

VSEBINA

Dobrodošli na potovanje	16
Kaj je najtežja stvar na svetu	18
1. KOMUNICIRANJE KOT POTREBA IN PRILOŽNOST	25
Spremembe oblikujejo podobo sveta	25
<i>Kakšna je pri tem vloga komuniciranja?</i>	26
Informacijsko-komunikacijska doba	26
Potreba po komuniciranju	28
Razumevanje kot cilj komuniciranja	32
Kultura komuniciranja	33
Pomen komuniciranja za posameznike	35
Pomen komuniciranja za družbo in državo	38
Komuniciranje – sposobnost vzpostavljanja odnosov	41
Psihologija komuniciranja	42
Razvijanje sposobnosti komuniciranja	44
Sposobnost oblikovanja	46
Sposobnost usklajevanja in povezovanja	47
Primer oblikovanja usklajenega in pozitivnega pristopa	49
Psihologija – odnos do sebe in drugih	53
Filozofija – odnos do družbe kot celote	54
Ekonomija – odnos do podjetništva	58
ŽIVLJENJSKE ZGODBE	61
Odkrivanje pomena komunikacije	61
Zgodba o matematiki	62
Nizozemski vrt	64
Šola jezdenja	
– spoznavanje zavesti in podzavesti na osnovi simbolov	65
Mala šola diplomacije	66
Narava	67
Reka in drevo življenja	70
Filozofsko-psihološki karat-e	71
Zgodba o kuščarjih in labodih	72

2. REVITALIZACIJA ZAVESTI IN OBLIKOVANJE	
ODNOSA DO SEBE	77
Pot PROsvetljenja – notranja komunikacija	77
Vzpostavljane notranje komunikacije	80
Simboli – nosilci energij in pomena	83
Simbol hiše in vrta	84
Drevo življenja	85
Mavrični most	86
Matematična simbolika	87
Modeli, procesi in rezultati	88
MODELI NOTRANJE KOMUNIKACIJE	89
Življenjska pot	89
Hiša energij	91
Energija telesa, nagonov in potencialov	94
Energija občutkov	96
Energija čustev	100
Energija misli	106
Razmerje med mislimi, čustvi in občutki	111
Hiša ravni zavesti	112
Hiša duše	116
Hiša vrednot	120
Oblikovanje osebnega sistema vrednot	124
Obravnavanje načel	126
Načelo uravnovešanja ženske in moške energije	127
Hiša kapitalov	129
Samopodoba	133
Vlak razvoja	135
PROCESI VZPOSTAVLJANJA NOTRANJE KOMUNIKACIJE	138
Razlika med čustvi in občutki	139
Prevzemanje odgovornosti za lastno življenje	141
Povezovanje zavesti in podzavesti	143
Revitalizacija zavesti	145
Transformiranje energije občutkov podzavesti	148
Kultiviranje energije nagonov nezavednega	149
Razvijanje kondicije zavesti	152
Komuniciranje kot oblikovanje energije besed	154

Energijski menedžment	158
Oblikovanje življenjske poti – kariere	160
Brušenje diamanta osebnosti	164
<i>Vzpostavljanje ravnovesja</i>	165
<i>Vzpostavljanje odnosov</i>	165
<i>Razvoj osebnosti je sistemsko-holističen pristop</i>	167
<i>Zavest – podzavest</i>	168
Eko-logiziranje zavesti	173
Koraki na poti PRosvetljenja	174
REZULTATI RAZVOJA NOTRANJE KOMUNIKACIJE	175
Pozitiven odnos do sebe	175
Pozitiven odnos do dela in življenja	176
Sodelovanje v lastnem življenju	177
Sposobnost za sprejemanje in ustvarjanje sprememb	178
Vzpon na višjo raven zavesti	179
Učinkovito komuniciranje	183
Vključevanje v družbeno življenje	185
Uresničevanje osebne strategije	187
Razvijanje in povezovanje osebnih inteligenc	188
Razvijanje duhovnosti	192
Razvijanje ljubezni do človeka in družbe	196
Umetnost življenja	197
Epilog	200
3. OBLIKOVANJE ODNOSA DO DELA	205
Oblikovanje profesionalnega odnosa	205
Podjetništvo in razvoj kompetentnosti	209
Strategija profesionalnega razvoja	214
Komunikativnost kot osnova	
za profesionalen in podjetniški pristop	219
Komunikativnost kot osnova	
upravljanja in vodenja	222
Komunikativnost kot osnova	
upravljanja sprememb	226
Razvoj učinkovitega komuniciranja	227
Narava komuniciranja in dialog	230
Komuniciranje je intelektualno-čustvena dejavnost	232

