

Naloga komuniciranja kot svetovalne dejavnosti je predvsem izboljšanje odnosov in razmer, ki vplivajo na izboljšanje procesov vodenja in poslovanja. Učinkovito komuniciranje je torej komplementarno podjetniškemu vodenju ter uravnoveša in izboljšuje prakso vodenja in poslovanja.

Kadar je sprememba bolj kompleksna in zajema več ravni in udeležencev, jo večina ponavadi opredeli kot težavo. Da bi se izognili temu, da bogastvo kompleksnosti vpliva na obravnavo situacije kot težave, je treba najprej opredeliti pomen kompleksnosti in šele nato obravnavati kompleksnost obstoječe situacije.

Beseda kompleksnost temelji na latinski besedi »complexus«, kar pomeni zajemanje ali povezovanje različnih psihičnih in fizičnih elementov v celoto. Uravnovešena povezava celote pomeni več od števila sestavnih delov. V psihologiji in psihoanalizi pa beseda kompleks odkriva povezave različnih predstav, ki so nastale pod vplivom podzavestnih vzrokov. Beseda kompleksnost pa izraža strukturo različnih, med seboj zavestno povezanih elementov.

Kompleksnost nastaja v procesu razvoja in spreminjanja odnosov na ravni ekonomije in organizacij ter na ravni posameznikov in družbe. Kompleksnost zahteva preišljen pristop in dobro razdelan koncept načina obravnavanja projektov ali težavnih situacij. Brez ustreznega koncepta ne moremo vzpostaviti odnosa do težavnih situacij. Zato težavne situacije obravnavam kot razvojne projekte.

Da obravnavanje kompleksnosti ne bi bilo negativno, je treba analizirati makro in mikro situacijo posameznikov in organizacij ter spoznati načine njihovega vedenja in delovanja. Dinamika in usklajenost delovanja misli in čustev na osebni ravni ter timov v organizacijah je najboljši kazalec kakovosti upravljanja in vodenja.

Komuniciranje omogoča vpogled, razumevanje in vzpostavljanje pozitivnih odnosov do težavnih situacij.

»PR-analiza« – pozitivno naravnana in razvojno usmerjena analiza

Projekti ali težavne situacije potrebujejo situacijsko analizo oziroma analizo vplivov in zahtev mikro in makro okolja ter odziva nanje. Usmerjena pozornost je potrebna predvsem v začetni fazi, ko zbiramo informacije za obravnavo situacijske analize, da bi opredelili pristop in strategijo. Situacijska analiza nam omogoča boljše spoznavanje situacije. SWOT analiza kot analiza notranjega in zunanjega okolja, ki se je uveljavila v osemdesetih letih, nam pomaga pri ugotavljanju položaja organizacij in učinkovitosti virov in možnosti.

Empirične raziskave zadnjega desetletja ugotavljajo, da 85 odstotkov vrednosti organizacij ustvarjajo neotipljive oziroma psihološke vrednote, ki se kažejo kot upravljanje, vodenje, komuniciranje in vzpostavljanje odnosov.

Zato menim, da zakonitosti novega podjetništva, ki poudarjajo psihološke vrednote, pozitivne odnose in pomembnost usklajevanja vizije razvoja organizacij z družbeno odgovornostjo, potrebujejo temu ustrezen okvir in pristop.

Prepričana sem, da je novo podjetništvo, ki sloni na informacijah, povezovanju in odnosih, treba obravnavati skozi prizmo pozitivne naravnosti, komunikativnosti, povečanja ustvarjalnosti in povezovanja kapitalov (IK – intelektualni kapital, ČK – čustveni kapital, KK – komunikacijski kapital, PK – poslovni kapital). Takšen pristop omogoča povečanje prednosti osebnosti in organizacij. Vloga prednosti je hitreje prepoznavati možnosti in priložnosti posameznikov ali organizacij v poslovnem in družbenem okolju.

Pri oblikovanju pozitivnega odnosa se je treba zavedati, da nove projekte in težavne situacije sprva spremljajo občutki negotovosti. Da bi preprečili vpliv takšnih občutkov, se moramo osredotočiti na pozitivna izhodišča, kriterije in korake. Dobro opredeljena pozitivna izhodišča omogočajo opredelitev in usklajevanje kriterijev. Dobro usklajeni kriteriji pa pomagajo pri uresničevanju korakov, ki rešujejo težavne situacije.

Raziskovalno-komunikacijsko analizo, ki je usmerjena na ustvarjanje celovitega pogleda na nov projekt ali težavno situacijo ter na strategijo oblikovanja pozitivne naravnosti, sem poimenovala »PR-analiza«.

