаш дома. Ме прави да се чувствувам....

## АКТИВЕН ДЕЛ

- Затоа предлагам да...
- ...Би се чувствувал/а подобро ако...

(усен извештај на раководството за изведбата на тимот што го водиме). Но, презентацијата има и друга цел, која не е директно изразена, и тоа е скрисна цел на презентацијата (На пример. Би сакале да добиеме повеќе финансиски средства за нашиот тим).

## Публика

Публиката е клучен елемент на успешна презентација. Познавање на публиката и она што тие треба да го научат од презентацијата, нивните интереси, колку се запознати со темата и кои се нивните манифестни и скриени цели, се основните прашања што треба да се одговорат пред подготовката на презентацијата.

Правила во врска со целната група/публика

- Користете соодветни канали и медиуми во зависност од големината на публиката;
- Презентацијата треба да одговара на заедничките интереси на публиката;
- Треба да се предвиди знаењето на темата и потенцијалот на публиката ;
- Вокабуларот треба да одговара на публиката без употреба на непознати поими или акроними што не може да се објаснат;
- Локацијата и опремата треба да се соодветни и прилагодливи/адекватни.

Дури и ако едно од овие правила не се следи, процесот на учење ќе биде многу отежнат.

И одличниот презентер/олеснувач/тренер, кој е експерт во одредена тема, треба да избегнува да доаѓа неподготвен и да импровизира. Изготвувањето на детален план на презентација и соодветни материјали и визуелни помагала се основни елементи за една презентација.

## Упатства за давање на корективен фидбек

- Треба да се изговори со грижлив тон и со внимателност кон лицето кон кое го насочуваме фидбекот
- Треба да е поврзан со потврдниот фидбек
- Треба да биде краток и директен
- Не треба да е насочен кон лични карактеристики на лицето на кое го даваме фидбекот, туку кон неговото/нејзиното однесување
- Треба да биде ограничен. Долг фидбек може да предизвика тешкотии за примачот да ја разбере и преработи информацијата
- Друг слушател треба да даде фидбек со цел да овозможи дополнителна перспектива.
- Друг слушател треба да се обидува да најде алтернативни патишта за постигнување на одредени цели.

## ПРИКАЗ 3

**Чекори при подготвувањето и изведувањето на презентацијата****ИЗБИРАЊЕ НАЧИН НА КОМУНИКАЦИЈА****Во писмена форма полесно е да се:**

- Презентираат посложените податоци (правила, правни акти, извештаи)
- Намали можноста за изразување на негативни емоции.

**Во усмена форма полесно е:**

- Да се користат емоциите во процесот на убедување
- Да се насочи вниманието на слушателот на одредени прашања
- Да се одговори на прашањата, да се решат конфликтите и да се постигне договор.
- Да се приспособат идеите според реакциите на слушателите
- Да се добие брз одговор (фидбек)

Комбинирање на двата начина му овозможува на говорникот да ги користи и двете, но сепак говорникот треба да успее да ги усогласи и да не допушти тие да се спротивставуваат.

**ИЗГОТВУВАЊЕ НА СТРУКТУРА ЗА ПРЕЗЕНТАЦИЈА****Приспособување на темата за слушателите:**

- Колку учесници веќе имаат познавање за темата што ќе се презентира?
- Колку е тоа важно за нив?
- Какви се мислењата и ставовите за темата што ќе се презентира?
- Во каква состојба се слушателите?

**Почеток на презентацијата:** Кажете им на слушателите што ќе им зборувате за време на презентацијата

- Поздрав, вовед (Исказ на изненадување или хумор, приказна или виц поврзани со темата на презентацијата, провокативни прашања или цитати)
- Тема (наслов/тема на вашата презентација)

- Цел (намена/цел на вашата презентација)
- Краток опис (главните делови што ќе ги опфатите)
- Времетраење на презентацијата
- Прашања (кога публиката може да поставува прашања)

**Спроведување на презентацијата:** Кажете им го тоа што на почетокот им го ветивте

- Дајте наслов, клучна порака и побарајте повратна информација на крајот од секој дел
- Селектирање на информациите (едноставни, конкретни, јасни)
- Организирање на информациите
- Јасно нагласување на целта на презентацијата
- Претставување на позитивните аргументи
- Повремено резимирање
- Анализирање на можните приговори

**Крај на презентацијата:** Кажете им за што зборувавте

- Знак за крај
- Резимирање
- Заклучок
- Затворање (Вратете се на почетокот на презентацијата, Завршете со позитивна и јасна слика, Објаснете им на слушателите што сакате да направат, кои се вашите очекувања).
- Покана за прашања

**Одговарање на прашањата:**

- Објаснете дека ќе одговорите на прашањата на крајот на презентацијата.
- Во текот на презентацијата поставувајте прашања за кои сметате дека слушателите ќе бидат заинтересирани и за кои сакаат да слушнат одговори.

## ПРИКАЗ 3

**Чекори при подготвувањето и изведувањето на презентацијата**

- Кога се поставува прашање не ја вртете главата, туку гледајте го слушателот во очи
- Доколку ви треба време да размислите за одговорот на прашањето, повторете го или парафразирајте го.
- Одговорите треба да бидат позврзани со она што го зборувате за време на презентацијата.
- Одговорите треба да ги упатите до сите слушатели.
- Доколку прашањето е непријатно и агресивно парафразирајте го во неутрално и позитивно
- Доколку не го знаете прашањето, кажете и ветете им на учесниците дека ќе го побарате одговорот.
- Откако ќе завршите со прашањата завршете ја презентацијата со кратко резиме.

