

**POZOR! Ta e-mesečnik je nevaren! Lahko vam spremeni življenje,
zato dobro premislite, predno boste nadaljevali z branjem!**

UVODNA MISEL E-MESEČNIKA

Avtor članka: [Roy Goreya](#)

VSI SMO ENO - 2. del

V prejšnji številki e-mesečnika smo govorili o tem, da smo vsi eno. Tokrat bomo nadaljevali, čeprav se bo morda nekaterim zdelo, da v drugi smeri. Govoril bom o ljubezni in njenem izražanju. Kaj sploh je ljubezen? Ali res poznamo več vrst ljubezni? Kako izrazimo ljubezen?

Kot že vemo, je ljubezen najmočnejša vibracija v vesolju, toda veliko ljudi se tega ne zaveda ali pa se preprosto noče zavedati. Če bi več ljudi izražalo ne samo ljubezen do drugih, temveč tudi do sebe, bi bil danes svet prav gotovo drugačen, bolj harmoničen, bolj ljubeč in veliko prijaznejši.

Ljubezen velikokrat ločujemo in tako govorimo o prijateljski ljubezni, partnerski ljubezni, starševski ljubezni, ljubezni do sebe, ljubezni do drugih ... Še in še bi lahko našteval, kako zelo smo ljubezen popredalčkali in ločili. Toda ljubezen je vedno bila in vedno bo – SAMO ENA! Ni razlike med ljubeznijo, ki jo namenimo partnerju, in ljubeznijo, ki jo imamo do prijateljev ali staršev, saj gre pri 'vseh' ljubeznih za eno in isto vibracijo.

Ravno zaradi tega ločevanja na 'različne' ljubezni prihaja do nesporazumov, ko nam nekdo prizna ljubezen. Ljubezen in spolnost nista isto, da se razumemo ... Seksamo lahko tudi, če v nekoga nismo zaljubljeni, in na ta način le zadovoljimo svojo potrebo po seksu. Seveda pa v tem primeru seksamo le iz prve čakre in ne dovolimo, da se energija prenese tudi v višje čakre (npr. v 4. čakro, čakro srca). Da ne zaidemo stran od teme, predlagam, da kaj več o čakrah povemo še kdaj drugič.

Nekdo nam je torej priznal, da nam je všeč, da čuti naklonjenost do nas. A ni to čudovito? Od nekoga smo dobili ljubezen – najmogočnejšo vibracijo v vesolju. Pričakovali bi, da bomo zato skakali od veselja ter da bomo v devetih nebesih od zaljubljenosti. Ampak pri tem je majhna malenkost ...

Človek, ki nam je priznal ljubezen, nam ni všeč, do njega ne čutimo zaljubljenosti, nas spolno ne privlači, skratka, radi ga imamo, toda le kot prijatelja oz. prijateljico, ne bi pa se z njim želeli spuščati v intimno zvezo.

In kaj v tistem trenutku storimo? To, kar je v popolnem nasprotju z vesoljem in prepričanjem, da smo vsi eno. Temu človeku se izogibamo, z njim se nočemo več pogovarjati po telefonu, tudi e-pošte mu ne pošljemo več in celo srečati ga ne želimo več. Nekako ne premoremo poguma, da bi tega človeka pogledali v oči in mu prijazno dejali, da nam je v njegovi družbi sicer zelo prijetno, da ga spoštujemo kot prijatelja, da pa naj na žalost ne pričakuje intimne zveze, ker mi čutimo malo drugače. Ali je to tako težko storiti?

Zanimivo ... nekdo nam prizna ljubezen ter nam pošlje najvišjo vibracijo v vesolju, mi pa se tako otročje obnašamo in mu ne privoščimo niti prijazne in iskrene besede. Nekoč, ko se bomo mi za nekoga srčno ogreli, on(a) pa ne bo gojil(a) enakih čustev, pa se bomo spraševali, zakaj le je ta oseba tako kruta do nas. In potem bomo govorili vsem prijateljem in prijateljicam, kako grd je ta človek, pa tako zelo si želimo biti z njim, ga imeti radi, ga ljubiti, spoštovati ...

Toda veselje je pravično in v tem primeru smo dobili nazaj ravno to, kar smo nekoč dali nekemu drugemu. Življenje je kot odmev. Kar zavpiješ, to dobiš nazaj, zato se spleča dobro

premisлити, kaj bomo naslednjič storili in kakšno misel bomo poslali v vesolje, ko se nam bo spet zgodilo kaj podobnega. Izbira je vedno naša, vesolje pa nas bo obilno nagradilo, kajti VSI SMO ENO in VSE JE LJUBEZEN.

MEDOSEBNI ODNOSI IN LJUBEZEN

Vse kar moramo vedeti o komunikaciji, odnosih in ljubezni.

Avtorica članka: Barbara Kovač

MASKE

Danes bomo nekaj besed rekli o maskah, ampak ne o pustnih, temveč takšnih, ki si jih ljudje 'nadenejo', ko se želijo prikazati drugačni, kot so v resnici. Te maske uporablja človek vsak dan, ne le enkrat na leto.

Prejšnji mesec smo govorili, da je poleg besedne pomembna tudi telesna govorica. Vsebina misli in odzivi telesa so med seboj močno povezani. Odziv telesa na izgovorjene besede je težko prikriti. Lažnivci s telesnimi kretnjami (dotik nosu, roka pred usta ...) pogosto nezavedno pokažejo, da ne govorijo resnice. Sogovornika lahko zmedemo tudi, če podajamo t. i. dvojna sporočila (npr. nasmeh na obrazu, čeprav se počutimo grozno).

Zakaj dvojna sporočila in skrivanje čustev? Že kot otroci smo dobili lekcijo od staršev, da se nekaterih čustev ne izraža, so prepovedana. Zato smo jih začeli skrivati, si naredili t. i. masko in igrali vlogo, ki so nam jo določili drugi. Vedno sicer igramo neko družbeno določeno vlogo, ker vsak želi predstaviti svoje kvalitete, da bi imel čim boljše pozicijo v družbi. Samo včasih je skrivanja za maskami preveč.

Maske uporabljamo tudi, da preslepimo druge in dobimo, kar si želimo. Dr. Hollander pravi, da predvsem moški težko najdejo stik s svojimi čustvi, strah jih je intimnosti, želijo imeti vse pod nadzorom, zato lažejo, prikrivajo in se izmikajo, ker z resnico ne bi dobili od žensk, kar si od njih želijo. Tu je govora o tistih moških, ki žensko prepričajo, da imajo iste interese (resna zveza), čeprav v resnici ne znajo zadovoljiti njenih najglobljih čustvenih potreb.

Vsi pa seveda kdaj igramo igro 'hard to get', da bi bili bolj zanimivi za nasprotni spol. Samo v takih primerih sta oba 'igralca' na koncu zadovoljna in ni večje prizadetosti, ker oba vesta, za kaj se gre.

Kalifornijski psihiater E. Berne (1964) je razvil posebno teorijo o igranju vlog (transakcijska analiza). Človek vedno igra ali vlogo otroka ali starša ali učitelja. Sedaj je neogljen in nemočen kakor otrok, drugič pokroviteljski kakor starš, tretjič pa moder in razgledan kakor učitelj.

