

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

UVODNA MISEL E-MESEČNIKA

Avtor članka: **Roy Goreya**

VESELI DECEMBER

December je resnično mesec, ko lahko nekateri starši dobesedno bankrotirajo zaradi različnih praznikov in obdarovanj. Najprej Miklavž, nato je dedek Mraz, potem pride še Božiček, nekateri (med njimi sem tudi jaz) pa imamo decembra še rojstni dan. Skratka, mesec december je eno samo obdarovanje, izrekanje lepih in toplih želja ob novem letu.

To je mesec, ko si številni trgovci tik pred novim letom izdatno opomorejo. Pravzaprav jaz nimam nič proti obdarovanju, vendar je na žalost tako, da velikokrat sploh ne gre za obdarovanje iz srca, temveč le za kazanje prestiža pred drugimi. Še tako skromno darilo je več vredno kot najbolj drago in prestižno, če le prihaja iz srca, če obdarovalec obdaruje izključno iz ljubezni.

Če mene osebno vprašate, mi novo leto ne pomeni nobenega posebnega doživetja. Za 31. decembrom pride 1. januar in življenje teče dalje. Se morda kaj spomnite želja, ki ste jih izrekli ob lanskoletnem silvestru svojim najdražjim? Kaj si želimo eden drugemu? Prevssem več ljubezni, več sreče, boljše zdravje, več denarja in še in še bi lahko našteval.

Skratka, eden drugemu si želimo čuda stvari, ki pa jih hočeš nočeš že prvega januarja pozabimo. Pozabimo morda celo, kaj smo obljubili samemu sebi, da bomo storili v novem letu in tako svoje »spremembe« v življenjskem slogu spet prenesemo v naslednje novo leto. Zanimivo, kajne? Nimamo moči za akcijo in vse skupaj prenašamo v prihodnost, češ, takrat se nam bosta cedila med in mleko, sami pa za to nismo pripravljeni storiti začetnega koraka.

Koliko od vas bralcev e-mesečnika KORAKI DO USPEHA ima postavljene cilje? Še boljše vprašanje – Koliko od vas ima te cilje zapisane na listu papirja? Trenutno je število naročnikov na e-mesečnik okoli 1.500, in če gre verjeti statistiki, potem ima manj kot 50 ljudi (3%) svoje cilje zapisane na listu papirja. Samo 50 od 1.500? Najbolj zanimivo dejstvo sledi v nadaljevanju.

Da bo namreč teh 50 ljudi, ki so si (po statistiki) zapisali cilje, v življenju doseglo veliko več kot pa ostalih 1450. Tudi jaz sem dvomil v postavljanje ciljev, dokler se jih pred štirimi leti, če sem natančen - decembra 1998, nisem tudi jaz prvič postavil. Prvo leto se mi je uresničilo bore malo ciljev, ker sem jih napačno definiral in nisem verjel v njihovo uresničitev. Vendar najlepša zgodba šele sledi ...

Decembra leta 1999 sem cilje ponovno napisal, jih preformuliral ter jih napisal, kot da so že uresničeni in – magija vseh magij – do danes se mi jih je uresničilo že več kot 80%. Tako je sedaj vsako leto božič zame čas, ko naredim inventuro preteklega leta in si na novo postavim cilje. Ne morete si predstavljati, kakšno zadovoljstvo je, ko si na listu odključkaš doseženi cilj. Vau! Takrat se počutiš, kot da si na vrhu sveta, in pripravljen si še na nove izzive.

Tudi vam svetujem, da naredite podobno – božič naj bo za vas čas, ko si boste na novo postavili cilje ter pregledali stare. Že po letu dni boste presenečeni, kakšni čudeži se dogajajo v vašem življenju. Veliko koristnih napotkov glede postavljanja ciljev je tudi v moji knjigi TAM KJER JE VOLJA, TAM JE POT. Z lastnim primerom vam lahko pokažem, da napisano tudi deluje.

Naj vam zaupam en cilj, ki sem si ga postavil v letu 2003 – nova knjiga o osebni rasti, motivaciji, komunikaciji, medosebnih odnosih, zdravju, financah in še čem. Tako sem že pred nekaj dnevi začel pisati novo knjigo. Za rok izida sem si postavil 1. 9. 2003. Vsebina bo podobna kot v moji prvi knjigi, le da bo še bolj obsežna in navdihujoča, skratka, obeta se zanimivo branje, ki bo marsikomu resnično dalo misliti, toda kot vedno bo za uresničitev čudežev potrebna akcija, akcija in še enkrat akcija.

Kaj to pomeni? Potrebno bo prenesti nasvete iz knjige v vaše resnično življenje. Na stotine bralcev moje prve knjige vam lahko potrdi, da principi, ki so predstavljeni v knjigi, resnično delujejo in da tisto, kar pišem, ni zgolj bavbav. Vendar kot rečeno, brati ni dovolj, potrebno je tako tudi živeti. Enako je tudi z nasveti v e-mesečniku.

V novem letu 2003 vam želim predvsem to, da bi uresničili svoje cilje, ki ste si jih zadali, da bi vas spremljalo obilje in da bi bilo vaše življenje polno ljubezni. Delujte vedno tako, da se boste vprašali, kaj lahko storite, da boste drugemu najbolj pomagali, in nikoli se vam ne bo potrebno bati za obilje v življenju.

Verjamem, da vsak od vas bralcev e-mesečnika KORAKI DO USPEHA skriva v sebi neomejene potenciale, in prepričan sem, da jih boste tudi odkrili. Branje tega e-mesečnika predstavlja že kamenček v mozaiku vašega uspeha. Naj zaključim zadnji uvodnik v letu 2002 z mislimi velikega indijskega modreca Sai Babe: »Smisel življenje je ljubezen.« Zato vedno delujte iz ljubezni.

MEDOSEBNI ODNOSI IN LJUBEZEN

Vse, kar moramo vedeti o komunikaciji, odnosih in ljubezni.

Avtorica članka: Barbara Kovač

KOMUNIKACIJA MED PARTNERJEMA

Ljudje potrebujemo drug drugega, družino, ki nam daje varno zavetje, v kateri lahko uresničujemo svoje čustvene in druge potrebe. Zelo hudo nam je, če se ti odnosi ne razvijajo po naših željah, zaradi tega smo nesrečni. Med seboj smo si zelo različni. Čim bližje smo si, tem bolj te razlike pridejo do izraza. Smo pa ljudje edina bitja, ki lahko z govorom prenašamo in posredujemo naše misli in občutke.

Moramo se zavedati, da se s komunikacijo odnos ne razvija in ne reši, če že prej ne obstajata ljubezen in spoštovanje. S komunikacijo se razjasnjuje mišljenje, rešujejo problemi in omogoča izražanje najglobljih misli, čustev, želja in potreb. To pa ni lahka naloga, potrebno je veliko znanja, volje, spoštovanja in zaupanja, da se tako odpremo drugemu človeku. Da ga res začutimo in se tudi sami razkrijemo.