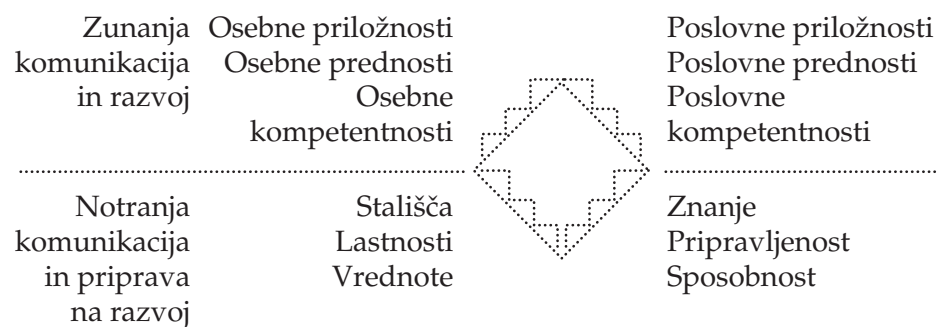
Vzpostavlanje pozitivnega odnosa do projekta ali težavne situacije nam pomaga prebuditi in razvijati motiviranost, ki predstavlja osnovo za pozitivno naravnost, ta pa omogoča zaupanje v razvojne korake. Na drugi strani črnogledost, zaskrbljenost, nezaupanje in strah nikoli ne spodbudijo motiviranosti in pripravljenosti na aktivno udeležbo.

»PR-analiza« mi predstavlja način vzpostavljanja pozitivne naravnosti in razvojno usmerjenost. Razvila sem jo na osnovi opisanih modelov in procesov celovitega pristopa h komuniciranju, ki vključujejo tudi psihološki vidik.

V kratici »PR« črka »P« predstavlja pozitivno naravnost, črka »R« pa razvojno usmerjenost.

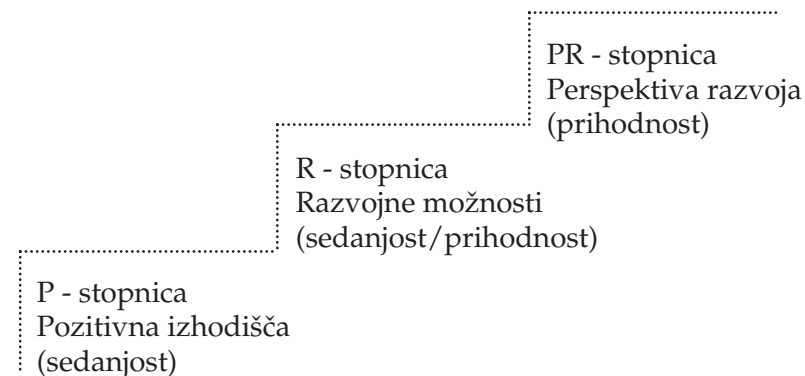
»PR-analiza« je analitičen in sistematičen način obravnavanja projekta ali situacije, ki nas usmerja v iskanje pozitivnih izhodišč. Posameznikom in organizacijam osvetljuje okoliščine obstoječe situacije in omogoča, da jih obravnavajo s pozitivnega vidika.

Razvoj kot rezultat vzpostavljene »notranje« komunikacije na ravni osebe ali organizacije omogoča »zunanje«, poslovno in družbeno komuniciranje in usklajevanje.



Shema 59: »Notranja in zunanja komunikacija«

Uravnovešena notranja in zunanja komunikacija predstavlja izhodišče za obravnavo »PR-analize«. Njeno razvojno strukturo najbolje odraža model stopnic.



Shema 60: »Stopnice PR-analize«

Na prvi, P-stopnici, ki predstavlja operativno raven reševanja projekta ali težave, najprej opredelimo vrednote, v katere verjamemo, pozitivne lastnosti in stališča, sposobnosti in znanje. Opredeljene in usklajene vrednote, lastnosti, sposobnosti in preplet znanj, na katere se lahko zanesemo, postanejo pozitivna izhodišča, ki oblikujejo pozitivno naravnost.

Vloga in naloga pozitivnih izhodišč je, da zmanjšajo vpliv predsodkov, občutkov negotovosti in navad, ki zakrivajo naše potencialne. Proces zmanjšanja vpliva predsodkov in občutkov negotovosti omogoča osvetlitev naših možnosti in potencialnih prednosti. Zaupanje vanje zmanjšuje pomanjkljivosti, lajša premagovanje ovir in večja razvojne možnosti posameznikov in organizacij, ki zahtevajo upravljanje.