Berne (1964) opozarja na pomen igre v zakonu, s čimer ohranjamo ravnotežje v odnosih. Če eden to opusti, je lahko za drugega izredno obremenilno, čeprav je kdaj pa kdaj opustitev igre koristna. Primer ene take igre bi bil, da se žena dela nemočno in jo mož potem rešuje ter skrbi zanjo. Mož se tako počuti kot pravi moški, druga plat tega pa je, da ga žena tako priveže nase, da se jo boji zapustiti. Kdo ima v tem primeru niti v rokah? V bistvu omejujeta drug drugega. Pomembna je prava mera, ki jo je treba sprotno odkrivati, kar predstavlja neke vrste ustvarjalno umetnost.

Resnica je posebno v intimnih razmerjih sicer zaželeno, vendar pa bi popolna resnicoljubnost lahko tudi škodila. Sami moramo presoditi, kdaj je kaj bolje zamolčati, da ne prizadenemo drugega po nepotrebnem. Vendar naj tega ne uporabimo za svoje bolj sebične razloge, npr. varanje. Včasih nastanejo take nasprotujoče si izjave: "Rad imam svojo ženo, zato ji ne povem, da jo varam, ker bi jo prizadelo." Morda bi kdo ugovarjal tej kontradiktornosti, ampak o tem naj vsak presodi sam.

USPEŠNA PRODAJA

Nasveti za vse, ki (se) želijo uspešno tržiti.

Avtor članka: Roy Goreya

PLAČEVANJE RAČUNOV ALI KAKO ČUDEŽNO DELUJE ZAKON AKCIJE IN REAKCIJE

Računi so že od nekdaj naše veliko breme in nadloga, bodisi v zasebnem ali v poslovnem življenju. Nekako odlašamo in odlašamo s plačili računov, kolikor se le da. Če je morda med bralci tega članka kdo, ki redno in brez jeze plačuje svoje račune, mu lahko samo čestitam. Danes bomo torej govorili o plačevanju računov in kako si lahko pri tem pomagamo z zakonom akcije in reakcije. Morda se bo kdo vprašal, kakšno zvezo ima plačevanje računov z uspešno prodajo. O, pa jo ima in to še zelo veliko. Ne verjamete? Ste morda še skeptični? Preberite si članek do konca in boste videli, da to, kar vam govorim, ni iz trte zvito.

Spominjam se, da se je v nekem podjetju, kjer sem bil zaposlen, direktor hudoval nad neplačniki. Govoril je, kako zelo slabi plačniki so njihove stranke in da morajo vedno izterjevati zapadle obveznosti, kar jim povzroča nove stroške. Takrat direktorja sicer nisem neposredno vprašal, kako kaj v svojem podjetju poravnava zapadle obveznosti, a že iz informacij, ki sem jih dobil, mi je bilo več kot jasno, kako stvar stoji. Po vsej verjetnosti tudi v tem mojem nekdanjem podjetju niso redno plačevali svojih računov.

Če se bo kdo, ki ga poznate, kdajkoli razburjal nad neplačniki računov, ga vprašajte, kako kaj on plačuje svoje račune. Vedno se bo izkazalo, da tudi v tem podjetju niso ravno redni plačniki. V veselju velja zakon akcije in reakcije, ki pravi, da je potrebno najprej nekaj dati, če želimo nekaj prejeti. Izdatek je v tem primeru akcija, prejemek pa reakcija. Poznam ljudi, ki imajo veliko računov in jih redno plačujejo, in verjeli ali ne, tudi njihove stranke jim v roku ali celo predčasno plačujejo račune. Zelo podobno se je v zadnjih dveh mesecih zgodilo tudi v mojem podjetju. Ugotovil sem, da če so vsi moji računi poravnani, tudi precej bolj redno dobivam plačila od drugih.

Karkoli že počnemo, pa naj si bo to doma ali v podjetju, s tem, ko pomagamo drugim, v bistvu pomagamo samim sebi. To, kar želimo drugim, želimo samim sebi. Skrivnost uspešnega poslovanja se skriva v dejstvu, da je v vseh jezikih denar tok, 'currency'. Če preveč energije zadržujemo pri sebi (beri: ne plačujemo računov in jih zadržujemo), prekinemo vesoljni tok energije in si delamo veliko poslovno škodo. S tem, ko redno plačujemo račune, in ne samo to, s tem, ko se veselimo vsakega računa, ki ga dobimo, in smo zanj hvaležni in ga tudi s hvaležnostjo plačamo, se nam odpre obilje.

Kaj to pomeni? Če smo nekemu pravočasno in s hvaležnostjo plačali račun, ki nam ga je poslal, se bo recimo zgodilo, da bomo v svoje življenje privabili še več denarja. Čeprav pa je tudi res, da denar ne bo prišel z iste strani, kot pričakujemo mi sami, temveč iz povsem drugega vira in v drugi obliki. Dobili bomo npr. nov dobičkonosen posel, k nam bo prišlo še več strank, stranke nas bodo z veseljem priporočale še drugim, nekje bomo spoznali nekoga, s katerim bo mogoče poslovno sodelovanje, ki si ga že dolgo časa želimo, ipd.

Če hočemo ali če nočemo, eden temeljnih zakonov v vesolju je zakon akcije in reakcije, ali kot ga tudi drugače imenujemo – zakon setve in žetve. Najprej je potrebna določena akcija, če želimo, da sledi reakcija, ali bolj po domače povedano, najprej je potrebno posejati, če želimo požeti. Sejmo obilno in želi bomo obilno. Sejmo malo in dobili bomo malo.

Pri naših poslih se vedno vprašajmo, kako bi lahko stranki (kupcu) dali še nekaj več, neko dodatno vrednost, po kateri si nas bo za vedno zapomnil. Ni potrebno, da je to izraženo ravno v denarju (popust, rabat), temveč je to lahko zgolj prijaznost, pošteno poslovanje, nasmeh, zaupanje, izpolnjevanje obveznosti, hitro reševanje reklamacij. Obstaja 1001 način, kako lahko stranka odide od nas zadovoljna.

In za konec ... Kako je kaj z vašimi strankami? Odhajajo od vas zadovoljne in srečne? Se vračajo k vam in vas priporočajo poslovnim partnerjem? Odgovorite si na ta vprašanja in izvedeli boste, kakšno je vaše poslovanje. Stanje na transakcijskem računu pa se bo samo izboljšalo in to v trenutku, ko bomo začeli v naše poslovanje vnašati filozofijo – Kaj lahko storim, da mu bom najbolj pomagal? Kot smo že prej dejali – pomagajmo drugemu in pomagali bomo sebi. Naj vas spremlja obilje!

P. S.: Če želite izvedeti več o tem, kako čudežno deluje zakon akcije in reakcije ter kako narediti iz življenja uspešnico, se udeležite motivacijske delavnice **ISKANJE ŽIVLJENJSKEGA DIAMANTA**.