**Правила**

На почетокот на состаноците, работилниците, отворени дебати, важно е да се изнесат правилата и на нив да се повикувате кога е потребно (нагласете колку време имате за презентација, дискусија, време за поставување прашања, итн).

**Материјали и помагала при презентација**

Правила при подготвување на материјали:

- Нека материјалите бидат привлечни и лесни за читање (крупни букви, потточки, слики, не многу бои).
- Доколку е можно, користете различни визуелни помагала

Од средствата наведени во страничниот приказ, и покрај тоа што се сите во употреба, има неколку кои се универзални, како на пример таблата со хартија (флипчарт), проекторот и материјалите за учесниците.

**Флипчарт (Табла со хартија)**

Флипчартот е особено корисно визуелно помагало што може да го користите за вашата презентација. Тоа е купче хартија А1 формат што е модерен еквивалент на поранешната тенка кафеава хартија. Може да ја употребите за неколку цели: собирање/пишување на идеи од слушателите, цртање на скици или шеми, пишување на инструкциите за задачи, лепење на помали листови хартија, пишување на дневниот ред, цртање на пиктограми, графити или други уметнички активности, итн.

Постојат три вида на флипчарт според времето на презентација:

- **Готови**-кои само ги претставувате пред публиката; некогаш ваквите се и уметнички дела.
- **Полуготови**-подготвени пред презентацијата или пред одреден сегмент и потоа се презентираат во текот на презентацијата
- **Импровизирани**-оние кои се изготвуваат додека се врши презентацијата.

Без разлика на изборот, секоја од нив треба да биде добро подготвена. И покрај тоа што флипчартот е многу често користена алатка, тоа не значи дека вие не треба да внимавате при подготвувањето и презентирањето. Обидете се да ги направите совршени. Слушателите тоа ќе го ценат.

**Помагала за обука кои денес најчесто се користат**

- радио касетофон
- проектор со слајдови
- аудио презентер со слајдови
- компјутер
- табла со хартија (флипчарт)
- материјали
- интерактивна видео касета
- предмет
- проектор
- видео
- видео проектор, и
- бела табла

## Совети при подготвување на флипчарт

- Насловите го секој лист хартија
- Користете дебели маркери; буквите треба да се видливи од 10 метри
- Користете големи букви за ефект
- Алтернативни бои-една линија црвено, една линија сино.
- Илустрирајте ги страниците со цртежи или форми како кругови, квадрати, итн.
- Избегнувајте ја употребата на реченици.
- Хартијата не е елка- не користете се наеднаш.
- Интегрирајте ја хартијата со материјалите кои треба да ги поделите на учесниците
- Користете ги целосно хартиите со цел да создадете атмосфера при презентацијата
- Не користете маркери кои се разлеваат
- Направете забелешки однапред со молив (слушателите тоа нема да го забележат)
- Зборувајте и на публиката/слушателите, а не на хартијата
- Пишувајте така за да сите можат да видат и прочитаат

Страничниот приказ нуди совети за ефективно користење на флипчартот:

### Проектор

Проекторот е електрична верзија на таблата.

Важно:

- покажувајте на слајдот од проекторот, а не на екранот;
- Исклучете го проекторот штом ќе завршите со слајдот;
- исклучете го штом ќе завршите со слајдот, но запомнете дека постојаното исклучување и вклучување може да предизвика пречки во работата.

### Материјали кои се разделуваат до учесниците(копии)

За време на презентациите ваквите материјали играат најразлични улоги. Тие се визуелни помагала за оние кои учат преку “гледање”. По презентацијата, ваквите материјали се потсетник за содржината и одредени точки на предавањето. Приказ 4 дава поделба на материјалите во зависност од улогата и форматот.

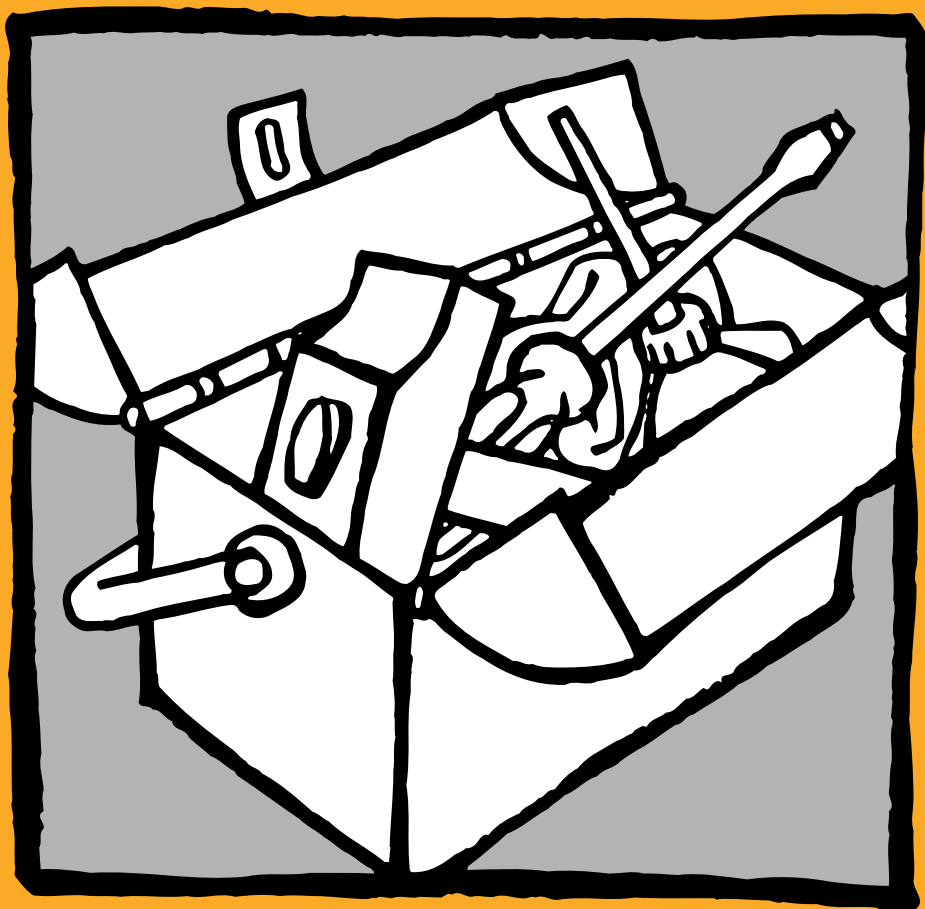
Се разбира дека не постои строга поделба. Може да постои комбинација на различни материјали во зависност од концептот на презентацијата и потребата на учесниците.