Komuniciranje kot poklic	234
Pomen in vloga komuniciranja	235
Razumevanje vloge komunikatorjev	238

METODA »9K«

- VZPOSTAVLJANJE DINAMIČNE STABILNOSTI	241
Izhodišča za oblikovanje metode »9K«	241
Upravljanje s kompleksnostjo sprememb	243
»PR-analiza« – pozitivno naravnana in razvojno usmerjena analiza	245
Namen metodološkega pristopa »9K«	250
Osnovni pristop metode »9K« za vzpostavljanje dinamične stabilnosti	252
Kriteriji in koraki metode »9K«	255
Kriterij in korak »K1« – pozitiven pristop	256
Kriterij in korak »K2« – potrebe	260
Kriterij in korak »K3« – viri, odnosi, motivacija	261
Kriterij in korak »K4«	
– načrtovanje, želje, prizadevanja in odgovornost	266
Kriterij in korak »K5« – prioritete	267
Kriterij in korak »K6« – namen, pogoji	269
Kriterij in korak »K7« – cilji, smisel in vizija	270
Kriterij in korak »K8« – oblikovanje koncepta	272
Kriterij in korak »K9« – doseganje rezultatov	273

METODA »9K« V PRIMERU

RAZVIJANJA POZITIVNEGA ODNOSA DO DELA	275
Prvi korak: Uporaba »PR-analize«	275
Drugi korak: Uporaba metodološkega pristopa »9K«	277
<i>Korak »K1« predstavlja vzpostavljanje pozitivnega odnosa do težavne situacije</i>	277
<i>Korak »K2« predstavlja spoznavanje potreb na različnih ravneh</i>	278
<i>Korak »K3« predstavlja motive in možnosti ter priložnosti za prepoznavanje virov in potencialov</i>	278
<i>Korak »K4« predstavlja načrtovanje in obravnavanje želja, prizadevanj in odgovornosti</i>	279
<i>Korak »K5« predstavlja opredeljevanje prioritete</i>	280

<i>Korak »K6« predstavlja opredeljevanje namena in pogojev</i>	281
<i>Korak »K7« predstavlja opredeljevanje ciljev, smisla in vizije</i>	282
<i>Korak »K8« predstavlja oblikovanje koncepta</i>	283
<i>Korak »K9« predstavlja doseganje rezultatov</i>	284
Epilog	285
4. OBLIKOVANJE ODNOSOV Z JAVNOSTMI	289
PR-osvetlitev	289
Povezovanje ravni	
predstavlja pogoj za razvijanje odnosov z javnostmi	290
Raven posameznikov	291
Partnerska raven	293
Timska raven	294
Družbena raven	295
Raven države	297
RAZVIJANJE ODNOSOV Z JAVNOSTMI	299
STRATEŠKI PRISTOP H KOMUNICIRANJU	304
Strateško razmišljanje in pristop	304
Strateško razmišljanje o ustvarjalnosti	306
Korporativna strategija organizacij	310
<i>Elementi korporativne strategije</i>	311
Poslovna strategija in strategija trženja	314
Strategija komuniciranja	319
Korporativno komuniciranje	323
Poslovno in tržno komuniciranje	
ter komuniciranje blagovno-storitvene znamke	326
Interno komuniciranje	329
Spletno komuniciranje	330
Komuniciranje z naročniki	330
Komuniciranje s finančnimi javnostmi	331
Javni odnosi	332
Odnosi z mediji	335
Odnos do okolja	335
Odnos do okolja omogoča njegov razvoj	337
Odnos do okolja kot temelj za razvoj posameznikov	339
Komuniciranje z okoljem	341
Komuniciranje kot način preprečevanja kriz	343