Človek se za delovno mesto vrsto let izobražuje in kar naprej izpopolnjuje svoje znanje. V zvezo pa človek stopa večinoma nepoučen, s svojimi pričakovanji in z znanjem, ki so mu ga zapustili starši. To pa ni dovolj za zadovoljstvo v odnosu. Včasih so prav stari komunikacijski vzorci vzrok za marsikateri prepir.

Ker so v intimnih medsebojnih odnosi prisotna različna občutja, ki jih je težko ubesediti, učenje kvalitetne komunikacije sploh ni lahka naloga. Komunikacijski vzorci, ki smo jih uporabljali leta in leta, le težko izginejo v pozabo. Tudi različnost partnerjev po spolu, mišljenju, željah in pričakovanjih prispeva svoje. Največkrat ljudje sploh ne razmišljajo o tem, da bi uporabili drugačen pristop, ker niti ne vedo, da sploh obstaja.

Prva predpostavka za kvalitetno zakonsko komuniciranje je sposobnost in pripravljenost za ubesedovanje neizgovorjenega. Nemogoče je pričakovati, da nas bo partner brez besed razumel. Vse, kar se dogaja v zakonu, je treba ubesediti (si povedati). Npr. oba veliko delata in začutita, da nista več toliko skupaj. Da ubesedita zadevo, bosta rekla: »Zaradi najinih služb sva malo skupaj in se vedno bolj oddaljujeva drug od drugega. Kaj bova naredila, da se spet zbližava?«

Druga predpostavka je sposobnost in pripravljenost na verbaliziranje (da povemo z besedami) doživetega. To, na kar reagiramo, ni toliko vedenje našega partnerja, ampak je naše doživljanje njegovega vedenja. Partner npr. ne naredi nekaj, za kar smo ga prosili, mi pa to doživljamo, kot da mu ni mar za nas in naše prošnje. Namesto da ga okregamo, mu z besedami to povemo. Partner se ne bo počutil ogroženega, ampak bo npr. razložil, da ni imel časa in da bo v drugo bolj pozoren. Negotovi smo in napeti, če nikoli ne izvemo, kaj si partner pravzaprav misli o nas in kako se ob nas počuti.

Tretja predpostavka za kvalitetno zakonsko komuniciranje je sposobnost in pripravljenost za izražanje svojega odnosa do partnerja. Prav ta odnosi vidik zakonske komunikacije se redko izraža v besedah, kar partnerjema otežuje ali celo onemogoča, da bi si uredila svoje odnose. Že če nasmeh pospremimo z besedami: »Všeč si mi!«, ima to večji učinek.

Četrta predpostavka je verbaliziranje seksualnega vidika zakonskega življenja. Pogosto je to tabu. Treba ga je živeti, toda o njem se je treba tudi pogovarjati. Za marsikoga je to težko zaradi sramu in drugih vzrokov. Ampak dejansko se lahko spolno življenje bistveno izboljša, če svoje želje izgovorimo naglas.

Ljudje nismo navajeni naglas govoriti, kaj se dogaja v nas. Pričakujemo, da bodo drugi že sami zaslutili, kako se počutimo, kaj mislimo. Zaradi takih pričakovanj pa velikokrat pride do nesporazumov. Kaj je torej težje? Naučiti se govoriti o naših občutjih ali imeti težave zaradi napačnega razumevanja?

USPEŠNA PRODAJA

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

Avtor članka: Roy Goreya

VPLIV POZITIVNIH ODNOSOV MED ZAPOSLENIMI NA PRODAJO

Prodaja je veliko bolj kompleksna, kot pa smo si kdajkoli predstavljali. Iz kateregakoli vidika že gledamo na prodajo, vedno gre za eno in isto stvar – za izmenjavo energij med prodajalcem in stranko. Ali imajo pozitivna energija in odnosi med zaposlenimi tudi kakšen vpliv na prodajo? Upam si trditi, da veliko, veliko večji, kot pa si bodo želeli priznati tržniki in vodilno osebje v velikih podjetjih. Kako to, da so nekatera podjetja tako zelo uspešna, druga pa dobesedno životarijo iz dneva v dan?

Že v članku meseca novembra sem govoril o zakonu AKCIJE in REAKCIJE. Tudi za odnose med zaposlenimi in posledično za večjo prodajo velja ta zakon. Kar poglejmo ... Si predstavljate, koliko negativne energije se sprosti, ker so podrejeni nezadovoljni z vodstvom podjetja? »Pa kaj to mene briga, saj sem direktor? S tem naj se ubadajo vodje posameznih organizacijskih enot!« si najbrž misli marsikateri direktor, ki bo bral tale članek. In ne morem vam prepričati, da bi še naprej tako razmišljali, vam pa lahko že sedaj povem, da boste s takim razmišljanjem peljali podjetje v propad oz. v stečaj.

Vrnimo se k nezadovoljnim podrejenim. Niso nezadovoljni s plačami, temveč s samo organizacijsko klimo v podjetju. Med nadrejenimi in podrejenimi ne vlada pravo harmonično vzdušje in vsak gleda le, kako bi lahko zrušil svojega nadrejenega sodelavca in prišel na njegovo mesto.

Skratka, vsak izmed zaposlenih gleda le na lastno rit (oprostite izrazu) in ga sploh ne briga, kaj se dogaja s podjetjem. Verjemite mi, dragi bralci, da tole ni izmišljeno in da se v kar veliko slovenskih podjetjih (preverjeno iz prve roke) srečujejo s tem problemom – slabimi odnosi med zaposlenimi.

Govoril sem z že kar veliko ljudmi iz različnih slovenskih podjetij (celo iz velikanov in ponosov slovenskega gospodarstva), ne z veljaki, s povprečnimi zaposlenimi, pa sem zelo redko oz. sploh nisem slišal pozitivnih besed o odnosih med zaposlenimi. Med njimi vlada prava tekma za preživetje in prva stvar v njihovih mislih je, kako bodo spodnesli svojega nadrejenega, svojega sodelavca ali se znebili podrejenega, ki jim s svojimi novimi in svežimi zamislimi

ogroža stolček.

Kar pogledjmo si, kje je Slovenija po statističnih podatkih med inovatorji. Dobesedno na repu evropskih in svetovnih razpredelnih, potem pa se čudimo, kam gre slovensko gospodarstvo. Problem je veliko bolj kompleksen, kot si bo upala priznati celo slovenska vlada. Naložbe tujih podjetij v Slovenijo so še vedno pičle in bivše realsocialistične države – Češka, Madžarska, Poljska in Slovaška, so nas že zdavnaj prehiteli na tem področju. Naša komparativna prednost izpred desetih let je dobesedno izparela in sedaj zaostajamo za njimi. Morda je to malo boleče, je pa odraz stanja v slovenskem gospodarstvu.

