

izazvati drugi ljudi.

Kako se u susretu s okolinom ne biste osjećali bespomoćno, dobro je znati kako upravljati emocijama koje izazivaju prezentacije.

Temeljne emocije koje se javljaju tijekom prezentacije, a koje onda utječu na većinu drugih emocija, su:

- osjećaj da vas drugi ne cijene i da vam umanjuju važnost, te vas pokušavaju poniziti kako bi naglasili svoju superiornost

- dojam da ih ne zanima vaše mišljenje o problemu i da vaše vještine nisu dovoljno korištene

- osjećaj da drugi ne cijene trud koji ste uložili niti rezultat posla koji ste obavili, te

- briga da će komunikacija započeta prezentacijom završiti loše.

Kaže se da je 10% naših emocija događaj, a 90% kako reagiramo na njega. Emocije mogu biti negativne, pa nas mogu omesti u komunikaciji, a mogu biti i pozitivne, pa nam mogu pomoći u postizanju željenih rezultata.

Negativne emocije mogu skrenuti pažnju s temeljnih problema, nanijeti štetu važnim odnosima, umanjiti šanse za pravednu pogodbu i pomoći drugima da vas iskorištavaju. No emocije također mogu donijeti i pozitivu i ispuniti određene potrebe.

Prva potreba, koju ispunjavate uspješnom prezentacijom, je priznanje. Prepoznavanje naših vrijednosti u reakcijama sugovornika, u onome što misle, osjećaju i rade, dok pokazuju uvažavanje prema vama. Priznanje okoline snažno utječe na naše osjećaje, djelovanje i način razmišljanja. Kad nas cijene, postajemo spremniji na suradnju i otvoreniji prema idejama i mišljenju drugih. Kad nas ne cijene, „zatvaramo“ se u sebe i manje smo spremni sura-

divati. Važno je znati da prihvaćanje nije isto što i popuštanje. Kako izraziti priznanje sugovornikovog stajališta bez nužnog slaganja s njime? Jeste li čuli za termin kultura dijaloga? Njime objašnjava-mo komunikaciju između (najma-nje) dvije strane, kada se razlikuju u mišljenjima i informacijama, ali uvažavaju i slušaju argumente sugovornika, a da nisu suglasni s njima. Naime, većina ljudi sluša da bi odgovorili. Traže povoda za svoje rečenice i argumente. Tek manji dio ljudi sluša da bi razumjeli. Tada je lakše dobiti priznanje sugovornika, budući da ste vi ponudili svoje priznanje njihovom mišljenju. Tada kultura dijaloga dovodi do ispunjenja druge potrebe - povezivanja, odnosno pretvaranja protivnika u suradnike.

Ljudi često komuniciraju gledajući druge kao suparnike, koji će im uzeti sve vrijednosti koje imaju – status u društvu, osobnu važnost, novac... Pretpostavka, da je priroda komunikacije suparnička, zato jer uvijek postoji mogućnost suprotnih mišljenja, stvara neprijateljsku atmosferu, pa je vjerojatnost da dođe do nesporeda povećana, a vjerojatnost za postizanje sporazuma umanjena.

Čak i pri negativnoj pretpostavci komunikacije (kada drastično drukčije razmišljate ili vjerujete od sugovornika), uspješna prezentacija nudi mogućnost stvaranja osjećaja suradnje. Nakon što su prepoznati elementi i detalji koji vas udaljuju od sugovornika, traži se način kojim se, prezentacijom misli i odnosa, nalaze poveznice s drugom stranom te tako osigurati uspješno okončanje komunikacije. Tada se rješava osnovno pitanje kako protivnika pretvoriti u suradnika. Treća potreba je status, priznavanje važnosti svima koji ga zaslužuju. Tko bolje izgleda i privlači više pozornosti? Čiji su auto ili kuća ili jahta privukli više pozornosti? Tko je ostavio dojam većeg i opasnijeg

KNJIGA ZA ČITANJE NA ODMORU, UZ SVAKODNEVNU PRIMJENU

Knjiga koja Vam može donijeti sigurnost u nastupu i promijeniti komunikaciju s ljudima oko Vas

DR.SC. SAŠA PETAR I FRAN PETAR

MOĆ

uspješne
PREZENTACIJE

USKORO U PRODAJI

PARTNER



frajera? Ljudi se često međusobno natječu za viši status, kao da on ima samo jednu stranu – kao da status može postojati bez odobravanja druge strane. Ustvari, do određenog statusa se može doći jedino ako vaša prezentacija tog statusa ostvari očekivanu reakciju ljudi oko vas. Na pustom otoku, gdje ste sami i komunicirati samo sa sobom, vaš status ne možete usporediti s onim ljudima oko vas – jer ih nema. Ljudi kojima je potreba za prezentiranjem statusa stalna potreba često previ-

đaju važnost prihvaćanja potrebe za poštovanjem koju osjeća svaka osoba. Takvi ljudi često umanjuju važnost drugih kako bi dokazali vlastitu superiornost stalnim nastojanjem da se uvijek primijeti da su drukčiji. Posebnost možete prezentirati na brojne načine – *turiranjem* automobila na raskršću (dok čekate da se upali zeleno svjetlo), odijevanjem u neuobičajene kombinacije, *piercingom* i tetovažama a sve samo zato da biste privukli pozornost drugih, da vam ne propadne brižno pripremljena prezentaci-