## ПРИКАЗ 4

**Видови на материјали/копии**

- Материјали за вежби. Овие обично се даваат како рамка за индивидуалната или групна работа на учесниците. Пополнувањето е дел од процесот на учење. Во оваа категорија би бил буџетот, внесување на бројки, финансискиот профил на НВОи или прашалник.
- Наведување на главните потточки. Ваквите материјали содржат список на прашања, теми кои се споменуваат за време на обуката. Ваквите материјали можат да се поврзат со минатото кога некои од точките се веќе доставени до учесниците и тие имаат можност да ги дополнат со свои идеи.
- Материјали за дискусија. Ваквите материјали овозможуваат дискусија во групата. Содржината на овие материјали не дава потполна информација. Тие можат да бидат во форма на слика, шема, план, што ја поттикнува дискусијата и резултира во учење.
- Материјали на мнемо техника. Разноликост на набројување. Користење на вакви материјали им овозможува на учесниците да го научат она што е најважно за нив.
- Текст. Ваквите материјали ја опишуваат содржината на процесот на учење. Ваквите материјали може да бидат засебен дел, кој не мора да е поврзан со обуката. Повеќе вакви материјали сочинуваат книга на одредена тема.
- Материјали за поддршка. Ваквите материјали (копии) не се поврзани со содржината но се многу важни за учесниците. Овие може да ги опишуваат улогите при игрите на улоги, инструкции за симулации или активности за загревање и оценување.





## Збирка алатки



## Алатка 1: Обратен потпис

**Опис:** Отвореност кон нови начини на комуникација

**Учесници:** Сите учесници

**Времетраење:** 5 минути

**Материјали:** Самолепливи ливчиња за оставање пораки

### Процедура:

Поделете ги самолепливите ливчиња на целата група и побарајте од учесниците да ги потпишат своите имиња, но со раката со која обично не се потпишуваат.

### Дискусија:

Дали ова беше ново искуство за вас? Како ви се чини? Дали некогаш сте пишувале со спротивната рака? Дали можете да изнајдете начини на кои ова искуство се поврзува со комуникацијата? Дали сте се обиделе да комуницирате на нови начини?



## Алатка 2: Огледало

**Опис:** Зголемување на свеста на нашата невербална комуникација.

**Учесници:** Во парови

**Времетраење:** 20-30 минути

### Процедура:

- 1** Поделете ги учесниците во парови и објаснете дека оваа вежба ќе им помогне да видат што прават со своето тело додека разговараат со други луѓе. Нека одлучат кој ќе биде огледало, а кој ќе раскажува приказна (на пример, нешто се случило утрото).
- 2** По две минути дајте им знак да ги сменат улогите. Објаснете им на “огледалата” дека мора да даваат одраз на невербалните знаци на лицето што ја раскажува приказната
- 3** Откако сите учесници ќе ги сменат улогите, следи групна дискусија.

### Дискусија:

По вежбата многу е битно да им дадете на учесниците можност да кажат како се чувствувале во текот на вежбата, што забележале и што научиле. Битно е да зборувате и за двете улоги. Обучувачот би можел тогаш да каже нешто за претходното искуство со оваа вежба и да даде кус осврт или да подели материјали за невербална комуникација. Што правиме додека зборуваме? Какви изрази на лицето правиме? Што правиме со рацете и со остатокот од телото?

# 2

## Алатка 3: Водење на слепи

**Опис:** Вежбање на вештини за слушање и да разберете како другите ги примаат сигналите.

**Учесници:** парови

**Времетраење:** 30-40 минути

**Материјали:** Празна соба и пречки (маса, столици итн.)

### Процедура:

- 1 Поделете ги учесниците во парови. Објаснете дека оваа вежба ќе им помогне да видат како ги примаат сигналите од другите луѓе, колку сме добри во тоа, и колку сме подготвени да им веруваме на другите додека не водат.
- 2 Важно е да се нагласи дека целата вежба се прави во целосна тишина. Вербалната комуникација е забранета. Целата група учествува во парови. Едно лице од парот ќе го води другото-слепото лице- а после неколку минути ќе ги сменат улогите. Учесниците не смеат да дискутираат за нивните техники пред да почне вежбата.
- 3 Обучувачот ќе ги направи работите уште потешки ставајќи препреки на патот (столчиња, маси итн.). Водачот мора да ги избегне овие пречки додека се грижи за „слепиот“.