Vrnimo se k odnosom med zaposlenimi in njihovem vplivu na prodajo. Predstavljajmo si idealno moderno slovensko podjetje, v katerem vladajo odlični medosebni odnosi. Zaposleni eden drugega spodbujajo k odličnim dosežkom, in ne samo to, nesebično si pomagajo, ko se pojavi določena težava. Namesto ukvarjanja z lastnimi razprtijami znotraj podjetja je zanje na prvem mestu odnos do strank. Pozitivno so nastrojeni med seboj in tudi do strank.

Ne smemo se čuditi, da takemu podjetju prodaja nenehno raste, novi izdelki neprestano prihajajo na trg in v promocijo izredno malo vložijo, saj jih stranke, ki so tako zelo zadovoljne, kar same priporočajo naprej. Pri tem sploh ni važno, s čim se ukvarjamo, gre zgolj za poanto – med zaposlenimi, tako med nadrejenimi in podrejenimi kot tudi med zaposlenimi istega ranga je prisotna pozitivna energija.

Ali ste že kdaj slišali, da je moč misli tako mogočna, kot je močna atomska bomba oz. JE Krško? In sedaj s predstavljajte samo 10 zaposlenih v podjetju, kjer vladajo harmonični odnosi, tovariško sodelovanje in pozitivne misli, kjer je zaposlenim (od direktorja do snažilke) glavna skrb, kako bi prispevali s svojimi idejami k rasti podjetja. Si predstavljate, koliko pozitivne ustvarjalne energije se sprosti? 10 JE Krško!!!

Zaposleni pričakujejo pozitivne rezultate na trgu, in še več – s konkurenco sodelujejo, namesto da si nagajajo in mečejo polena pod noge. S tem pridobijo vsi in celo na svetovnem trgu utegnejo skupaj nastopiti in tako zmanjšati stroške marketinga, saj se zavedajo, da so tudi s svojimi konkurenčni ENO, in si prizadevajo izkoristiti moč poštenega in inovativnega sodelovanja.

Vse to je mogoče in tudi Slovenija lahko postane gospodarska velesila, toda vse prevečkrat se »Slovenčki« (tako se je nekoč prisrčno izrazila Vesna V. Godina in priznam, da je izbrala pravi izraz) utapljam v malomeščanski zaplankanosti, namesto da bi drug drugemu pomagali. Vse gospodarske velesile imajo zastavljeno svojo strategijo razvoja, kar pa nam v več kot 10 letih samostojne države še vedno ni uspelo.

Kar vprašajte predsednika vlade, katera je komparativna prednost slovenskega gospodarstva, pa vam ne bo vedel točno povedati. Le kako naj vemo, kam gremo, če nimamo postavljenih razvojnih strategij in če se vse prevečkrat kregamo med sabo, glavna tema pogovorov pa je, koliko milijonov bo kakšen vodilni dobil za odpravnino.

Če želi biti katerokoli slovensko podjetje resnično uspešno, bo najprej moralo pomesti pred lastnim pragom, to pa je izredno težko, saj so iste vodilne strukture na pomembnih položajih že več desetletij. Ne upam si pomisliti, s koliko negativne energije so prežeti, s koliko zamerami imajo opraviti, v končni fazi se vse to odraža tudi pri sami prodaji. Sodelovanje med zaposlenimi in sodelovanje med podjetji je vizija tretjega tisočletja. Podjetja, ki bodo to spoznala, bodo rasla, tista, ki se bodo trmasto opirala starih načel, pa bodo propadla.

Zakon AKCIJE in REAKCIJE neusmiljeno velja tudi v gospodarstvu, in če želimo nekaj prejeti, moramo najprej dati. S pozitivnimi mislimi in pristinimi odnosi med zaposlenimi, kjer bo prisoten duh sodelovanja, so možni fantastični rezultati. Vprašanje je le, če smo pripravljeni pustiti svoj EGO pred vrati. Za mnoge je to zelo težko, toda tisti, ki bodo to zmogli, bodo postali uspešni, premožni in vesolje jih bo nagradilo z obiljem. Boste tudi vi med njimi? Odločitev je vaša!

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!

VIR INFORMACIJ

Tako ŠEF kot VODJA potrebujeta za učinkovito opravljanje svojih funkcij informacije. Bistvena razlika se pojavi pri kvaliteti informacij in uporabi le-teh. V naših primerih govorimo o dveh skrajnih potezah vodilnega kadra – o ŠEFOVANJU in o VODENJU – v praksi pa imamo celo paleto stopenj, ki jih bomo opredelili na začetku naslednjega sklopa predavanja.

V tabeli si pogledjmo, kakšen pomen imajo posamezne informacije za ŠEFA in kakšnega za VODJO:

TIP INFORMACIJ	ŠEF	VODJA
Splošne informacije o sodelavcih oziroma podrejenih	Za ukazovanje, za pritisk na šibkejše, za podrejanje, za izbiro zaupnikov (voĥunov) – zaveznikov, za utrjevanje ŠEFOVSKEGA položaja, za vzpostavitev rangirnega sistema: lenuh, delaven, upornik, nevaren, poslušen ipd.;	Za pripravo vodstvenega načrta v skupini: opredelitev posameznih strokovnih znanj, ki so nujna za delo – kdo posamezna področja najbolj pozna, koga bi lahko dodatno usposobili (strokovni vodje), komu še manjkajo posamezna znanja – dodatno usposabljanje, dolgoročno načrtovanje za strokovno strukturno spreminjanje skupine, vzpostavitev mentorskega dela, spodbujanje inovativnosti itn.;
O delovnem procesu	Komu bo kaj zaupal – lažja, prijetnejša dela zaupa svojim zaveznikom, upornike poskuša zlomiti s pritiskom – dodeljevanje neprijetnih in težjih opravil, kjer nastajajo zapleti – pritisk na krivca;	Uveljavitev kroženja v skupini, vsi vsaj v osnovi poznajo vsak delovni postopek, vsak lahko po potrebi za določen čas zamenja vsakega v skupini, težja in neprijetna opravila si delijo med seboj na enakopravni osnovi – upoštevanje posebnega nagnjenja posameznikov, vodja pozna in zna opravljati katerikoli del delovnega procesa;
O materialih, ki jih uporabljamo pri delu	Izkoriščanje orodij in strojev preko vseh razumnih meja uporabnosti, delo s prijetnejšimi, varnimi materiali zopet dodeljuje zaveznikom, nevarni in neprijetni materiali (npr. umazano delo) je za upornike in lenuhe;	Pozna lastnosti materialov, informiran je o realni življenjski dobi strojev in orodij – skrbi za pravočasno zamenjavo, za popravila, z mislijo na zmanjšanje odpada in kala poskrbi za primerne materiale, ki se vgrajujejo v izdelke, temeljito je informiran o garantnih zagotovilih za izdelek in o dejanskih vračilih ali popravilih izdelkov v garantnem obdobju;
O klimi v skupini	Kdo se druži s kom, kdo je s kom skregan, kdo je nasilen, kdo je "tožibaba", kdo se upira – NAJPREJ RAZDELI IN NATO VLADAJ! je še vedno zelo živo geslo, ki se je razširilo predvsem v vzhodnoevropskem svetu in v nasilnih, diktiranih družbah. Informacije se izkoristijo za discipliniranje posameznikov, za zaščito "ljubljenecv", za dajanje vrednostnih sodb o posameznikih itn.;	Izdelava sociograma: komu je treba pomagati za lažjo vključitev v skupino, kdo se zna diplomatsko obnašati – primernost za strokovnega vodjo, postavev mentorskega sistema, načrtovanje izobraževanja, vzpostavljanje pripadnosti "naši" skupini, spodbujanje ponosa ob skupnih uspehih, načrtovanje družabnih dogodkov itd.;
O ambicijah zaposlenih	Kdo je tisti, ki me lahko ogrozi? Kaj želijo postati posamezniki? Zakaj hodi na tisti tečaj? – uporabi za	Ali lahko oddelek, skupina, preraste v dve ali več skupin – kdo bo vodil te skupine? Krožni sistem vodenja – vsako leto