INTEGRIRANO KOMUNICIRANJE	345
Pomen integriranega komuniciranja	345
Model integriranja osebne in organizacijske ravni	348
Model integriranja energijskih kapitalov	349
Model integriranja ravni komuniciranja	352
Model integriranja ravni družbe	353
Model integriranja sprememb, kontinuitete in razvoja	355
Model oblikovanja in integriranja odnosov	357
Vizija-lizacija kot proces prihodnosti	359
Vizija kot miselno-čustveni vzor in načrt	360
Integrirano komuniciranje v prihodnosti	363
Epilog	365
PRIMERI IZ PRAKSE	366
EKOMANIJA - Imam moč, da spreminjam svet.	
Od besed k ekodejanjem	366
OBČINSKI REFERENDUM - Umestitev centra	
za ravnanje z odpadki v Kovorju	376
SANACIJA IN DOINSTALACIJA HE MOSTE	
- Vpliv komuniciranja na ugled podjetja	385
ENERGIJA SI - Kampanja za učinkovito rabo	
električne energije	397
5. SINERGIJA KOT VIZIJA OBLIKOVANJA PRIHODNOSTI	407
Razvoj odnosov	407
Vloga države in politike	409
Komunikacijsko-transformacijski model	
upravljanja in vodenja	411
Sinergija sodelovanja	414
Strategija za uresničevanje sinergije	416
Razvoj sinergijskih organizacij	418
Epilog	420
PREDSTAVITEV BLAGOVNIH ZNAMK INFORMA ECHO	421
RECENZIJE	422
Komuniciranje – poslanstvo za dobro sveta?	423
Eklektično zgrajen diamant	426

Sheme:

KAZALO SHEM 1 POGlavJE:

Shema 1 »Tehtnica evolucije življenja«	30
Shema 2 »Diamant komuniciranja«	42
Shema 3 »Reka komuniciranja«	43
Shema 4 »Komuniciranje kot združevanje procesov«	45
Shema 5 »Stopnice komuniciranja«	46
Shema 6 »Reka spoznanja in razumevanja«	
– Simbolika psihologije	53
Shema 7 »Reka umetnosti življenja « – Simbolika filozofije	54
Shema 8 »Reka ekonomije« – Simbolika ekonomije	58
Shema 9 »Stopnice razvoja takta«	66
Shema 10 »Trojni pomen besede narava«	67
Shema 11 »Valovi kot zavest psihe, razuma in življenja«	68
Shema 12 »Koraki vzpenjanja in spuščanja«	69

KAZALO SHEM 2. POGlavJE:

Shema 13 »Kakovost usklajenosti notranjih energij«	81
Shema 14 »Vodoravno in navpično usklajevanje notranjih energij«	83
Shema 15 »Drevo - simbol življenja«	86
Shema 16 »Pomen matematičnih simbolov »+« in »x«	87
Shema 17 »Življenjska pot«	90
Shema 18 »Hiša energij«	92
Shema 19 »Tehtnica uravnovešanja občutkov s čustvi«	99
Shema 20 »Energija zaupanja razmejuje čustva od občutkov«	103
Shema 21 »Povezovalna vloga uma«	113
Shema 22 »Hiša zavesti«	114
Shema 23 »Hiša duše«	118
Shema 24 »Razvoj osebnosti na osnovi doživetja čuta za etičnost«	122
Shema 25 »Uravnovešanje misli in čustev z rezultati uravnovešanja«	124
Shema 26 »Hiša vrednot«	125
Shema 27 »Hiša kapitalov« na osebni ravni	131
Shema 28 »Samopodoba«	134
Shema 29 »Vlak razvoja«	137

Shema 30 »Reka življenja, onesnažena z iluzijami, s predsodki in kompleksi«	139
Shema 31 »Trikotnik zavesti«	146
Shema 32 »Povezovanje različnih virov energij«	146
Shema 33 »Proces razlikovanja energij misli, čustev in občutkov«	147
Shema 34 »Proces usklajevanja pozitivnih energij misli in čustev zavesti«	147
Shema 35 »Vpliv usklajenih energij zavesti na podzavest«	148
Shema 36 »Kultiviranja energije nagonov«	150
Shema 37 »Potek procesa transformacije, kultiviranja in razvoja«	151
Shema 38 »Koncentrični krogi« besednega izražanja	156
Shema 39 »Elementi za oblikovanje osebne strategije in življenjske poti«	163
Shema 40 »Pot vzpostavljanja odnosov«	166
Shema 41 »Simbol notranjega povezovanja«	171
Shema 42 »Oblikovanje diamanta osebnosti«	172
Shema 43 »Pot in razvoj eko-logije zavesti«	173
Shema 44 »Vrednote, ki sooblikujejo smisel«	181
Shema 45 »Urnaganje pomena in namena oblikuje središče«	182
Shema 46 Simbolika »Notranjega svetlobnega stebra«	184
Shema 47 »Oblikovanje sistema inteligenc na osnovi simbolike številke 8«	188