MEHKO VODENJE
Ravnaj MEHKO in doživel boš USPEH!
Ravnaj TRDO in doživel boš NEUSPEH!
Avtor članka: Boris Peršak

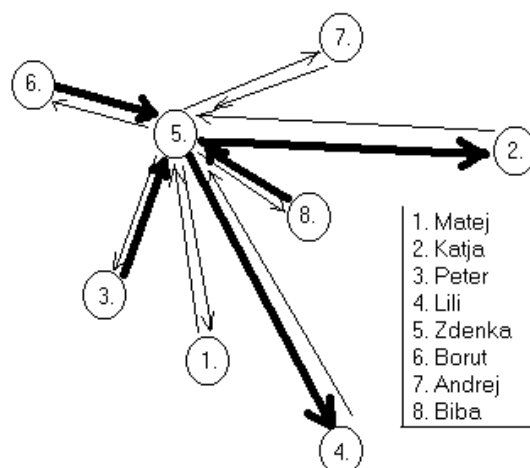
Ekskluzivno za bralce e-mesečnika KORAKI DO USPEHA!

V prejšnjem članku smo obdelali orodje STATUSNI DIAGRAM, ki nas pozicionira v skupini, nadaljujem pa z opisom naslednjega pomembnega orodja.

SOCIOGRAM

Izjemno prepleten s statusnim diagramom! Seznan nas s formalnimi (službenimi, poklicnimi, sorodstvenimi ipd.) in neformalnimi (simpatičnost, naklonjenost, jeza, sovraštvo ipd.) vezmi med posamezniki. Razkrivanje prekinjenih komunikacijskih kanalov, skrhanih odnosov, funkcionalnih blokad itn.

Pred izdelavo osnovnega sociograma priporočam izdelavo statusnega diagrama, ker si na ta način pridobimo veliko osnovnih informacij za lažje sklepanje o socialnih vezeh v skupini. Najpreprostejša oblika ugotavljanja vezi v skupini je skozi anti-/simpatičnost med posamezniki.



Ta sistem je časovno obsežen, vendar nam lahko da pomembne odgovore: primerjamo vsakega posameznika z vsemi in zapišemo emocionalne vezi, ki te posameznike vežejo ali odbijajo od vsakega posameznega člana skupine. Skozi takšne povezave lahko ugotovimo, da se dva sicer ne razumeta najbolje, vendar pa izkazujeta simpatijo ali antipatijo do iste osebe.

Poglejmo izmišljeni osnovni **SOCIOGRAM** za primer skupine osmih ljudi, analiza je narejena za eno osebo. Analiza in skica sta na naslednji strani. Osnova je po spolu enakomerno porazdeljena skupina, ki se srečuje vsak dan (kot primer lahko vzamemo tako delovno kot katerokoli drugo družbeno okolje: študentski dom, lokal, delavnico, šolske prostore ipd.). V tem primeru nas je najprej zanimal osnovni emocionalni položaj osebe ZDENKA v skupini.

Za lažje razumevanje sem primer poenostavil na čisti SIMPATIJO in ANTIPATIJO, v realnem življenju pa se srečujemo z odtenci obeh. Ob diagramu lahko izdelamo tabelo odnosnega položaja ZDENKE v skupini: s kom se razume in s kom si ni najboljša. Tako lahko tvorimo delovne naloge ali organiziramo druženje članov skupine med seboj. ZDENKA je v težavah: Kaže simpatijo do Katje in Lili, ki pa ji tega ne vračata. Borut, Peter in Biba so ji naklonjeni, vendar ona njim ni.

Z nadaljnjim opazovanjem tega diagrama pridemo do ugotovitve, kdo so osebe, ki imajo skupen emocionalni status v odnosu do ZDENKE: antipatija do ZDENKE povezuje Mateja, Katjo, Lili in Andreja; simpatija povezuje Petra, Boruta in Bibo.

Takoj ko vključimo opazovanje naslednjega posameznika v odnosu do ostalih članov skupine in to prepletamo s sociogramom ZDENKE, se opazovanje na eni strani poglobi, sočasno pa postane bolj kompleksno. Če dodamo obema skrajnima emocionalnima elementoma še nianse, se vse skupaj prestavi na še težje sledljivi nivo.

Že sam sociogram za eno osebo je zelo zapleten, če uporabimo sedemstopenjski sistem emocionalnih odnosov, za spremljanje prepletenih sociogramov vseh članov skupine pa se vse skupaj zaplete do stopnje, ko »ročno« spremljanje ni več mogoče – tukaj nastopi sodobna strojna in programska računalniška oprema.

Za primer pa pogledjmo še druge vidike sklepanja o socialnem položaju posameznika v skupini: ko združimo formalne in neformalne preglednice, moramo začeti uporabljati sloje – enostaven ročni način je s pomočjo prosojnic z vrisanimi posameznimi preglednicami za posamezno osebo, ki jih polagamo eno nad drugo. Takšen ročni način je smiselen pri majhnem številu oseb in majhnem številu opazovanih odnosov.

Rezultate lahko iščemo na dva načina: 1) v ospredje postavimo posameznika in odnos članov skupine do njega, dodajamo sociograme nižjih nivojev (formalni, neformalni odnosi) in gradimo celoviti sociogram posameznika; 2) v ospredje postavimo en odnos in ga preverjamo na celi skupini.

Osnovna lestvica emocionalnih odnosov:

- 1.Simpatija
- 2.Prijateljstvo
- 3.Družabni stik
- 4.Strpno sobivanje
- 5.Bežni stiki
- 6.Ignoranca
- 7.Antipatija

V naslednjem članku bom obdelal področje vira informacij, ki jih moramo imeti, če želimo voditi skupino.

IDEJAMOŽ Boris Peršak, podjetniški in računalniški svetovalec, detektiv, oblikovalec
<http://www.soft-manager.com>
boris@persak.com

POSTANITE BOGATI
Znanstveni pristopi k bogatenju
Avtor članka: Boris Peršak

JE PRILOŽNOST MONOPOLIZIRANA?

NIHČE NI REVEN ZATO, KER SO DRUGI LJUDJE MONOPOLIZIRALI PREMOŽNOST in okoli postavili ograjo. Lahko ti odrežejo možnost vključitve v posel v nekaterih linijah, vendar so drugi kanali odprti zate.

V različnih obdobjih se tok priložnosti usmerja v različnih smereh, glede na celovite potrebe in posamezno fazo družbene evolucije, ki je bila dosežena. Tam je obilje priložnosti za osebo, ki bo šla s tokom, namesto da bi plavala proti njemu.

Tako tudi delavci, tako kot posamezniki kot razred, niso prikrajšani za priložnosti. Delavci niso 'zatirani' s strani svojih delodajalcev; niso 'pritisnjeni k tlom' s strani koncernov in velikih

poslov. Kot razred so tam, kjer so, zato ker ne počnejo stvari na določen način.

Delavski razred lahko postane delodajalski razred, če začnejo počenjati stvari na določen način. Zakon obilja je enak za njih kot za vse druge. Tega se morajo zavedati, sicer bodo ostali tam, kjer so, dokler bodo počeli stvari na način, kakor jih počnejo. Posamezen delavec pa, kakorkoli, ni potlačen z ignoranco celega razreda do teh zakonov; on lahko sledi toku priložnosti do bogastva in ta knjiga mu bo pokazala, kako.