Potencialne prednosti je treba komunicirati, da bi pridobile na pomenu. P-stopnica »PR-analize«, ki vzpodbuja usklajevanje in povezovanje vrednot in potencialnih prednosti na miselni, čustveni in fizični ravni predstavlja temelj in hkrati izhodišče za naslednji korak.

P-stopnica omogoča vzpostavlanje pozitivnega pristopa do projektov ali težavnih situacij, s ciljem opredelitve razvojnih korakov za vzpostavlanje zelenega stanja.

Zavedati se je treba predvsem, da nas pozitivna izhodišča in potencialne prednosti usmerjajo na popolnoma drugačno pot kot neusklajena ali negativna izhodišča.

Druga, R-stopnica »PR-analize« predstavlja taktično raven, ki zahteva razumevanje sprememb in razvoja, pozitivno naravnost in organiziranost. Vloga R-stopnice je komuniciranje in razvijanje potencialnih prednosti v nove ideje na miselni, nove odnose na čustveni in nove iniciative na fizični ravni.

Naloga R-stopnice je razvijanje in pridobivanje novih vrednot in prednosti. Komuniciranje omogoča povezovanje osebnih in poslovnih prednosti in kompetentnosti ter konkurenčnih prednosti organizacij in njihov razvoj. Poleg analize prednosti in potencialov je treba narediti analizo menedžerskih in razvojnih, komunikacijskih in organizacijskih tokov.

Tretja, PR-stopnica »PR-analize« predstavlja strateško raven in proces odločanja na osnovi povezovanja pozitivnih izhodišč in razvoja prednosti.

Tako povezane operativna, taktična in strateška raven lahko oblikujejo perspektivo razvoja, ki omogoča prepoznavanje, ustvarjanje in povezovanje osebnih in poslovnih priložnosti. Vloga priložnosti je ustvarjanje odnosov, ki imajo pozitiven vpliv in prispevajo k povečanju ustvarjalnosti ter uresničevanju zastavljenih ciljev.

Sposobnost prepoznavanja priložnosti, ki je potrebna posameznikom in organizacijam, zahteva opredelitev razvojnega cilja (kaj želimo doseči), osmišljanje namena, pomena, smisla in pomembnosti tega cilja, opredelitev virov (kot so motivacija, volja, samoiniciativnost) ter politike (kako bomo dosegli cilj).

Uresničevanje teh prizadevanj pomeni, da smo priložnost spremenili v osebni in poslovni uspeh. Ta nam je lahko model. Da bi bili pri spreminjanju drugih priložnosti v uspeh bolj učinkoviti, je zaželeno narediti analizo teh priložnosti in možnosti za njihovo uresničevanje.

»PR-analiza« obravnava izhodišča, izražena v pozitivnih vrednotah, lastnostih, stališčih in pristopih ter njihov razvoj.

Ko jih posameznik opredeli, poveže in uskladi z razvojnimi možnostmi, lahko z več zaupanja vase in bolj prepričljivo obravnava okoliščine. K reševanju projektov ali težavnih situacij pristopi z večjo notranjo stabilnostjo in gotovostjo.

»PR-analiza« obravnava pozitivne vrednote, lastnosti in stališča posameznikov na miselni ravni znanja, čustveni ravni pripravljenosti in fizični ravni sposobnosti. Rezultate analiz posameznih ravni je treba uskladiti in povezati v celoto, ki predstavlja razgledno točko za iskanje in prepoznavanje priložnosti z večjim zavedanjem in zaupanjem v svojo mrežo vrednot, sposobnosti in prednosti in tako v prepoznavanje razvojnih možnosti.

Obenem »PR-analiza« vzpodbuja tudi razvoj profesionalnosti, ki vodi k uresničevanju zamisli in izboljšanju pogojev in okoliščin. Ozaveščanje pozitivnih izhodišč, razvojnih možnosti in priložnosti je najboljši način za spremembo negativnih in omejenih miselnih vzorcev v konstruktivne in pozitivne pristope ter nedefiniranih in negativnih občutkov v ustvarjalna čustva in motivacijo.

Z vidika projekta ali organizacije »PR-analiza« obravnava pozitivna izhodišča in konkurenčne prednosti ter njihov razvoj na strateški, taktični in operativni ravni. Na posameznih ravneh, usklajene in v celoto povezane ugotovitve predstavljajo pozitivno osnovo za prepoznavanje razvojnih možnosti in priložnosti projekta ali organizacije. Opredeljevanje in povezovanje pozitivnih vidikov projekta z razvojnimi možnostmi, s potenciali in z viri omogoča PR-menedžerju ali projektne vodji, da jih bolj konstruktivno in ustvarjalno povezuje z zunanjimi okoliščinami.