### Дискусија:

По завршувањето со оваа вежба, неопходно е да зборувате со учесниците за нивното искуство, и како лидер и како слепо лице. Нека дискутираат за она што го почувствувале. Прашајте ги како комуницирале. Какви видови сигнали користеле и како?

# 3

## Алатка 4: Групна скулптура

**Опис:** Како да се изразуваат чувствата преку невербална комуникација

**Учесници:** Групи од четворица или петмина

**Времетраење:** 40- 50 минути

**Материјали:** Листа на теми (среќа, тага, лутина итн.)

### Процедура:

- 1 Поделете ги учесниците во групи од четворица или петмина. Дајте на секоја група тема врз основа на која ќе изградат скулптура од своите тела.
- 2 Дајте им 20 минути за оваа задача. Секоја група потоа ја презентира својата скулптура и ја објаснува.

### Дискусија:

По секоја дискусија неопходно е да се дискутира за начинот на кој била изградена скулптурата. Како напредуваат разговорите во групата? Дали имале конкурентни идеи? Ако да, како избрале една од нив? Дали било премногу тешко да се изведе оваа вежба? Што научиле од неа?

# 4

## Алатка 5 : Да се биде добар слушател

**Опис:** Испитување на техниките за слушање

**Учесници:** Групи од тројца

**Материјали:** Флипчарт и маркери

### Процедура:

- 1 Почнете така што ќе ги објасните улогите на секој член во малите групи. Еден е слушател кој се обидува да го поттикне говорникот колку што може повеќе. Вториот е говорник, има пет минути да објасни некој проблем од секојдневното работење. Третиот е учесник, кој набљудува како и дали слушателот го поттикнува говорникот. Дали невербалната комуникација е од помош? Какви видови прашања се поставуваат и какви реченици се кажуваат?
- 2 Додека говорникот зборува, набљудувачот треба да го гледа слушателот и да види на кој начин тој ја поттикнува конверзацијата. После неколку минути си ги менуваат улогите и слушателот станува говорник, Набљудувачот станува слушател, а слушателот набљудувач. Улогите се менуваат се додека сите не ги изиграат сите улоги.
- 3 На крајот на вежбата секој член на групата мора да каже што е она што забележале дека го мотивирало нивниот партнер. На една табла, напишете го секое однесување што поттикнува конверзација, а потоа на друга табла направете листа на однесувањата и постапките што ја оневозможуваат конверзацијата. Приказ 5 содржи листа на начини за поттикнување и оневозможување на конверзацијата.

### Дискусија:

Дали невербалната комуникација помага? Какви прашања беа поставени и какви изјави беа дадени?

# 5

ПРИКАЗ 5

### Влијанија на конверзацијата

#### ПОТТИКНУВАЊЕ НА УСПЕШНА КОНВЕРЗАЦИЈА

- Гледате во говорникот
- Го поттикнувате говорникот (со климање, смеење итн.)
- Вербално поттикнување
- Сочуство, трпеливост и прифаќање
- Показување интерес
- Поставување на прашањата така што ќе барате објаснување
- Давање добри и конкретни совети
- Дозволете му на соговорникот да зборува без да го прекинувате
- Избегнувајте да давате критики и оценки
- Стекнување доверба (на пр. сè што ќе кажеш останува строго доверливо)

#### ОНЕВОЗМОЖУВАЊЕ НА УСПЕШНА КОНВЕРЗАЦИЈА:

- Не гледате во говорникот
- Недостаток на сочуство
- Не слушате што било кажано и поставувате прашања
- Го критикувате и оценувате говорникот
- Правите нешто друго додека го слушате (листате некои хартии, ги гледате ноктите)
- Му се исмевате на говорникот, не го сфаќате сериозно

# 5

## Алатка 6: Непознат предмет

**Опис:** Селективно слушање и субјективни перцепции

**Учесници:** Тројца волонтери и останатата група

**Времетраење:** 30 минути

### Процедура

Објаснете дека оваа игра служи за погодување на мистериозни работи. Потребни ви се тројца волонтери. Овие луѓе треба да ја напуштат собата и да одлучат кој мистериозен предмет ќе им го опишат на остатокот од групата. Групата ќе се обиде да го погоди мистериозниот предмет, поставувајќи му по едно прашање на секој волонтер кога тие ќе влезат во собата, а секој волонтер може да дојде во собата четири пати. Тоа значи дека групата вкупно може да постави 12 прашања.

### Дискусија:

Прашајте ги волонтерите како се чувствувале во нивните улоги и кои прашања ги добиле од групата. Дали имало добри прашања кои групата не ги одговорила? Кои одговори им помогнале, а кои не во погодувањето на мистериозниот предмет?

# 6

## Алатка 7: Парафразирање

**Опис:** Разгледување на недостатоците и придобивките од парафразирањето

**Учесници:** Во парови

**Времетраење:** 50 минути

### Процедура:

- 1 Поделете ја групата во парови. Секој од паровите треба меѓусебе да си ја раскаже најубавата новогодишна ноќ за помалку од три минути. Откако ќе ја чуе приказната, другото лице треба да ја раскаже во една минута. Обучувачот ќе внимава на времето и ќе плесне со дланките кога ќе истече времето.
- 2 Потоа слушателот ја раскажува приказната на раскажувачот кој забележува што е испуштено или грешно додадено поради парафразирањето.

### Дискусија

Во текот на дискусијата, битно е да зборувате колку добро групата прави резиме на приказните. Дали резимињата биле точни или некои работи биле променети? Би било добро ако некои учесници ги дадат своите впечатоци, а групата потоа даде коментари.