	oviranje pri izobraževanju: Ti tega ne potrebuješ! Naši skupini to ne bo nič koristilo! Tega ti ne bomo plačali! ipd.;	nastopi to vlogo tisti, ki pri delu dosega nadpovprečne rezultate, ki ga sodelavci podpirajo – tako se kalijo vodje, tako ne nastopi kriza skupine, če jo vodja zapusti, če vodja več ni sposoben opravljati svojega dela, če vodja umre! Osnova za predlaganje za napredovanja, za dodatna izobraževanja, za nagrade ipd.;
O preteklosti zaposlenih	Za sklepanje o sposobnostih podrejenih, iskanje "sočnih" podrobnosti za izsiljevanje ali pritisk, izdelava kartoteke podrejenega (za vsak primer), iskanje krivca za neuspeh itn.;	Kdor je enkrat storil napako, je verjetno več ne bo – kaj se je naučil iz tega, kako se izogniti napakam, izogib potencialnim nevarnostim napačne presoje osebe, načrtovanje strokovne rasti vsakega posameznika (preteklo delo, hobiji, poznanstva itn.), za razreševanje napetosti v skupini, ki izvirajo iz preteklosti, za boljše poznavanje posameznika – sodelavec mora vedeti za zbiranje podatkov in poznati namen, z njim se mora strinjati (pisno), saj je po zakonu o varovanju osebnih podatkov prepovedano zbirati podatke o komerkoli brez njegove vednosti;
O zvezah z drugimi	Pozna podrejeni koga, ki je nad menoj? – osnova za prijaznost in popustljivost – Kdo je ŠEFU nevaren zaradi poznanstev, kdo ga lahko zaradi tega izrine s položaja? Kdo se druži s kom iz konkurenčnega podjetja? – Morda izdaja informacije!	Kako hitreje rešiti problem ali preskočiti neko oviro – Kdo v skupini pozna koga, ki lahko s svojim vplivom ali znanjem pomaga! Govorimo o napredku in obrambi skupine, ne posameznika!
O finančnem položaju posameznih zaposlenih	Kdo potroši več, kot zasluži? Komu vedno primanjkuje denarja? Denar za gradnjo, brez stanovanja, brez hiše – izkoriščanje informacije za vplivanje na posameznike – za utrjevanje pozicije ŠEFA! Tisti, ki ima več kot ŠEF, verjetno krade – ko bo prva kraja, se bo znašel na seznamu osumljenih – zavist, ker je premožnejši;	Samo zadovoljen delavec je dober delavec, to pa je delavec, ki ima urejene minimalne življenjske potrebe! Če je kateri, ki bi rad gradil, si kupil avto ali preprosto prišel do kakršnegakoli stanovanja (ali karkoli drugega), navadno naleti na težavo pri pridobivanju sredstev – VODJA lahko bistveno pripomore s predlaganjem za stanovanje (pozitivna ocena strokovnega znanja, nepogrešljivost za delovni proces, če pobegne h konkurenci, ga bo izjemno težko nadomestiti), svetuje, kje lahko dobi ugoden kredit (s tem se sodelavec močneje naveže na podjetje, sploh, če mu kredit odobri banka, ki opravlja te posle tudi za podjetje in je v pogodbi o najetju ugodnega kredita klavzula, da velja samo, dokler je zaposlen v tem podjetju), odličen delavec prispeva polovico sredstev za avtomobil, polovico pa podjetje – ta avto se uporablja tudi za službene potrebe skupine (ampak samo, kadar je na delovni nalogi tudi pol-lastnik vozila);
O sorodstvenih vezeh zaposlenih	Kdo so sorodniki zaposlenega – so v kakršnihkoli odnosih z vodilnimi podjetja, me lahko ogrozijo? Močno navezano na zveze z drugimi, ki so bile opisane prej – lahko je tudi vzrok za nerazumljivo antipatijo do podrejenega, ki niti ne ve, da je ŠEF morda imel neprijetno srečanje s kakšnim sorodnikom;	Podobno, kot v primeru zvez z drugimi: Poznate koga, ki nam lahko kdaj pomaga, ima določena znanja? Iščevo novega sodelavca, pogosto so med sorodniki sodelavcev primerni ljudje, ki bi ustrezali tako po znanju kot svoji naravi. Vse prepogosto se spregleda, da imajo predvsem starejši sorodniki pogosto vpliv na mlajše v sorodstvu, ko se le ti odločajo za poklic – če je že oče ali stric strugar,