Nikogar ne zadržuje v siromaštvu pomanjkanje zaloge bogastva; več kot dovolj ga je za vse. Palača, velika kot Kapitol v Washingtonu, bi lahko bila zgrajena za vsako družino na Zemlji samo iz gradbenega materiala v ZDA in z intenzivnim kultiviranjem bi ta dežela lahko proizvedla dovolj volne, bombaža, lana in svile, da bi lahko vsakega posameznika na Zemlji oblekli boljše, kot je bil opravljen kralj Salomon v vsej svoji slavi, skupaj z dovolj hrane, da bi lahko vse razkošno nahranili.

Vidna zaloga je praktično neizčrpna, nevidna zaloga pa dejansko je neizčrpna. *Vse, kar vidiš na svetu, je narejeno iz ene izvorne snovi, iz katere izhajajo vse stvari.* Nove oblike ves čas nastajajo in stare izginjajo, toda vse oblike so iz domnevno ene stvari.

Ne obstaja zgornja meja zaloge brezoblične stvari ali izvorne snovi. Iz nje je veselje, toda pri nastajanju veselja ni bila vsa porabljena. Prostori v, skozi in med oblikami vidnega veselja so prežeti in izpolnjeni z izvorno snovjo, z brezoblično stvarjo – s surovim materialom vseh stvari. Desettisočkrat toliko, kot je že bilo narejeno, je še lahko narejeno in tudi takrat še ne bi izčrpali zaloge univerzalnega surovega materiala.

Nihče torej ni reven, zato ker bi bila narava revna ali zato, ker ne bi bilo dovolj materiala. Narava je neizčrpna zakladnica bogastva; zalog ne bo nikoli zmanjkalo. Izvorna snov je oživiljena s kreativno energijo in ves čas proizvaja nove oblike. Ko je zaloga gradbenega materiala izčrpana, ga je več proizvedenega. Ko se izčrpa prst, tako da hrana in materiali za oblačila na njej ne rastejo več, bo obnovljena ali pa se bo proizvedlo še več prsti.

Ko bo vse zlato in srebro izkopano iz zemlje, pa če bo človeštvo še vedno na takšni stopnji družbenega razvoja, da bo potrebovalo zlato in srebro, ga bo še več proizvedenega iz brezoblične stvari. Brezoblična tvar se odziva na potrebe človeštva; ne bo dovolila, da bi svet bil brez katerekoli dobre stvari.

To velja za človeka kolektivno. Rasa kot celota je vedno obilno bogata, in če so posamezniki revni, je to zato, ker ne sledijo določenemu načinu počenjanja stvari, ki posameznika naredijo bogatega. Brezoblična tvarina je inteligentna, je tvarina, ki misli. Živa je in je vedno naravnana k več življenja.

Naraven in prirojen impulz sili življenje, da bi še bolj živelo; to je narava inteligence, da se želi razširiti, in zavesti, ki išče možnosti za širitev meja in iskanje polnejšega izraza. Vesolje oblik je bilo ustvarjeno iz brezoblične žive snovi, ki se je prelila v oblike, z namenom, da bi se bolj polno izrazila.

Vesolje je prekrasna živa navzočnost, ki se nenehno sama po sebi giblje proti več življenja in bolj polnemu delovanju. Narava je oblikovana za napredek življenja in njen gonilni motiv je porast življenja. Zaradi tega je vse, kar morda lahko prispeva k življenju, obilno zagotovljeno. Pomanjkanja ne more biti, razen če bi Bog nasprotoval samemu sebi in izničil svoje lastno delo.

Reven nisi zaradi pomanjkanja zalog bogastva. To je dejstvo, ki ga bom razodel malo naprej, da so zaloge brezoblične stvari na voljo moškemu ali ženski, ki bosta delovala na določen način.

V naslednjem članku bom predstavil prvo načelo znanstvenega pristopa k pridobivanju bogastva.

IDEJAMOŽ Boris Peršak, podjetniški in računalniški svetovalec, detektiv, oblikovalec
Prevod knjige Science of Getting Rich
<http://www.persak.com>
boris@persak.com

Z DOBRO KONDICIJO DO ZDRAVJA **Kaj lahko sami storimo za svoje zdravje?**

Avtor članka: Marjan Račnik

VPLIV SPREMENB V PREHRANJEVANJU NA MEDSEBOJNE ODNOSE

Kje smo ostali zadnjič? Aha, pri domači nalogi, pri kateri sem predlagal razmišljanje o tem, s čim bi nadomestili osebno nagrajevanje v obliki hrane. Če je kdo razmišljal o tem, mu čestitam. Zakaj? Ker v vsakdanjem življenju običajno nimamo časa ali pa ne želimo razmišljati o čem takem. Ko pa se tako prijetno počutimo ob mizi, na kateri se nahajajo razne dobrote. Mmmmm. Na zabavi ob rojstnem dnevu so okoli nas prijatelji, na mizi je torta, pred torto se postreže še s čim drugim. Nekateri otroci se tako veselijo svoje zabave ob rojstnem dnevu v McDonaldsu ... So prišli njihovi sošolci na zabavo zaradi slavljenca ali zaradi hrane in dobrot, ki jih bodo deležni? Verjetno zaradi obojega.

Kaj, ko bi poskusili kdaj kaj drugačnega. Bi si upali tvegati in pri istih stroških organizirati kaj drugega? Bi šokirali prijatelje svojih otrok in jih namesto v McDonalds zapeljali v lutkovno gledališče, v kino, na izlet, ki bi bil primeren zanje ... skratka, pripravite jim nekaj, s čimer jim bo dogodek ostal v spominu. Seveda to pomeni več ukvarjanja z njimi, čas pa je nekaj, kar nam venomer uhaja. Poleg tega v McDonaldsu njihovo osebje poskrbi zanje. Enostavno jih zapeljete tja in jih zaupate v varstvo, vi pa imate tisto uro čas za kaj drugega.

Je otrok vreden le tistega hamburgerja in kokakole, ki ju bo zaužil v družbi svojih prijateljev, ali še česa drugega? Iz rojstnega dneva se delajo takšni ceremoniali, kot da gre za nekaj tako posebnega. Vsak dan je nekaj posebnega in vsak dan smo vredni tega, da je na nek način prazničen. Obdarovanje podpiram. Vendar s čim? Stvar izbire.

Ljudje imamo možnost in pravico do izbire. Kaj s tem, da nagrajevanje s hrano nadomestimo, sploh lahko dosežemo? Precej oziroma mnogo. Najbolj bistveno je, da v svoji zavesti ločimo hrano in čustvena stanja na dva popolnoma ločena dela. S tem se približamo osnovnemu namenu prehranjevanja - jesti le takrat, ko smo lačni, in tisto, kar je jasno, da telo res potrebuje. To pa je naravna nepredelana hrana.

Ali jeste takrat, ko ste lačni, ali takrat, ko je čas za obrok? V tem trenutku sem se spomnil na nek izrek, ki pravi: "Človek ni nikoli tako lačen, da ne bi mogel še malo počakati, in nikoli tako sit, da ne bi mogel še kaj pojesti." Tisti del o čakanju podpiram, drugi del o zaužitju hrane kljub sitosti pa ne. Zaužitje preveč odmerjenega obroka je popolnoma neumno početje. Če čutim, da imam dovolj, je logično, da neham. Kar presega potrebe telesa, je itak vrženo stran. Bolje je, da je to zavrženo neposredno in ne na način, da gre skozi naša prebavila, kjer povzroča še druga neželena stanja.