## Алатка 8: Повратни информации (фидбек)

**Опис:** Како да ги користите повратните информации за подобрување на атмосферата во групата.

**Учесници:** Вклучени се сите учесници

**Времетраење:** 60-70 минути

**Материјали:** Формулар за персонализиран фидбек (приказ 6)

### ПРИКАЗ 6

#### Формулар за персонализиран фидбек

Порака до \_\_\_\_\_ од \_\_\_\_\_

Почитувам, сакам \_\_\_\_\_

Би сакал следново да биде поинаку

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

### Процедура

- 1 Секој член на групата му пишува на друг член од групата на парче хартија, опишувајќи што сака или не сака за тоа личност и што би сакал таа личност да прави поинаку.
- 2 Секој член ја добива пораката која е адресирана до него. Секој член се поканува, но не се присилува, да ја прочита содржината на пораката. Обучувачот може да помогне при толкување на предлозите. Битно е обучувачот да нагласи во текот на ова вежба дека секоја личност треба да одлучи што сака да направи со оваа порака. Дали тоа ќе им го смени однесувањето или не?

### Дискусија

Крајната дискусија зависи од тоа колку добро обучувачот дава инструкции и помага на групата да се чувствува пријатно поради примената порака. Исто така, битно е дали обучувачот успешно помогнал во трансформирањето на некои пораки и дали тоа го сторил во вистински момент?

# 8

## Алатка 9: Ти и јас пораки

**Опис:** Трансформирање на пораките за да бидат поконструктивни и поприватливи

**Учесници:** Целата група

**Траење:** 40 минути

### Процедура:

- 1 Поделете ја групата во парови, но учесниците нека бидат во пар со луѓе со кои никогаш не работеле претходно или пак работеле само малку. Учесниците нека запишат на парче хартија реченица за ситуацијата кога некој ги нападнал обвинил или критикувал, користејќи ја ти-пораката за тоа. Нека му го дадат ливчето на партнерот.
- 2 Партнерот потоа ја менува пораката од ти во јас порака.

### Дискусија

На крајот, секој член на групата може да ја подели својата реченица со групата за групна дискусија. Битно е да откриете како учесниците се чувствувале кога ја примиле јас пораката. Што мислат за нив? Дали овие пораки можат да се користат во ситуации кога ги примиле ти-пораките? Можат ли да бидат ефективни?



## Алатка 10: Прашањето зошто

**Опис:** Разбирање на ефектот на прашањето „зошто“

**Учесници:** Во парови.

**Траење:** 50-60 минути.

### Процедура:

- 1 Поделете ја групата во парови и одлучете кој ќе биде А а кој Б
- 2 А му поставува на Б три прашања со „зошто“. Б само ги слуша овие прашања, а не одговара на нив.
- 3 Б потоа му поставува на А три прашања со зошто. А само ги слуша без да одговори.
- 4 Следи дискусија во која секој пар кажува како се чувствувале кога ги слушнале прашањата. Дали сакале да ги одговорат?
- 5 По дискусијата, обучувачот објаснува како да го трансформира прашањето со зошто во прашање што почнува со „Дали?... Ми се чини дека.. Што мислиш да..?“
- 6 По кусите предавања и дискусии, А и Б го поставуваат истото прашање, но овој пат во трансформирани верзии. Сега е дозволено да се дадат одговори, ако оној што ги добива сака да ги чуе.

### Дискусија:

Како трансформираниите промени го менуваат она што го чувствувате? Дали видовте промени кај лицето што ги поставуваше прашањата и кај она на кое му беа поставувани?

# 10

## Алатка 11: Дали сум тоа навистина јас?

**Опис:** Разгледување на тенденциите за зборување и презентирање

**Учесници:** Идеално би било целата група да учествува во зависност од големината и преостанатото време, но барем 5 волонтери треба да направат презентирање.

**Времетраење:** Во зависност од големината на групата  
Подготовка за презентацијата: 15 минути  
Презентација и снимање филм: 2 минути за секој учесник  
Гледање на снимениот материјал и дискусија: 5-7 минути за презентација

**Материјали:** Подиум за говор (или нешто слично), видео рекордер, видео камера и ТВ.

### Процедура

- 1 Објаснете и на групата дека секој треба да подготви презентација од најмногу две минути за нешто што е добро познато.
- 2 Секоја презентација ќе биде снимена.
- 3 Откако ќе ја снимите, групата ја гледа заедно и коментира на она што било направено, а што може да се подобри.
- 4 Ако временското ограничување овозможува да ги видите сите презентации, изберете волонтер. Презентерите може да ги користат сите алатки што ги имаат за да ја подобрат презентацијата.
- 5 На крајот целата група ќе ги прегледа презентациите една по една и ќе продискутира за нив.

### Дискусија:

Откако ќе разгледате една презентација, истиот презентер ќе има време да каже како се чувствувал, што мисли за касетата, како би можел да се подобри. Остатокот од групата потоа нуди свои мислења за она што го сака и она што треба да се подобри. На крајот на секоја дискусија, обучувачот нуди повратни информации, мислења и препораки.



## Алатка 12: Помошни средства за презентација

**Опис:** Одредување на помошта при презентирањето

**Учесници:** Мали групи од четири или пет луѓе

**Времетраење:** 60 минути

**Материјали:** Подготвен флипчарт со наброени видови помош за презентација, чист флипчарт, маркери и касета.

### Процедура:

Целта на оваа вежба е да ги натера учесниците да мислат на работите што можат да ги прават кога вршат презентација. На овој начин учесниците се активно вклучени во обуката преку креирање на лични материјали. Можеме да ја извршиме вежбата на два начина- со мали групи и техника на пораки напишани на табла.