		se bom pa še jaz podal v te vode! Praviloma so mlajši bolj dojemljivi za novejšo tehnologije, starejši pa imajo določene izkušnje in razvito logično mišljenje, kar je idealna kombinacija – praviloma pa se sorodniki bolje razumejo na delovnem mestu;
O nagnjenjih zaposlenih	Pereče vprašanje je lahko spolna usmerjenost zaposlenih. ŠEF praviloma ne tolerira ničesar, kar je po njegovem mnenju odklon od normalnega (razen, če ima tudi sam takšna nagnjenja). Prav tako ima lahko nekdo nagnjenje k hazardiranju, ekstremnim športom (vir poškodb), k pijači, mamilom, je ženskar (moškara?), je nasilnež itn. – vsako takšno poznavanje posameznika lahko služi za manipuliranje s posameznikom, za pritisk, za dodeljevanje položaja v skupini, za izsiljevanje, za "pregon" nesprejemljivih aktivnosti ipd.;	Nagnjenja ali interesi posameznika so lahko pozitivni ali negativni – v vsakem primeru VODJA lahko uporabi zavedanje o takšnem nagnjenju za vzpostavitev optimalnega stanja: zdravljenje (mamila, alkohol, spolni napadi, bolešno hazardiranje), vključitev specialnih znanj in izkušenj, ki izvirajo iz takšnih nagnjenj posameznika, v delovni proces, osveščanje skupine o različnih spolnih usmeritvah in toleranci, pomoč športnikom, spodbujanje različnosti, večanje obsega znanja, ki ga skupina lahko ponudi v različnih položajih;
O zdravstvenem stanju zaposlenih	"Saj ti nič ni!" in dodeljevanje enakih ali težjih del osebam, ki občasno potožijo zaradi kakšnih zdravstvenih težav – navadno veljajo takšni posamezniki za namišljene bolnike. Izkoriščanje poznavanja kakšnih zaupnih zdravstvenih podatkov za izsiljevanje ali odpuščanje podrejenih – primer kakšne smrtne bolezni (AIDS, rak ipd.), zavrnitev prosilca za delovno mesto zaradi zdravstvenega stanja (ki ni vidno navzven) itn.;	Vsakega sodelavca seznaniti z nevarnostmi in bolezenskimi stanji, ki so lahko posledica dela na nekem delovnem mestu – opiše vse načine zaščite in dosledno vodi zapisnik o upoštevanju pravilnika o varstvu pri delu. Kadar kateri izmed sodelavcev potoži zaradi npr. bolečin v križu, mu poskusi omogočiti lažje delo, dokler bolečina ne mine (če nekdo zaradi tega prispeva manj k uspehu skupine, ga je VODJA dolžan seznaniti tudi s finančno posledico takšne spremembe delovnih pogojev – nihče ne more zahtevati lažjega dela in vrhunskega plačila, ki sta v nasprotju z učinkovitostjo skupine). VODJA lahko tudi pomaga pri delu!
O napakah zaposlenih	Beleženje in shranjevanje dokazov o napakah za "vsak primer", če bi podrejeni kdaj postal nevaren – kadar se pojavi kakšen problem, ki je lahko posledica takšne napake, je "krivec" znan.	Analizo napake, ki ga opravi skupaj s povzročiteljem, predstavita skupini, da se lahko v prihodnje temu izognejo. Išče rešitev, če se napake pojavljajo večkrat, po potrebi se sestavi skupina, ki poišče primerno rešitev.

Možnih je še več različnih področij, kjer lahko zajemamo podatke. V nadaljevanju so predstavljena izhodišča za izdelavo vprašalnika.

Pri sestavi vprašalnika se ravnamo po namenu (uporabi) informacij o željeni temi:

OSEBNA VPRAŠANJA (s stališča zbiratelja informacij):

Kdo je oseba, o kateri zbiram informacije?	(moški, ženska, prijatelj/-ica, sorodnik itn.)
Kakšna je oseba, o kateri zbiram informacije?	(hitre jeze, radovedna, površna, vestna, počasna, vztrajna, kooperativna, strokovnjak na svojem področju itn.)
Kako dolgo in od kod osebo poznam?	(manj kot eno leto, več kot eno leto, od otroštva, iz šole, z delovnega mesta, iz prejšnje službe iz kluba, ipd.)
Osebno mnenje o osebi?	(nadarjena, lena, zanesljiva, neodgovorna, poštena, obetavna itn.)
Koga pozna?	(sorodstvo, vodstveni kader, strokovnjaki drugje ipd.)

Kakšen standard ima?	(finančni položaj, zadovoljitev življenjskih potreb itn.)
Kaj je počel v preteklosti?	(menjavanje služb, potovanja, se stalno dodatno izobraževal ipd.)
Je zdrav? Potrebuje pomoč?	(bolezni, občasne težave, zasvojenost itn.)

PREDVIDEVANJA OCENE PRESKUŠANE OSEBE O ZBIRATELJU INFORMACIJ (meni):

Kako preskušanec ocenjuje mene?	(pozitivno, mi zaupa, me uboga ipd.)
Katere in kakšne nesporazume sva imela?	(sem imel s preskušancem kakšne zaplete, prepire – kako so se iztekli itd.)
Kdaj sva sodelovala, kako je bilo?	(kratka analiza skupnega dela)

VPRAŠANJA O ZNANJU (podlaga – šola, tečaji, raziskovanje, sodelovanje pri razvoju):

Kakšno poklicno izobrazbo ima?	(primerno, primerljivo, z drugega področja itn.)
Kakšne ambicije ima?	(nobenih, postati vodja, pridobiti višjo stopnjo izobrazbe ipd.)
Kakšna nagnjenja ima?	(športnik, hazarder, alkohol, mamila, seksualna usmeritev itn.)
Katere napake je naredil? Jih še dela?	(ponavljanje napak, sodelavce spravljaja v nevarnost, odpove v stresnih položajih ipd.)

DELOVNO-MATERIALNA VPRAŠANJA:

Kakšne profile potrebujemo v skupini?	(načrtovanje dodatnih izobraževanj, novi sodelavci, prerazporeditve itn.)
Kakšen je sociogram in statusni diagram?	(brez napetosti, neugoden, potrebne korekcije itn.)
Kateri stroji in orodja zahtevajo popravilo?	(analiza delovnega okolja, ocena potencialnih nevarnosti, analiza preteklih poškodb, itn.)
Katera opravila in materiali so nevarni?	(kalo, odpad, poškodbe orodij, zanesljivost sodelavcev itn.)
Katera dela (ali deli procesa) so težavnejši?	

V naslednjem članku bom obdelal področje komunikacijskih kanalov, na katere moramo biti pozorni pri stikih z drugimi, da lahko dosegamo boljše rezultate.

 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

Prvi princip znanstvene metode pridobivanja bogastva

MISEL JE EDINA SILA, KI LAHKO PROIZVAJA OTIPLJIVO BOGASTVO iz brezoblične snovi.

Snov, iz katere so narejene vse stvari, je snov, ki misli (ima svoj lastni razum) in misel na obliko v tej snovi ustvari obliko.

Originalna (izvirna) snov se giblje po svojih mislih; vsaka oblika in proces, ki ju lahko vidiš v naravi, je vidni izraz misli v izvorni snovi. S tem, ko brezoblična snov misli na obliko, prevzame to obliko; ko misli na premikanje, naredi premik. Na tak način so nastale sploh vse stvari. Živimo v razmišljajočem svetu, ki je del razmišljajočega vesolja.

Misel o gibajočem se vesolju se je širila skozi brezoblično snov in misleča tvarina – ki se premika na osnovi te misli – je privzela obliko planetarnih sistemov in obdržala to obliko. Misleča snov privzame obliko svojih misli in se giblje v odvisnosti od misli. Z vzdrževanjem

misli o krožnih sistemih sonc in svetov prevzame obliko teh teles in se giblje, tako kot misli.

Misel na obliko počasi rastočega hrasta se torej giblje v smeri nastanka drevesa, čeprav so morda za to potrebna stoletja. V ustvarjanju se, kot kaže, brezoblična snov giblje glede na smer gibanja, ki jo je zastavila. Z drugimi besedami: misel o hrastu ne povzroči takojšnje tvorbe popolnoma odraslega drevesa, ampak sproži delovanje sil, ki bodo proizvedle drevo vzdolž zastavljene poti rasti.