Če jemo naravno hrano ali pa večinoma slednjo, je prenašanje skorajda nemogoče. Težko se je daleč prekomerno najesti jabolka, banan, pomaranč, solat, oreškov itd. Pri takšnem prehranjevanju tudi ni problema glede količine. Ali pojem enega, dva, tri, štiri sadeže ... nobenega problema glede preostanka ni. Če si kupim pet jabolka in pojem dve, ostale tri počakajo ne samo en dan, temveč tudi cel mesec, če tako nanese. Zelo praktično.

Najbolje je torej jesti le takrat, ko smo lačni. To pomeni, da izpustimo nek obrok, če nismo lačni, oziroma vsaj nekaj zaužijemo, če nas zagrabi želja po hrani. Ne glede na to, ali je čas za obrok ali ne. Ljudje kar vse poskušamo spraviti v neke normative, obrede, v točno določena zaporedja, v pravo razmerje zaužitih snovi v posameznem obroku. Telo, ta naš univerzalni mehanizem, v katerem prebiva naša duša, vedno zahteva tisto, kar potrebuje. Seveda je za to potrebna zadostna mera čustvene uravnovešenosti, odgovornosti do sebe in poznavanje svojih resničnih potreb in želja. Če me zagrabi zjutraj ob 7.00 ali 8.00 uri želja, da bi pojedel banano,

to tudi storim, po drugi strani pa sem brez hrane tja do opoldneva ali še čez, ker ni želje, da bi jedel. Preprosto.

Seveda je to skregano z logiko točnega ritma hranjenja, ki pravi: ob 7.00 uri zajtrk, ob 10.00 uri malica, ob 16.00 uri pozno kosilo (za večino je to tisti čas, ko je slednje sploh mogoče), ob 19.00 večerja, ker je takrat pač čas za kaj takšnega. Majhni otroci imajo po moji oceni še dokaj dobro razvito nagonsko sposobnost odločanja za uživanje hrane, ki pa jo odrasli vztrajno krotimo in spravljamo v naše utečene termine. Da se razumemo, ne podpiram tega, da se otrok pri rednem obroku izogiba hrani, pol ure kasneje pa že išče čokolado, kolače, slaščice, čips, da ne naštevam dalje.

Skratka, če se otrok izogiba običajni hrani in jo nadomešča s hrano, za katero zanesljivo velja, da sodi v skupino živil z znakom 'zdravju neprijazno', se moramo vprašati, kaj je do tega privedlo. Gotovo gre tudi za privzgojen odnos do vsega, kar uživamo. Odrasli z nagrajevanjem otrok s slaščicami in ostalimi dopolnilnimi prehrabnenimi artikli pri njih vzgajamo napačen odnos do hrane. Predvsem z darili.

Ko sem spremenil odnos do hrane, sem mojima dvema nečakinjama, ki sem jima krstni boter, pričel prinašati darila, ki spadajo po moji lestvici vrednot med sprejemljiva; sadje, igrače, povabim ju kdaj v kino, na kakšen enodnevni ali nekajurni izlet ..., na splošno pa se mnogo pogovarjam z njima. Navdušen sem, ko mi povesta kaj o sebi, o šoli, o prijateljih ... Vzamem si čas in to jima je najbolj všeč. Kadarkoli se oglasim pri njih, se jima posvetim z vso resnostjo ali vsaj toliko, da mi lahko kaj pokažeta, povesta in da začutita moje iskreno zanimanje zanj. Večinoma pridem brez česar koli in vedno se me razveselita.

Živijo na podeželju, in ko opazita, da se peljem k njihovi hiši, pritečeta na prostor, kjer ustavim avtomobil. Ne glede na to, kdo je v tistem trenutku prisoten, najprej namenim navdušen pozdrav njima, ju objamem ... to je moje darilo. Tudi z otroki, ki jih kot planinski vodnik vodim na izlete v okviru planinske šole, se pogovarjam in ukvarjam na način, da začutijo, koliko mi pomenijo kot skupina in kot posamezniki. Naj poudarim, da jim ne predavam o prehrani. Kvečjemu kdaj kakšnega pohvalim, če ima s sabo namesto sladkarij tudi sadje, to pa je vse.

Ljudje smo čustvena bitja. Ne glede na našo izobrazbo, zaposlitveni status, starost ... Skozi vse življenje se večinoma odzivamo na način, ki smo ga v preteklosti vzeli za svojega. Tako nekateri menijo, da "takšen pač sem" ali pa "nikoli se ne bom spremenil". Za navade pri prehranjevanju to velja še toliko bolj. Izredno lahko in preprosto je pridobiti neustrezne vzorce hranjenja in se odločati za hitro hrano, ker je to izredno preprosto, poleg tega pa takšna hrana vsebuje izredno zanimive in za naša čutila vabljive substance. Precejšen vpliv na te navade imajo tudi reklamni vplivi na našo podzavest in seveda obnašanje sovrstnikov.

Ogromne količine reklamnih sporočil povzročijo v podzavesti odraščajočih otrok, da je takšno prehranjevanje 'IN'. Kaj naj storim, da bom enak sovrstnikom? Če že ne drugega, uživam isto hrano kot oni. Ljudje počnemo vse stvari z namenom, da bi bili srečni. Kaj nas bolj osrečuje kot pa stik z osebo, s katero imava nekaj skupnega? Malokaj. Zato pa je kadilec najraje v družbi s kadilcem, alkoholik z alkoholikom, ljubitelji motociklov z ljubitelji motociklov ... vsi pa smo radi skupaj z ljudmi, ki jim je všeč enaka slaščica, pica ... karkoli od hrane.

Spremembe na področju prehranjevanja povzročijo mnogo drugih sprememb, ki jih pri tovrstnih nasvetih v knjigah običajno sploh ne omenjajo. Zdi se mi nujno, da se najprej pogovorimo o tem. Zakaj? Ker boste le na ta način razumeli, kaj se z vami dogaja in kako bo vaše spremembe sprejela okolica. Naj vas opomnim, da tisti, ki vas poznajo, niso posebej navdušeni, ko izvedo za vaše namere. Navzven se bojijo za vas, v resnici pa se bojijo za sebe. Najbolj se bojijo tega, da tisti stični element, ki vas povezuje, izginja s seznama vaših vrednot.

To pomeni, da jih boste zapustili, če ni v medsebojnem odnosu še kakšnega drugega kvalitetnega motiva za druženje. Če vaju je družil motiv uživanja ob hrani, je prav, da si za vsako osebo, s katero greste na kavo, pico, malico, pijačo ... ozavestite kakšno vrednoto, ki pri tej osebi obstaja in plemeniti vajino komunikacijo. To pričnite pri osebi, s katero se družite,

tudi poudarjati. S tem bo vaša sprememba bolj sprejemljiva za okolje, poleg tega pa boste ohranili svoje socialne stike. Vsaka sprememba povzroča nek stres in ta je v primeru, da se zanemarijo socialni stiki, še hujši.