### Работа со мали групи

- 1 Секоја група добива една алатка која можат да ја користат како помош при презентацијата, на пример видео камера.
- 2 Треба да разговараат за оваа алатка, како можат да ја применат, во кои случаи, кои се предностите, а кои се недостатоците.
- 3 После секоја дискусија треба да ги напишат на флипчартот сите идеи и коментари и да ја претстават својата работа на поголема група.

### Техника на огласна табла

- 1 Обучувачите треба да подготват листови хартија за флипчарт и да ја стават на неколку места во просторијата.
- 2 На секој лист треба да го има името на алатката за презентација (на пример, видео камера, слајдови, прожектор итн.) Исто така, хартијата треба да биде поделена на неколку делови како на пример, дел што објаснува зошто се користи хартијата, дел што ги објаснува предностите и недостатоците, и дел што дава препораки итн.
- 3 Секоја мала група го дава своето мислење за секоја алатка. Обучувачот треба да даде сигнал за да ја предупреди групата дека треба да се премине на друга огласна табла.
- 4 Групите треба да поминат по пет минути пред секоја табла и на крајот да препорачаат најмалку пет огласни табли.

### Дискусија:

Откако ќе заврши со некоја од овие техники, секоја група треба да даде кратка презентација за она што го додале во секоја алатка. По ова следи куса презентација и набљудување од страна на обучувачот. Ова претставува можност да се разјаснат сите идеи и да се додадат информациите што биле испуштени.

# 12

## Додаток: Предности и недостатоци на флипчартот

### ПРЕДНОСТИ:

- **Може да се транспортира.** Хартијата може лесно да се замота, држачот може да се расклопи и обете лесно да се носат.
- **Не е потребна струја.** За разлика од проекторот, проекторот со слајдови, видеото, итн., за ова не е потребно струја и не е постои опасност на електричен спој.
- **Прилагодливо.** Може да се употребува како чист лист хартија на кој ќе се додаваат елементи, или како подготвен лист на кој содржината може да се претстави на различни начини.
- **Се користи секаква хартија.** Флипчарт хартијата не мора да биде комерцијална хартија; може да се употреби било каков голем лист;
- **Лесно за употреба.** Покрај читлив ракопис се бараат уште само неколку вештини.
- **Можете подоцна да се повикате на податоците кои предходно сте ги напишале.** Секој лист хартија може да се искине од металниот држач и да се чува како постер на ѕидовите во салата
- **Едноставно, ефтино и бара мала обука.** Основна предност е обуката да содржи вештини за јасно, крупно пишување и користење на други техники за ефект и употреба.
- **Употреблив за мометно снимање.** Не е потребна никаква презентација ако таа изгледа на еден голем лист хартија на кои се нафрлани податоци за време на презентацијата.

- **Може да се закачи насекаде.** Хартијата А1 формат може да се закачи на ѕид, врата, во кабинет, па дури и на завеси, користејќи сув, повторно употреблив лепак односно жива гума (Blue Tack).

### НЕДОСТАТОЦИ:

- **Доколку флипчартот е лошо изготвен, ќе изгледа непрофесионално.** Лошиот изглед ќе предизвика одбивност кај слушателите и притоа може да се намали довербата на презентерот.
- **Одредено времетраење.** Хартијата има одредена граница на користење што може да ја намали вредноста на помагалото ако е важно да се зачува или повторно да се употреби.
- **Лесно се кине, се валка и се гужва.** И покрај тоа што е лесна за носење, исто така лесно е да се оштети при транспорт или при складирање.
- **Тешкотии при одредени техники.** Постојат неколку техники важни за употребата на таблите со хартии и сето ова може да бара одредени вештини и спретност. На пример, пристап при кој се користат дополнителни карти залепени со лепило (жива гума) или спојници или постојаното повикување напред или назад; и при двете техники може лесно да дојде до забуна.