KAZALO SHEM 3. POGlavJE

Shema 48 »Val delovne uspešnosti« - oblikovan odnos do dela	207
Shema 49 »Val delovne neuspešnosti« - neoblikovan odnos do dela	208
Shema 50 »Proces razvoja kompetentnosti«	212
Shema 51 »Val strategije osebnega razvoja sposobnosti«	215
Shema 52 »Viri profesionalnega razvoja«	216
Shema 53 »Perspektiva profesionalnega razvoja«	219
Shema 54 »Hiša kapitalov«, ki oblikujejo profesionalnost«	220
Shema 55 »Usklajevanje kot vloga menedžmenta«	223

Shema 56 »Učinkovito komuniciranje«	229
Shema 57 »Komunikacijska tehtnica«	233
Shema 58 »Hiša komunikacijskih vrednot«	236
Shema 59 »Notranja in zunanja komunikacija«	246
Shema 60 »Stopnice PR-analize«	247
Shema 61 »Štiri ravni uresničevanja komunikacijske strategije«	251
Shema 62 »Povezovalni in aktivni križ tvorita krog dinamične stabilnosti«	252
Shema 63 »Vzpostavljanje dinamične stabilnosti«	253
Shema 64 »Kriteriji in koraki metode »9K«	255
Shema 65 »Usklajevanje kriterijev«	256
Shema 66 »Sistem različnih mrež«	258
Shema 67 »Hiša lastnosti za učinkovito reševanje projektov ali težav«	259

KAZALO SHEM 4. POGlavJE

Shema 68 »Diamant skupnega središča«	293
Shema 69 »Hiša timskega sodelovanja«	295
Shema 70 »Hiša odnosov z javnostmi«	299
Shema 71 »Stopnice razvoja odnosov z javnostmi«	300
Shema 72 »Upravljanje in vodenje kot vloga menedžmenta«	305
Shema 73 »Hiša vrednot nove ekonomije«	307
Shema 74 »Stopnice razvoja ustvarjalnosti«	308
Shema 75 »Elementi komunikacijske strategije«	312
Shema 76 »Doseganje perspektive uspeha«	318
Shema 77 »Odnos med strategijami in cilji«	319
Shema 78 »Komunikacijsko-podjetniška tehtnica«	321
Shema 79 »Hiša poslovne uspešnosti«	326
Shema 80 »Hiša blagovno-storitvene znamke«	328
Shema 81 »Hiša vrednot integriranega komuniciranja«	346
Shema 82 »Odnos med osebnimi in menedžerskimi ravnmi«	349
Shema 83 »Hiša integriranja energijskih kapitalov«	351
Shema 84 »Integriranje ravni komuniciranja«	353
Shema 85 »Integriranje ravni družbe«	354
Shema 86 »Integriranje sprememb, kontinuitete in razvoja«	355
Shema 87 »Stopnice oblikovanja in razvijanja odnosov«	357
Shema 88 »Elementi procesa vizija-lizacije«	360

Shema 89 »Odražanje leve in desne možganske hemisfere«	362
Shema 90 »Model odnosov med udeleženci projekta«	371
Shema 91 »Ciljne skupine pri projektu Obnove HE Moste«	389

KAZALO SHEM 5. POGLAVJE

Shema 92 »Model križnega povezovanja«	408
---------------------------------------	-----

Slike:

KAZALO SLIK

Slika 1 Blagovno-storitvena znamka Informa Echo	51
Slika 2 Predstavitev razvojno-tehnoloških potencialov Slovenije na sejmu visokih tehnologij Technova v Gradcu 1992 v organizaciji agencije Informa Echo	201
Slika 3 Logotip Ekomanija	366
Slika 4 Knjižica Ekomanija	370
Slika 5 Primer tematskega sklopa v knjižici »Imam moč, da spreminjam svet. Od besed k ekodejanjem.«	374
Slika 6 Primer medijske objave	374
Slika 7 Predreferendumska zgibanka (sprednja stran)	376
Slika 8 Predreferendumska zgibanka (zadnja stran)	379
Slika 9 Priloga v lokalnem glasilu »Tržičan« (prva stran)	381
Slika 10 Prikaz postopka, od ločevanja odpadkov do zapiranja odlagališča, v stripu	383
Slika 11 Primera medijskih objav	383
Slika 12 Logotip »Modro sožitje«	385
Slika 13 Logotip kampanje »Energija si«	397
Slika 14 Oglas kampanje »Energija si«	400
Slika 15 Logotip blagovno-storitvene znamke »Sinergija«	421
Slika 16 Logotip blagovno-storitvene znamke »9K«	421