Zavedajte se, da potrebujete prijatelje. Seveda tiste prave, ki vas imajo res radi. Sedaj, ko drugim osebam ne boste več dajali potrditev, da je njihova izbira glede hrane in pijače navdušujoča tudi za vas, boste pri njih vzbujali občutke krivde. S tem, ko postanete drugačni, postanete zelo moteči. Sploh dokler se vas ljudje ne navadijo. Dajte jim takoj vedeti, da jih cenite kot ljudi. Prosite jih, naj vam pomagajo pri izboljšanju vaših navad. Pomirite jih z izjavo, da želite narediti preizkus, s katerim boste preizkusili le sebe.

Ko se bodo pokazali pozitivni učinki sprememb, bodite tako prijazni in druge ljudi pustite pri miru, čeprav vas bo mikalo, da bi jih ozaveščali. Naj bo vaš boljši izgled, počutje in radost nad življenjem tisti element, po katerem se bodo radi zgledovali. Ljudi najlažje spreminjamo z vzorom, razumevanjem in ljubeznijo.

Domača naloga bo stalnica v mojih prispevkih. Tokrat razmislite, kako bo izgledala vsebina vaših odnosov z ljudmi, s katerimi se družite, potem ko boste spremenili odnos do hrane in uvedli spremembe v svoje življenje? Kaj vas poleg kave, cigaret, pijače, hrane ... še družijo z neko osebo? Ali obstaja pri njej kakšna kvalitetna lastnost, zaradi katere je druženje koristno za vajin razvoj?

marjan.racnik@siol.net

JAVNO NASTOPANJE IN RETORIKA

Kaj lahko sami storimo, da ostane strah pred javnimi nastopi zgolj spomin?

Avtor članka: Boštjan Grošelj

ZDRAVILNA MOČ BESED

Besede so čarobno orodje. Lahko jih uporabljamo za izražanje vsakršnih občutkov. Z njimi lahko gradimo ali rušimo, sklepamo prijateljstva ali netimo spore. Z njimi povezujemo ali ločujemo, zdravimo ali teptamo sebe in soljudi. Veliko bolj zdravi in srečni bi bili, če bi se naučili zdraviti z besedami. Kako zdraviti? Zdraviti z ljubeznivimi, sočutnimi, usmerjeno in harmonično uporabljenimi besedami.

Prva stvar je uporaba pozitivnih besed, besednih zvez in stavkov. Za pojasnilo si pogledjmo primer. Srečata se dva znanca. Prvi vpraša: "Kako si kaj?" Drugi odgovori: "Še kar." Prvi nadaljuje: "Danes je čudovito vreme, kajne?" Drugi pa odvrne: "Danes že, jutri pa je že napovedano poslabšanje." Ob takem pogovoru lahko skomignemo z rameni, češ, nič posebnega, to so običajni pogovori. Da, so, vendar je zato običajno tudi več škodljivih posledic za ljudi, ki so vanje vključeni. Takšni pogovori znižujejo energijo, zavirajo optimizem, zadovoljstvo, skladne medosebne odnose in ustvarjalnost. Pogledjmo si, kako prihaja do tega.

Prvi sogovornik je dobro razpoložen vprašal drugega, kako se počuti. Odgovoril mu je z dvoumnim 'še kar', ki je v bistvu mašilo, saj ne pove kaj dosti oziroma pušča sogovornika na tankem ledu. Prvi sogovornik je nato skušal spraviti drugega v boljše razpoloženje z navdušenjem nad čudovitim vremenom, a je drugi ostal slabe volje. Namesto uživanja v lepoti trenutka sedanosti, ki edini obstaja, se je prepustil malodušju slabega vremena, ki je bilo napovedano šele za naslednji dan.

Kaj se je zgodilo? Prvemu sogovorniku je padla energija, drugi pa si ni pustil izkoristiti priložnosti, da bi se spravil v dobro, veselo, optimistično stanje. Raje je podoživljal slabe občutke in skladno z njimi tudi odgovarjal na vprašanja sogovornika. Če se sami znajdemo v vlogi prvega sogovornika, izgleda, da v primeru, ko dobimo sogovornika, nagnjenega k zgoraj navedenemu odgovarjanju, obtičimo v slepi ulici in slabšem počutju.

Toda o svojem počutju odločamo sami, saj smo popolnoma sami odgovorni za naše notranje občutke. Rešitev je v bolj ustvarjalnem besednem izražanju. Odkriti moramo način, da

spravimo sogovornika v dobro počutje, ker se bo tako tudi nam lažje dobro počutiti. Poleg tega je to boljša podlaga za sodelovanje, če imamo opravka s človekom, s katerim tako ali drugače sodelujemo.

Kako torej pričujoči pogovor preobrniti v bolj ustvarjalnega, spodbudnejšega in zdravilnejšega? Ena izmed možnosti je, da nadaljujemo pogovor. Sogovornik, ki je namesto navdušenja nad lepim vremenom preusmeril pozornost na napovedano slabše vreme prihodnjega dne, je torej v čustvenem stanju malodušja. Na njegov odgovor lahko odvrnemo: "Prav zato pa je treba užiti današnji dan." Možnosti je seveda še več, ključno pri njih pa je, da uporabljamo ustvarjalne zmožnosti naših možganov. Po takšnem odgovoru se sogovornikovo malodušje prične mehčati in njegovo počutje se izboljša. Naš odgovor je deloval zdravilno, zato se bolje počuti ne le sogovornik, ampak tudi mi sami.

Mnogokrat je težko ustvarjalno uporabljati besede. Če naletimo na negativen odziv, se večinoma odzovemo, kot bi nas sogovornik napadel. V nas zmaga strah namesto ljubezni, zato se začnemo vesti, kot bi nas sogovornik s svojim negativnim govorjenjem užalil in potrl. V resnici se potremo sami, ker predpostavljamo, da bi se morali takrat, ko smo dobre volje, vsi, s katerimi pridemo v stik, odzivati dobrovoljno. Pozabljamo, da se tudi nam dogaja, da igramo vlogo nergaškega, malodušnega sogovornika.

Jasno je, da nismo popolni, zato padamo na izpitu iz pozitivnega usmerjanja besed, a bistveno je, da se iz vsakega padca nekaj naučimo. Negovanje pozitivnega, spodbudnega, zdravilnega govorjenja je namreč naloga, ki zahteva svoj čas. Pomembno je ohranjati zavest o izjemnem pomenu besed, ki so v veliki meri odločilni dejavnik pri doseganju kakovostnih medosebnih odnosov. Če živo čutimo pomen pozitivne naravnosti pri besednem izražanju, smo v vsakdanjih stikih s soljudmi vedno bolj učinkoviti. Na ljudi vplivamo pomirjajoče, pomagamo jim, da se približajo svojim ustvarjalnim virom. Zdravimo z besedami in prispevamo h gradnji bolj prijaznega sveta.

boskobosko@siol.net

UPORABNI INTERNETNI NASVETI

Vse, kar ste kdajkoli želeli vedeti o tem, pa niste upali vprašati.