Flipcharts

## Предности и недостатоци при користењето на проектор

### ПРЕДНОСТИ:

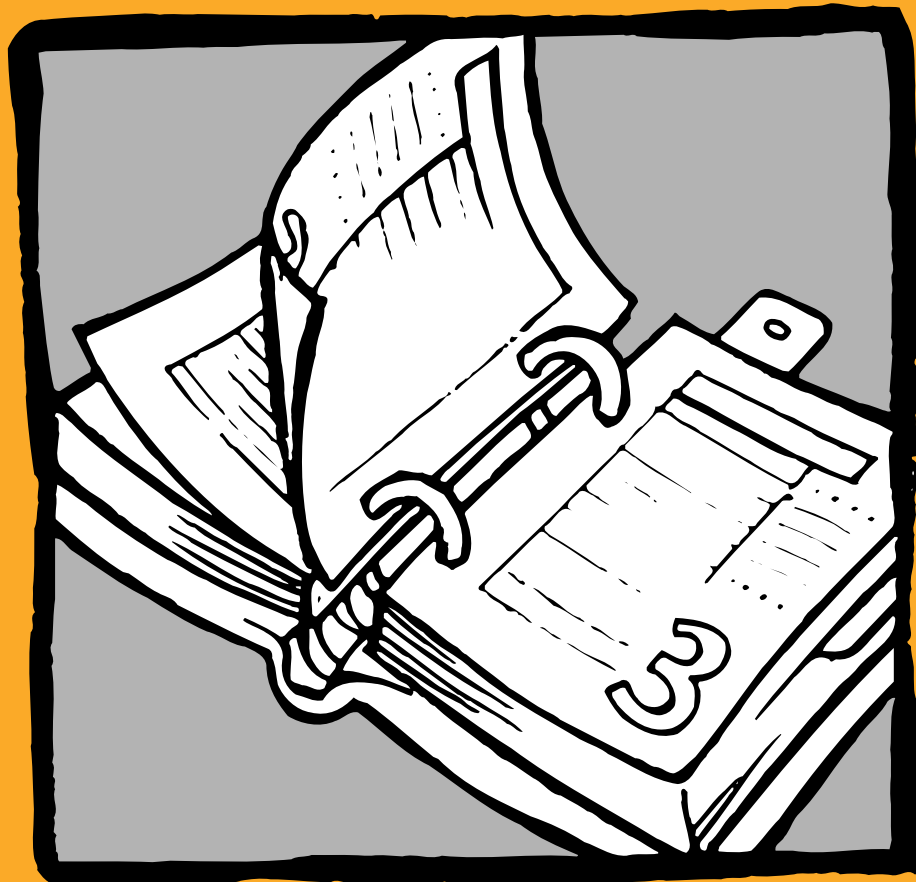
- **Голем визуелен ефект** поради тоа што сликата се пројектира преку светло, визуелниот ефект не може да се спореди со таблата со хартија.
- **Се користи во светли простории.** За разлика од пројекторите за слајдови и филмови, просторијата не мора да биде темна, па така презентерот може постојано да го одржи контактот со очите со слушателите.
- **Голема слика / претстава.** Сликата која ја дава проекторот може да биде голема, вистинската слика може да се ограничи само поради големината на екранот, интензитетот на светлото на проекторот и видот на леќи што се користат.
- **Пројекторот е достапен.** Ова помагало е достапно скоро насекаде, исто како и таблата со хартија. Доколку го нема онаму каде што е потребно, лесен е за транспорт, особено портабл моделите кои се дизајнирани за такви цели.
- **Може да се користи при седење или стоење.** Некои презентери претпочитаат да седат додека ја вршат презентацијата, некои пак претпочитаат да стојат/шетаат; Проекторот ги овозможува и сите начини на употреба, иако првенствено е направен за презентерот да седи покрај него.
- **Професионална продукција.** Слајдовите на проекторот може да имаат многу професионален изглед, без разлика дали се направени рачно, со комерцијални фотографски техники или најчесто со компјутерска графика.
- **Слајдовите се лесни за носење.** Слајдовите кои се користат за проекторот, било во урамени карти или во транспарентни папки, можат да се носат во папка, чанта или специјална чанта за слајдови.

### НЕДОСТАТОЦИ:

- **Потребно е електрична енергија.** За разлика од таблите со хартија, за проекторот е потребна електрична енергија. Во најголем број на случаи ова не претставува проблем, но се уште се појавуваат проблеми со електричната енергија кога проекторот не може да се користи, или кога постојат несоодветни штекери, а презентерот нема специјален адаптер.
- **Старите модели прават врева.** Старите проектори (како и новите но поевтините!) се ладат со вентилатор кој бучи при работа.
- **Променливи услови.** Иако веќе споменавме во списокот на предности дека проекторот може да се сретне на многу локации, сепак многу од тоа се стари и употребувани модели кои се во лоша состојба.
- **Главата на проекторот може да се затемни.** Тоа е делот на проекторот што е аголно огледало на врвот на столбот; оваа глава може да затемни дел од сликата од некои учесници во групата ако не се внимава на местење на столчињата.
- **„Key stoning“** Се јавува кога горниот дел на сликата е широко хоризонтални поставена околу основата што е резултат на многу прецисен агол на проекцијата. Ефектот е исклучување кое понекогаш не може да се поправи.
- **Пренатрупаност на слајдовите.** Понекогаш презентерот нанесува премногу материјал на еден слајд. Најголема предност на проекторот е неговата можност за ефект. Пренатрупаноста ја намалува ваквата можност.

# Overheads





## Пример на план за работилница



## Како да се реализира обуката

Овој примерок на план за работилница има за цел да ви помогне во натамошната подготовка за обуката за презентација и комуникација користејќи различни елементи од прирачникот и збирката алатки. Точната употреба во комбинација со другите активности треба да се базира врз основа на очекувањата и искуството на вашите учесници, како и времето потребно за изведување на одредена активност. Покрај темите на обуката, примерот предлага активности што ќе придонесат за интерактивност во текот на обуката.

Пример на план за работилница		
<b>Дел 1 - Вовед</b>		
КАТЕГОРИЈА	ЦЕЛ	ПРЕДЛОЖЕНИ АКТИВНОСТИ
Вовед	Претставете им го тренингот на учесниците и дозволете учесниците да се запознаат	Вовед
Очекувања	Изразете и појаснете ги очекувањата	Дискусија
Преглед на планот	Објансете го планот и методите, поврзувајќи ги со очекувањата на учесниците	Предавање
<b>Дел 2 - Комуникацијата е...</b>		
КАТЕГОРИЈА	ЦЕЛ	ПРЕДЛОЖЕНИ АКТИВНОСТИ
Вовед	Претставете го пристапот кон темата	Алатка 1: <b>Обратен потпис</b>
Комуникацијата е...	Презентирајте поконкретни информации за тоа што е комуникација	Предавање
Завршна активност	Објансете ги клучните елементи од темата	Дискусија
<b>Дел 3 - Вербална и невербална комуникација</b>		
КАТЕГОРИЈА	ЦЕЛ	ПРЕДЛОЖЕНИ АКТИВНОСТИ
Вовед	Објансете ги главните разлики меѓу вербалната и невербалната комуникација	Алатка 2: <b>Огледало</b> Алатка 3: <b>Водење на слепи</b>
Вербална и невербална комуникација	Дајте преглед на вербалната и невербалната комуникација	Предавање
Завршна активност	Вежбајте ги средствата за невербална комуникација	Алатка 4: <b>Групна скулптура</b>