Vsaka misel o obliki, ki se nahaja v misleči snovi, povzroči stvaritev oblike, vendar vedno, ali vsaj največkrat, vzdolž poti rasti in aktivnosti, ki so že uvedene.

Misel o hiši določene konstrukcije, ki je vtisnjena v brezoblično snov, morda ne bo povzročila takojšnjega pojava hiše, bo pa povzročila obračanje kreativnih energij, ki že delujejo v trgovini in ekonomiji, v takšne kanale, da se bodo izšle v hitri izgradnji hiše. Če takšni kanali, skozi katere bi lahko takšne kreativne sile delovale, še ne obstajajo, potem bo hiša nastala neposredno iz osnovne snovi, brez čakanja na počasne procese organskega in anorganskega sveta.

Nobena misel o obliki ne more biti vtisnjena v izvirno snov, ne da bi povzročila stvarjenje te oblike.

Oseba je miselni center in lahko ustvarja misli. Vse oblike, ki jih oseba oblikuje s svojimi rokami, morajo najprej obstajati v njenih mislih. Stvari ne more dati oblike, če ni *misli* o tej stvari.

Doslej je človeštvo svoje napore povsem omejevalo v delo svojih rok, s prilagajanjem ročnega dela svetu oblik v iskanju spreminjanja ali prilagajanja že obstoječih oblik. Človeštvo ni nikoli pomislilo, da bi poskusilo povzročiti nastanek novih oblik z vtiskovanjem misli v brezoblično snov.

Kadar oseba misli na obliko, vzame gradivo iz oblik v naravi in ustvari podobo oblike, ki je v njegovih mislih. Ljudje so doslej naredili malo ali skoraj nič za to, da bi sodelovali z brezoblično inteligenco – "z Očetom". Posameznik ni sanjal o tem, da bi lahko "počel, kar je videl početi Očeta". Posameznik preoblikuje in spreminja obstoječe oblike z ročnim delom in ne namenja nobene pozornosti vprašanju, če bi morda lahko proizvedel stvari iz brezoblične snovi s sporočanjem svojih misli vanjo.

Nameravamo dokazati, da to lahko naredi – dokazati, da lahko *vsak* moški ali ženska to naredita – in pokazati, kako to narediti. V prvem koraku moramo postaviti tri osnovne trditve.

Najprej trdimo, da obstaja izvirna brezoblična tvarina ali snov, iz katere so nastale vse stvari.

Vsi navidezno mnogi elementi so različne zaznave enega elementa. Vse številne oblike, ki jih najdemo v organskem in anorganskem svetu, so samo različni vzorci, narejeni iz ene same tvarine. In ta snov je misleča tvarina – *misel, vsebovana v njej, proizvede mišljeno obliko*. Misel v misleči snovi ustvari obliko. Človeško bitje je miselni center, sposoben proizvesti izvirno misel. Če lahko oseba sporoči svojo misel izvorni misleči snovi, lahko povzroči ustvarjenje ali formiranje stvari, na katero misli.

Povzemimo:

Obstaja misleča tvarina, iz katere so nastale vse stvari, in s katero so v njenem izvirnem stanju prežeti, prepojeni in izpolnjeni medprostorji veselja. Misel v tej snovi ustvari stvar, kot je bila upodobljena v misli. Oseba lahko ustvarja stvari v svojih mislih in z vtiskovanjem svojih misli v brezoblično snov lahko povzroča stvarjenje stvari, o katerih misli.

Morda sprašuješ, ali lahko dokažem te trditve in brez podrobnega razlaganja lahko odgovorim, da lahko, tako z logiko kot z izkušnjami.

Sklepajoč nazaj iz fenomena oblike in misli pridem do izvirne misleče snovi in sklepajoč naprej iz te misleče snovi pridem do posameznikove moči, da lahko povzroči stvarjenje stvari, na

katero misli.

Z eksperimentom sem potrdil sklepanje za resnično. To je moj najmočnejši dokaz.

Če ena oseba, ki bere to knjigo, postane bogata s počenjanjem tega, kar jo učim, je to dokaz v podporo moje trditve, če pa *vsaka* oseba, ki *počne*, kar ji pravi, da mora početi, postane bogata, je to pozitiven dokaz vse dotlej, dokler ne gre nekdo neuspešno skozi proces. Teorija je pravilna, dokler proces ne spodleti in ta proces ne bo spodletel, saj vsakdo, ki *počne natančno tisto*, kar mu ta knjiga pravi, bo postal bogat.

Rekel sem, da ljudje obogatijo tako, da počenjajo stvari na določen način in če želijo to početi, morajo ljudje postati sposobni misliti na določen način.

Način posameznika, kako počenja stvari, je neposreden rezultat načina razmišljanja o stvareh.

Da boš počel stvari na način, kot jih hočeš početi, si boš moral pridobiti sposobnost razmišljanja na način, kot hočeš razmišljati. To je prvi korak proti postati bogat.

In da boš mislil, kar *hočeš* misliti, moraš misliti RESNICO, ne glede na pojavnost.

Vsak posameznik ima naravno in prirojeno moč, da misli, kar hoče misliti, vendar to zahteva od njega veliko več napora kot misliti na osnovi sugestij, ki so posledica pojavnosti.

Misliti glede na pojavnost je lahko; misliti resnico brez ozira na pojavnost je težavno in zahteva porabo več moči kot katerokoli drugo delo, h kateremu smo poklicani.

Ni ga dela, kateremu bi se ljudje bolj izogibali, kot se izogibajo trajnemu in nepretrganemu razmišljanju. To je najtežje delo na svetu. To še posebej velja takrat, kadar je resnica v nasprotju s pojavnostjo.

Vsaka pojavnost v vidnem svetu se nagiba k proizvajanju odgovarjajoče oblike v razumu, ki jo opazuje in temu se lahko izognemo le tako, da vzdržujemo misel o resnici.

Gledanje na pojavnost revščine bo proizvedlo odgovarjajoče oblike v tvojem razumu, razen da vzdržiš misel, da revščine ni, je le obilje.

Misliti zdravje, ko si obdan s pojavnostjo bolezni ali misliti bogastvo, ko si sredi pojavnosti revščine, zahteva moč, vendar kdorkoli, ki pridobi to moč, postane *mojster razuma*. Ta oseba lahko izzove usodo in pridobi, karkoli hoče.

To moč je možno pridobiti samo tako, da dosežeš vztrajanje pri osnovnih dejstvih, ki so v ozadju vseh pojavnosti in to je dejstvo, da obstaja samo ena misleča snov, iz katere in s katero so vse stvari nastale.

Potem moramo doumeti resnico, da *vsaka* misel, vzdrževana v tej snovi, postane oblika in da človek lahko tako vtisne svoje misli vanjo, da povzroči, da privzamejo oblike in postanejo vidne stvari.