Avtor članka: Boris Peršak

POZICIONIRANJE NA INTERNETU: Brez larifarija – II. del

Časovna premica ali kako dolgo traja do prepoznavnosti

Okvirno – eno do dve leti. Osnovno prepoznavnost lahko pridobimo s kombiniranim agresivnim oglaševanjem, saj se za denar da kupiti vse. Obstaja pa tudi druga, boljša pot, ki prinaša več koristi, traja pa dalj časa. Gradnja prepoznavnosti lahko poteka na več frontah hkrati, najkrajša je seveda prek Interneta, pozabiti pa ne smemo tudi na druge, ki prinašajo nekatere koristi, ki nam jih Internet ne more zagotoviti. Govorim predvsem o pojavljanju v drugih medijih, o nalepkah na avtomobilih, o vizitkah, uporabnih brošurah in seveda o dobri bazi potencialnih uporabnikov, s katerimi redno komuniciramo.

Obstaja nekaj splošnih pravil za prepoznavnost nasploh.

Prvo pravilo – VZTRAJNOST!

Vztrajnost lahko opišemo tudi kot prisotnost, kar pomeni, da ves čas ustvarjaš nove vsebine in dodajaš nove in nove aktivnosti, torej ni časa, da bi malce 'zadremal', ker te naenkrat ni več, pa še kredibilnost izgubiš.

Ne glede na to, kje se poskušaš uveljaviti, torej v klasičnem medijskem okolju ali na Internetu, moraš biti najprej vztrajen. Moje podjetje obstaja s prekinitvami že devet let, v tem času sem doživljal vzpone in padce, na Internetu pa sem prisoten že od leta 1992, najprej seveda prek BBS-ov in kasneje v grafični obliki, kot jo poznamo tudi danes. Ne bi mogel reči,

da sem medijsko prepoznaven, čeprav bi lahko rekli tudi tako, saj imam več kot dovolj dela.

Namenoma se ne izpostavljam, ker preprosto nimam dovolj časa, da bi vso stvar razvijal naprej. Da sem vztrajen, pa vedo vsi, ki me poznajo, saj sem 'tukaj' brez prekinitve že več kot desetletje. Pravilen pristop v skladu s tem pravilom pa je ubral Roy Goreya, naš gostitelj, ki je zgradil svojo prisotnost v dveh letih do te mere, da ga stalno vabijo najrazličnejši mediji, od radia prek televizije do tiskanih, da sodeluje v njihovih oddajah ali intervjujih, seveda mu na tej osnovi tudi marsikaj objavijo. To pa nas pripelje do naslednjega pravila!

Drugo pravilo – VSEBINA!

Ni dovolj postaviti krasno spletno stran, potem pa sedeti v kot in čakati, da nas bo nekdo poiskal in z nami naredil sanjski posel. Star ljudski rek pravi, da včerajšnje novice nikogar ne zanimajo. Bistvo je v pogledu v prihodnost, ali kot radi rečemo spletni tržniki, v ustvarjanju prihodnosti. Opišite kakšno svojo izkušnjo kot napotek drugim, da bodo bolj uspešni. V svoji stroki razvijte nekaj, kar še ne obstaja. Ne velikih stvari, majhne in koristne! Izboljšajte kakšno stvar in s tem pokažite, da ste strokovnjak. Te vsebine pa morate tudi redno objavljati, tako na Internetu kot tudi v ostalih medijih, kar pomeni, da morate vzpostaviti stike z uredniki, novinarji, skrbniki spletnih strani – temu rečemo tudi, da si ustvarite medijsko mrežo.

Primer takšnega pristopa so mnogi uspešni podjetniški in osebni svetovalci, ki so svoj nastop na tržišču skrbno načrtovali in ga celovito izpeljali. Primeri, ki mi najprej pridejo na misel: www.osebna-rast.com, www.uspeh.com, www.lisac-lisac.si! Ob tem pa seveda ne smem pozabiti na Roya in njegovo knjigo TAM KJER JE VOLJA, TAM JE POT ali na mojo knjigo MEHKO VODENJE, ki jo brezplačno objavljam po korakih, tako kot objavljam posamezne teme v tem mesečniku.

Tretje pravilo – AKTUALNOST!

Četudi so naše vsebine moderne, napredne, izven konkurence, pa ni nujno, da so v določenem trenutku uporabne. Konj, ki teče pred vprego, ruši ritem in ni koristen. Tako tudi mi ne smemo biti pred časom, če želimo uspeti tukaj in zdaj. Enako velja za prodajanje 'megle', ko obljublamo tisto, česar ne moremo izpolniti. Vsebine naj bodo času primerne - sredi poletja ne bomo pisali o fenomenalnem odkritju, kdo je v resnici Dedek Mraz, kot tudi ne pozimi o revolucionarni kremi za sončenje. Aktualnost pa pomeni tudi neposredno korist za bralca, ko lahko izlušči nekaj zase.

Četrto pravilo – JASNOST!

Ko zapisujemo vsebine, bodimo predvsem pozorni na izražanje. Izogibajmo se preveč strokovnemu jeziku, razen v primeru, ko pišemo za ozko strokovno publiko. Kadar pišemo za najširše občinstvo, uporabljajmo 'dvosmerno komunikacijo', ko se v resnici pogovarjamo z bralci, ko postavljamo vprašanja in nanja odgovarjamo. Pri pisanju se poskusimo postaviti v kožo tistega, ki takšno informacijo išče in jo želi uporabiti. Bodimo neposredni in konkretni.

Peto pravilo – ČLENITEV!

"Monotona besedila, ki imajo dolge, zapletene stavke in množico odvisnih stavkov, kjer ob koncu ne veš več, kaj si prebral na začetku ali na sredini, kaj je avtor hotel povedati, kako ti to lahko koristi, kje si zdaj, ko si to prebral, in še cel kup drugih vprašanj, ki se tičejo manjših podrobnosti, pa jih avtor ni zaobjel, niso primerna."

Kako vam je všeč zgornje besedilo? Poglejte, kako ga lahko predelamo:

"Navadna besedila z dolgimi, zapletenimi stavki in množico odvisnih stavkov so monotona. Na koncu ne veš več, kaj si prebral na začetku ali na sredini. Tako ti tudi ni jasno, kaj je hotel avtor povedati in kako ti lahko to koristi. Ko to prebereš, ne veš, kje si! Pojavlja se cel kup drugih vprašanj in podrobnosti, ki jih avtor ni zaobjel. Takšna besedila so neprimerna."

To je že bolj berljivo, kajne? Tako bi morali pisati vsi, tudi strokovnjaki. Takšno pisanje pa pomeni, da se moramo izobraziti v členjenju besedil. Sprva je to težko, kasneje pa teče samo od sebe, podzavestno.

Nadalje lahko členimo vsebine z nadnaslovi, naslovi, podnaslovi, podnapisi, z drugačnimi oblikami črk, barvo pisave, z različnimi velikostmi pisave in nenazadnje z orientacijo besedila (ležeče, navpično, poševno, v krogu ...).

Pri členitvah ne moremo uporabljati vseh prijemov naenkrat, ker to kaže na amaterstvo. Za profesionalni videz moramo izdelek pokazati več različnim ljudem, da nam povedo svoje mnenje.

Šesto pravilo – KREDIBILNOST!

Kredibilnosti si ne moremo dodeliti kar sami, ker jo na ta način pravzaprav znižamo. Komentarji v slogu "... sem največji strokovnjak za to področje ..." so smešni in delujejo v nasprotju z želenim učinkom. Izjave zadovoljnih kupcev ali poslovnih partnerjev, najboljše, da na njihovi spletni strani, so zanesljiva pot do uspeha. Še bolj to velja, če to izjavi nekdo, ki ima v javnosti že zgrajen imidž o strokovnosti.