Пример на план за работилница		
<b>Дел 4 - Комуникациски бариери</b>		
КАТЕГОРИЈА	ЦЕЛ	ПРЕДЛОЖЕНИ АКТИВНОСТИ
Вовед	Презентирајте ги комуникациската врева и пречките	Предавање
Завршна активност	Дозволете им на учесниците да разменат искуства за комуникацијата	Дискусија
<b>Дел 5 - Ефективна комуникација</b>		
КАТЕГОРИЈА	ЦЕЛ	ПРЕДЛОЖЕНИ АКТИВНОСТИ
Вовед	Презентирајте ги главните елементи на ефективна комуникација	Кратка презентација
Активно слушање	Прикажете знаење и вештини за активно слушање	Алатка 5: <b>Да се биде добар слушател</b> Алатка 6: <b>Непознат предмет</b> Алатка 7: <b>Парафразирање</b>
Фидбек	Прикажете знаење и вештини за фидбек	Алатка 8: <b>Фидбек</b>
Ти и јас пораки	Прикажете знаење и вештини за ти и јас пораки	Алатка 9: <b>Ти и јас пораки</b>
Завршна активност	Дискутирајте за вештините што секој од учесниците би сакал да ги подобри и запишете ги главните поенти	Дискусија
<b>Дел 6 - Принципи на водење на конверзација</b>		
КАТЕГОРИЈА	ЦЕЛ	ПРЕДЛОЖЕНИ АКТИВНОСТИ
Вовед	Дискутирајте што ја прави конверзацијата	Дискусија
Принципи на водење на конверзација	Презентирајте ги клучните елементи на конверзацијата	Кратка презентација Алатка 10: <b>Прашање зошто</b>
Завршна активност	Разменете примери на успешна и неуспешна конверзација	Дискусија

## Пример на план за работилница

### Дел 7 - Презентациски способности

КАТЕГОРИЈА	ЦЕЛ	ПРЕДЛОЖЕНИ АКТИВНОСТИ
Вовед	Презентирајте ги клучните елементи на успешна презентација	Кратка презентација
Завршна активност	Дискутирајте ги клучните елементи и сумирајте ги главните точки	Дискусија

### Дел 8 - Подготвување и реализирање на презентации

КАТЕГОРИЈА	ЦЕЛ	ПРЕДЛОЖЕНИ АКТИВНОСТИ
Вовед	Презентирајте ги главните чекори во подготвување и реализирање на презентации	Презентација
Јавно говорење	Вежбајте реализирање презентации на подиум	Алатка 11: <b>Дали сум тоа навистина јас?</b>
Завршна активност	Сумирајте ги битните коментари и пораки, запишете ги главните поенти	Дискусија

### Дел 9 - Помошни средства за презентација

КАТЕГОРИЈА	ЦЕЛ	ПРЕДЛОЖЕНИ АКТИВНОСТИ
Вовед	Краток преглед на помошните средства за презентација	Кратка презентација
Помошни средства за презентација	Направете листа на најкористените помошни средства за презентација	Алатка 12: <b>Помошни средства за презентација</b>
Завршна активност	Излистајте ги предностите и недостатоците на трите најчесто користени помошни средства за презентација	Дискусија и затворање на сесијата

### Дел 10 - Затворање на обуката

КАТЕГОРИЈА	ЦЕЛ	ПРЕДЛОЖЕНИ АКТИВНОСТИ
Личен план	Секој учесник да направи личен план за подобрување на комуникациските и презентациските способности	Индивидуална работа
Оценување	Соберете повратни информации од учесниците и оценете ја обуката	Дискусија



Регионалниот центар за заштита на животната средина за Централна и Источна Европа (РЕЦ) е непрофитнабилна организација со мисија за решавање на проблемите од областа на животната средина во Централна и Источна Европа (ЦИЕ). Регионалниот центар ја исполнува својата мисија преку поттикнување на соработка меѓу невладините организации, владите и бизнис секторот по пат на слободна размена на информации и промовирање на учеството на јавноста во процесот на донесување одлуки за прашања кои се однесуваат на животната средина.

РЕЦ беше основан во 1990 година од страна на владите на Соединетите Американски Држави, на Р. Унгарија и Европската Комисија и Унгарија. Денес, РЕЦ правно се заснова на Статут потпишан од страна на дваесет и седум држави и Европската Комисија и на Меѓународен Договор со владата на Р. Унгарија.

Седиштето на РЕЦ е во Сентендре, Унгарија и има канцеларии во секоја од петнаесетте земји кориснички од Централна и Источна Европа: Албанија, Босна и Херцеговина, Бугарија, Хрватска, Чешка, Естонија, Унгарија, Летонија, Литванија, Македонија, Полска, Романија, Словачка и Србија и Црна Гора.

Досегашки донори на РЕЦ се Европската Комисија и владите на Холандија, Данска, Соединетите Американски Држави, Јапонија, Норвешка, Албанија, Белгија, Босна и Херцеговина, Бугарија, Канада, Чешка, Естонија, Финска, Германија, Унгарија, Италија, Летонија, Македонија, Полска, Словенија, Шведска, Литванија, Холандија, Швајцарија, Велика Британија и Србија и Црна Гора како и други владини организации и приватни институции.



## Презентација и комуникација