Ko pridobimo to spoznanje, izgubimo ves dvom in strah, saj vemo, da lahko ustvarimo, kar hočemo, da lahko dobimo, kar hočemo imeti in da lahko postanemo, kar hočemo postati. Kot prvi korak k postati bogat moraš verjeti v tri osnovne trditve, podane prej v tem poglavju in da jih poudarim, jih tukaj še enkrat navajam:

Obstaja misleča tvarina, iz katere so nastale vse stvari in s katero so v njenem izvornem stanju prežeti, prepojeni in izpolnjeni medprostori vesolja. Misel v tej snovi ustvari stvar, kot je bila upodobljena v misli. Oseba lahko ustvarja stvari v svojih mislih in z vtiskovanjem svojih misli v brezoblično snov lahko povzroča stvarjenje stvari, o katerih misli.

Odložiti moraš vse druge predstave o vesolju in razmišljati o tem, dokler se ne ustali v tvojem

razumu in postane del tvojega običajnega mišljenja. Beri te trditve znova in znova. Utrdi vsako besedo v svoj spomin in preišluj o njih, dokler trdno ne verjameš, kar pravijo. Če te obide dvom, ga zavrzi. Ne poslušaj dokazov proti tej ideji. Ne hodi v cerkve ali na predavanja, kjer učijo ali pridigajo nasprotno koncepte o stvareh. Ne beri revij ali knjig, ki učijo drugačne ideje. Če postaneš zmeden v svojem razumevanju, prepričanju in zaupanju, bodo vsi tvoji napori jalovi.

Ne sprašuj, zakaj so te stvari resnične, niti ne razglablaj, kako so lahko resnične. Preprosto jih prevzemi na zaupanje. Znanstvena metoda pridobivanja bogastva se začne z brezpogojnim sprejemanjem tega, kar je bilo povedano tukaj.

V naslednjem članku bom predstavil drugi princip 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

PREVENTIVA JE NAJBOLJŠI ZDRAVNIK

Ste pri vaših prijateljih in osebah, s katerimi se družite, našli dovolj kvalitetnih lastnosti, ki niso povezane s hrano? Se jih zavedate in ste pripravljeni, da jih boste lahko uporabili kot "skriti adut", ko vas bo kdo od teh začel čudno gledati ob spremembah prehranjevanja? Super! Potem ste pripravljeni. In kako se nameravate obnašati v družbi, ko boste malce ali precej drugačni?

Včasih pokukam na zelo obiskan forum med.over.net, kjer se dogajajo razne izmenjave mnenj. Od laičnih do strokovnih. V rubriki Življenje, ah to življenje sem malce sledil eni od tem, ki je obravnavala odnos do vegetarijanstva. Zanimive stvari so bile tamkaj. Od izjav vegetarijancev, da so po prehodu na tovrstno prehranjevanje postali bolj zdravi, do izjav običajnih jedcev, da so vegetarijanci tečni, kar se tiče posiljevanja okolice s to svojo navado.

Sploh da v lokalu natakarja sprašujejo: "Ali imate kaj vegetarijanskega?" ko bi lahko kar lepo tiho izbrali z jedilnega lista tisto, kar jim ustreza. Tako pa izpostavljajo to svojo navado ter z njo spravijo natakarja in zbrano družbo v situacijo, da se počutijo kot nekakšni zločinci, ker še niso ozaveščeni. Ali pa se v službi zmrdujejo in vihajo nos, ko si nekdo v njihovi prisotnosti za malico privošči sendvič s salamo ali s kakšnim drugim mesnim nadevom.

Malce sem se zamislil nad tem. Mnenje je kar na mestu. Strinjam se, da naj, če je kdo vegetarijanec, lepo brez nekkih posebnih pozornosti naroči z jedilnega lista tisto, kar mu ustreza, in konec. Sam osebno si najprej ogledam jedilni list. Skoraj vedno se najde kaj. Če je družba večja in so v njej ljudje, ki me ne poznajo, se kar sam odpravim na pogovor s kuharjem in zaprosim, da mi pripravi nekaj po mojem okusu.

Končno sem stranka in naloga kuharja ter osebja v restavraciji je, da zadosti mojim željam ne glede na njihovo strokovno ali kakršnokoli mnenje. Gre za to, da dobim tisto, kar želim jaz. Ostalih, tako strežnega osebja kot prisotne družbe, se moja izbira sploh ne tiče. Če slednje opravim na "diplomatski" način, moji izbiri sploh ne posvečajo pozornosti. Da se razumemo, ne skrivam se in nisem ilegalni vegetarijanec. Enostavno sem s svojo navado toleranten ter z njo brez potrebe ne želim vzbujati pozornosti.

Morda sem se tega nekoliko bolj navadil, ker delam v direktni prodaji (prodaja s predstavitvami na domu) in ljudje večinoma sploh ne vedo, da sem drugačen od njih. Ponemod bi takšna informacija lahko škodljivo vplivala na odločitev stranke. Če si drugačen,

obstaja možnost, da se kdo kljub želji po nakupu zaradi teh predsodkov ne bi odločil za nakup.

Preden nadaljujem, naj priznam še eno zanimivost. Po dobrih dveh letih in pol sem začasno skrenil s svoje poti. Delal sem poskus. K njemu me je navedlo razpredanje misli na med.over.net-u, da se zdravje po izboljšanju prehranjevalnih navad spremeni (slednje itak vem) in želel sem izvedeti, kaj se bo zgodilo, če se vrnem malce nazaj k prejšnjemu načinu prehrane.

Odločil sem se stopiti za en korak nazaj. Postopoma sem v svojih 95% presne prehrane uvedel nekaj kuhane hrane. Kuhan krompir, dušen polnovreden riž, kuhano zelenjavo, nekoliko več obrokov koruznih, ajdovih in prosenih jedi, malo večkrat sem si v samopostrežnih restavracijah omislil poleg presne zelenjave tudi nekaj kuhane, včasih z nekaj koščki tunine. Vsak dan vsaj nekaj od prej naštetega.

In rezultati? Preživel sem. Kaj pa počutje? No ja, nekoliko drugačno, vendar znosno. Toda grem nazaj na presno hrano. Daje mi več energije. Sicer samemu sebi ne obljubljam, da je bo 100%, je bo pa spet vsaj 95%, kot je bilo prej. Resnično gre za razliko. Sploh za razliko, kar se tiče občutkov in kar se tiče izločkov. Izločkov je na splošno več.

To pomeni, da sem v času mojega eksperimenta zaužil več snovi, ki niso postale del mene (niso izgrajevale mojega telesa), zato so tvorile večjo količino snovi, ki jih je bilo treba izločiti. Upočasnila se mi je tudi prebava. Malce sem se tudi zredil. V enem mesecu za 2 kg. Verjetno na račun večjega zastajanja tekočine, ker sem posredno zaužil tudi nekoliko več soli. Sol zadrži več vode v telesu. Predvidevam, da nekaj tudi na račun škrobne prehrane.