Vendar to ne pomeni, da morate samo poiskati nekoga, ki bo to naredil za denar, ker bi s tem znižali njegovo kredibilnost in na koncu tudi svojo. Naredite raje nekemu strokovno uslugo za bistven popust pri ceni, navdušite ga in ga nato prosite, ali bi svojo 'pohvalo' hotel zapisati na papir in jo dovolil objaviti z vsemi svojimi kontaktnimi podatki (na ta način delate reklamo tudi za njegove strokovne reference).

Največ pa h kredibilnosti prispeva stalno pojavljanje na svojem strokovnem področju, ko neprestano objavljate izboljšave, nova odkritja, nadgrajujete in optimirate dela drugih, ko se pojavljate kot konstruktivni in ustvarjalni strokovnjak.

Za primer vzemimo, kakšno kredibilnost bi dobil jaz, če bi me dobro ocenil Roy Goreya in to objavil na svoji strani. Njegova spletna stran ima več kot 60.000 klikov na mesec, zato bi to pomenilo konkreten pospešek moji prepoznavnosti. Že to, da sodelujem v njegovem mesečniku in da se bom vključil v njegov sistem seminarjev, mi zagotavlja dovolj veliko izpostavljenost. Potrebujem še večjo? Ne bi rekel, vsaj ta trenutek ne, ker imam že toliko dela, da mi zmanjkuje časa za lastne potrebe.

ZAKLJUČEK

Za zaključek pa še nekaj besed o tem, kako država pomaga pri informacijskem razvoju v slovenskem poslovnem okolju. Promocijsko sicer vse skupaj korenito šepa, saj ugotavljam, da večina sploh ne ve za te možnosti, vendar to še ni opravičilo, da mnogi tega ne izkoristijo. V vsakem primeru je pomembno, da sami poiščemo informacije o tem, kje lahko dobimo pomoč, po možnosti tudi zastonj oziroma ob sofinanciranju države.

V Sloveniji se izvaja program vavčerskega svetovanja za nezaposlene, ki se želijo podati v podjetniške vode, za trenutno zaposlene, ki bi se želeli samozaposliti, za mala in srednja podjetja s projektom in seveda za vse, ki spadajo v katero izmed različic zgoraj naštetih skupin. Država sofinancira izobraževanja in zagon do višine 300.000 SIT, za podjetja velja to pravilo ob predpostavki, da enak delež prispevajo še sama. Za ta namen je vzpostavljen katalog svetovalcev generalistov in specialistov, predvsem slednji so strokovnjaki za specifična področja.

Tudi sam sem svetovalec specialist za področji e-poslovanja in izdelave spletnih strani. Vsakdo, ki ga zanima brezplačno ali subvencionirano svetovanje (posamezniki ali podjetja), se mi lahko oglasi, da se o tem pogovorimo in da mu dam nekaj osnovnih napotkov, na koga naj se obrne za podpis pogodbe (koordinatorji). Mnogi, ki ste brez dela ali imate možnost, da bi svoje delo opravljali tudi na daljavo, se mi oglasite predvsem zato, da vam predstavim

področje e-dela.

Več informacij pa si lahko najdete na spletni strani Pospeševalnega centra za malo gospodarstvo: <http://www.pcmg.si/>!

Za naslednjo številko mesečnika KORAKI DO USPEHA se še nisem odločil za temo – bo pa v slogu zapisanega v naslovu: BREZ LARIFARIJA!

IDEJAMOŽ Boris Peršak, podjetniški in računalniški svetovalec, detektiv, oblikovalec
<http://www.idejamož-sp.si>
info@idejamož-sp.si

MODRE MISLI ZA VSAK DAN

Misli, ki vas bodo motivirale za vrhunske dosežke.

"Bolje je dajati, kot sprejemati." Bernard Gunter

"Edini pravi način, da se razlikujete od konkurence, je delo." Jonathan Tisch

"Zakaj živimo, če ne zato, da drug drugemu olajšamo življenje." George Elliot

ANEKDOTA E-MESEČNIKA

Resnične zgodbe, ki vas bodo spravile v smeh.

PROSTOVOLJNO ZBIRANJE DENARJA

Triglavski župnik Jakob Aljaž je v cerkvi Sv. Mihaela na Dovjem priredil 'ofer' (prostovoljno zbiranje denarja) za nove orgle, tako da je nabiral darove, kovance v mežnarjevo puščico. Pred polno cerkvijo vernikov je k ofru pred oltarjem pristopil tudi nek premožen, izredno skopuški dovški kmet in iz stisnjene dlani spustil v puščico sumljiv prispevek.

Aljaž je bil tudi komponist (Oj, Triglav, moj dom), zato je s svojim tenkim skladateljskim poslušom to ugotovil in vpričo vseh faranov vprašal: "Ti, zakaj si pa 'knof' noter vrgel?"

MOJ PREJEMEK

Kadar je francoski humanist Alphonse Allais prišel v uredništvo časopisa, katerega je zalagal s članki, je Allais običajno dejal blagajniku: "Prišel sem po svoj prejemek."

Nekoč ga je blagajnik opozoril, da ne rečemo 'moj prejemek', temveč 'moji prejemki'. "No," je odgovoril Allais, "za tako malenkost res ni potrebno uporabljati množine."

ČUDOVITA SOBARICA

V navzočnosti italijanskega igralca Luigija Almiranteja je neka gospa na vso moč hvalila sobarico, ki jo je nameravala sprejeti v službo. "Verjemite," je govorila, "pravi zaklad je. Vse sem poizvedela. Zvečer ne hodi ven, nikdar ne gre v kino, ne lepotiči se in izredno poštena je. Prihranke nalaga v hranilnico. Z nikomer ne govori."

"Ali bi mi lahko dali njen naslov?" jo je prekinil Almirante. "Še na misel mi ne pride. Saj bi mi jo speljali!"

"Seveda, rad bi jo zasobil!"

KNJIGA IN PISATELJ

Angleški politik Leopold Amery je hotel med prvo svetovno vojno k vojakom. Poslali so ga na Flamsko k polkovniku, ki je poslanca bolj hladno sprejel.

"Kaj pa sploh znate pametnega?" ga je vprašal.

"Ne vem ... Upam, da bom znal izvršiti, kar mi boste veleli."

Polkovnik ni upal, da bi bil mož – civilist – za kakšno vojaško rabo, vendar mu je dal neko knjigo in mu naročil:

"Tu imate odlično knjigo o Srbiji, ki jo je izdalo vojno ministrstvo. Natančno jo preštudirajte in mi pridite čez šest tednov poročati o njej. Po tem, kar mi boste povedali, bom spoznal, za kaj vas bom morebiti lahko uporabil. Boste zmogli?"

"Gotovo," je zelo resno odvil Amery, "kajti to knjigo sem spisal jaz. Pisal sem jo tri tedne; upam, da jo bom lahko v šestih tudi prebral."

Izdajatelj: WWW.OSEBNA-RAST.COM
E-pošta: roy.goreya@osebna-rast.com

© OSEBNA RAST 2002