Smisel »PR-analize« je torej odkriti, analizirati, uskladiti, smiselno povezati in komunicirati čim več različnih podpirajočih se elementov. Sinteza teh elementov, ki oblikujejo novo strukturo, predstavlja izhodišče. Analiza tako omogoča uravnovešanje različnosti. Uravnovešanje obravnavam kot proces podoben mediaciji med različnimi osebami in njihovimi motivi, potrebami in interesi.

Takšen pristop nam širi perspektivo, ki nas usmerja naprej, da se ne bi imeli časa ozirati nazaj in se zadrževati na nepodpirajočih se elementih.

Moder je tisti, ki je sposoben v težavah iskati nove pristope za spremembe najprej na osebni in drugih ravneh, ter dojeti potencialne možnosti, priložnosti in načine njihovega povezovanja in uresničevanja.

Pozitiven način razmišljanja predstavlja temeljni kriterij mojega načina obravnavanja projektov in težavnih situacij ter razvoja.

Ugotovitve, do katerih pridemo s pomočjo »PR-analize«, so dragoceno izhodišče za izdelavo komunikacijske strategije in pripravo komunikacijskega načrta, hkrati pa nas usmerjajo v pozitivne in perspektivne vidike, ki predstavljajo temelj za uresničevanje osebnih, poslovnih ali družbenih ciljev.

Namen metodološkega pristopa »9K«

»PR-analiza« nam pomaga oblikovati predvsem osebno pozitivno naravnost do projekta ali določene situacije. Pri oblikovanju pristopa h komuniciranju pa je nujno, da analiziramo okoliščine tudi iz različnih zornih kotov.

Raziskovalno-komunikacijsko metodo »9K – vzpostavljanje dinamične stabilnosti«, ki nam omogoča celovit vpogled v obravnavo projektov ali reševanje težavnih situacij, sem razvila na osnovi predhodno predstavljenih modelov, procesov in rezultatov celovitega pristopa h komuniciranju.

Metoda »9K« predstavlja komunikacijski kompas.

Prednost metode »9K« je v tem, da nam omogoča večplasten, analitičen in sistematičen pregled nad situacijo in nas tako usmerja.

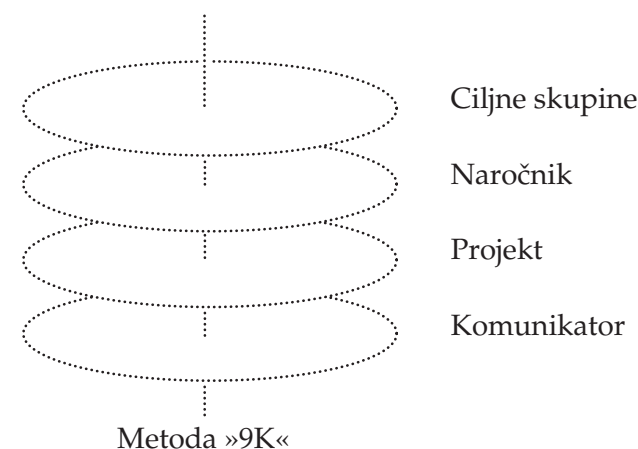
Metoda »9K« je sistem. Spoznavanje vsakega sistema omogočajo opredeljeni kriteriji in koraki. Medtem ko kriterije in vrednote opredeljujemo, korake načrtujemo in določamo.

Kriteriji po mojem mnenju uravnavajo korake in jim hkrati predstavljajo podporo oziroma »krit-je« (zaščito). Za razliko od kriterijev z merili opredeljujem in vrednotim različne vloge.

Metoda »9K« temelji na devetih kriterijih in devetih korakih. Kriteriji obravnavajo različne vidike novega projekta ali reševanja težavne situacije in simbolično predstavljajo ustvarjalno energijo časa. Usmerjajo aktivnosti korakov, ki simbolizirajo energijo gibanja.

Grška beseda kriterij »krinein« pomeni osvetliti vrednote, ki nam pomagajo razlikovati, kaj je prav in kaj ne, da bi lahko vrednotili zadeve in od-merili, kaj je za nas dobro, in kaj ne.

Metoda »9K« je prilagojena uresničevanju strateškega pristopa na osebni in poslovni ravni ter na ravni naročnika in javnosti. Metodo »9K« lahko uporabljamo za obravnavo novega projekta in prepoznavanje vzrokov, ki lahko privedejo do težav, za reševanje težavne situacije ali pri spremljanju vsakodnevnih dogajanj.



Shema 61: »Štiri ravni uresničevanja komunikacijske strategije«