Na splošno mi je kuhana hrana povzročila željo po večji količini. Da bi si zagotovil občutek sitosti, bi torej moral pojesti več, kot sem bil vajen pred tem. Poskus sem zaključil. Bolje je tako. Pravzaprav sem izničil kar precej od prej doseženega. Jezik je spet močneje obložen in ponovno so se mi pojavili smrkliji v nosu. Izločanje sluzi se je že samo po enem mesecu škrobne hrane ponovno vrnilo v moje življenje. Zaradi teh učinkov še bolj verjamem razvoju bolezni, ki sem ga pred časom opisal na forumu tega portala. Tekst najdete s klikom povezave <http://www.osebna-rast.com/forum/viewtopic.php?t=11>

Zdravje je odvisno od tega, kaj vnašamo vase, kakšna je naša telesna aktivnost in koliko počitka si privoščimo. To so trije najbolj bistveni dejavniki dobrega počutja. Brez hrane lahko preživimo več tednov, brez telesne aktivnosti tudi po več mesecev, brez spanja pa težko kdo preživi več kot 60 ur. Gre za dejavnik, ki se mu namenja vse premalo pozornosti. Drugič bom nekaj več povedal o tem.

Da se vrnem na hrano. Veste, kaj je za zdravje najbolj pomembno? Preventiva. Je najbolj preprosta in najtežja obenem. Njen učinek se ne pozna sproti, ampak se zazna šele kasneje. Da bi bili na področju preventive pri prehrani učinkoviti, je dobro upoštevati nekaj osnovnih stvari.

Vedno se odločite za čim bolj naravno in preprosto hrano, tisto, ki je čim bližje svojemu izvoru.

Odločajte se: za sveže presno sadje in zelenjavo, kuhanje sadja je popolnoma nepotreben postopek, pri zelenjavi pride pri nekaterih vrstah izjemoma v poštev dušenje v sopari; za polnovredna živila; industrijsko predelano hrano nadomestite – beli sladkor za rjavega, dokler ga povsem ne opustite ali le občasno nadomeščate z medom, glazirani riž za rjavega, belo moko z polnovredno graham moko, kuhinjsko sol za morsko ali zeliščno, to pa ščasoma omejite na minimum (sol privlači vodo, 1 gram soli zadrži 70 gramov vode v telesu; sol povečuje žejo; sol povečuje dotok slin in povzroča lažen apetit); pripravljena industrijska živila zamenjajte s sveže pripravljenimi, če nameravate ostati tudi mesojedec, se raje odločajte za kuhano meso ali pa pripravljeno na preprost način (pečeno z minimalno maščobo); pri slednjem je priporočljivo preiti na nekrvavo prehrano (izločitev rdečega mesa in nadomestitev z belim; perutnina in ribe).

Hrana naj bo namenjena le oskrbovanju telesa z energijo in snovmi za obnavljanje.

Za užitke in nagrade si najdete zamenjave v drugih oblikah (namesto nagrade v obliki bogate večerje si privoščite kaj drugega, o čemer že dalj časa razmišljate; začnite se npr. ukvarjati s kakšnim hobijem, pojdite na izlet, morda na koncert ali si oglejte kakšno stvar, ki je v istem ali celo dražjem cenovnem razredu, pojdite v kino, gledališče, kupite si kakšen lep kos garderobe, nakita ...).

Tudi pijače spadajo v kategorijo hrane (vse razen vode uživajte z mislijo, da v telo vnašate dodatna hranila in seveda pogosto tudi obilico nekoristnih, nepotrebni ter škodljivih substanc; poglejte na deklaracije, kjer boste našli precej podatkov o aditivih); poleg vode je izjemoma dobrodošlo in celo priporočljivo uživanje sveže stisnjenih sadnih ali zelenjavnih sokov, ki jih uživamo brez dodajanja kakšnih sladil ali česarkoli drugega.

Ko v trgovini vzamete v roke kakšen izdelek, poglejte na deklaracijo.

Presenečeni boste, kakšne aditive vse dodaja živilska industrija v našo prehrano; dodatki v živilih se označujejo z npr. E 420, E 976, E 421, E 325, 422, E 950, E 951, E 320, E 129; te našteje aditive najdete na ovitku Wrigley's Orbit žvečilnega gumija za otroke!!!

Naučite se kombinirati vaše dnevne obroke hrane.

Zakaj? Ker boste lahko našli v tej večini ogromno dodatne energije, ki vam je do sedaj, ne da bi se tega sploh zavedali, uhajala. In to brez kakršnekoli potrebe. Spoštovanje tega bo zanesljivo korenito izboljšalo vaše zdravje, vam dalo novih moči in vas približalo morebitnim korenitejšim spremembam na področju prehranjevanja ter seveda tudi na področju osebne in duhovne rasti. Za temeljito spoznavanje te prehranjevalne navade priporočamo knjigo Zdravo kombiniranje hrane avtorice Jackie Habgood, ki je izšla pri založbi Mladinska knjiga leta 1999.

Današnja domača naloga pri izboljševanju prehrabnih navad je: vzemite si čas in poglejte na deklaracijo proizvoda, ki ga kupujete. Pri tem bodite pozorni na vse, kar vam deluje neznano. Od konzervansov, stabilizatorjev, zgoščevalcev, dodatnih arom ... Kaj je čim bolj naravni izdelek, prepuščam vaši odločitvi. Sami si določite kriterije, kaj je za vas še sprejemljivo. In še nekaj.

Ko se boste po kakšnih dveh tednih bolj pazljivega izbiranja proizvodov tega navadili, je velika verjetnost, da se vas bo ta navada prijela. S tem boste že za korak bliže izboljšanju. Navado si privzgojimo zaradi ponavljanja. V tem je skrivnost uspeha ali neuspeha na katerem koli področju. Še nekaj, ali je morda potrebno posebej omeniti, da je najbolje iti v trgovino s seznamom artiklov, ki jih bomo kupili? Ko točno veste, kaj morate kupiti, se ne potikate med policami, kjer vas skušnjava zavede, da sežete (menda zadnjič?!) po nekem nepotrebem izdelku.

marjan.racnik@siol.net

JAVNO NASTOPANJE IN RETORIKA

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

Avtor članka: Boštjan Grošelj

BESEDE KOT SREDSTVO ZA PRELAGANJE ODGOVORNOSTI

Zakorakali smo v zimo, vendar tokratni prispevek o besedah in njihovi uporabi ne bo le zimsko obarvan. Narediti želim samo primeren uvod. Kakšen torej? Začnimo z opozorilom glede zimskih voznih pogojev: "Vozite previdno zaradi nevarnosti poledice!" Nekateri se tega držijo, drugi ne in posledica je, da slišimo tudi poročila o nesrečah. Glasijo se: "Zaradi poledice zletel s ceste." Navidezno sporočajo isto stvar – opozarjajo na nevarnost poledice –, toda ugotovili bomo, da je drugače.

Najprej si podrobneje oglejmo opozorilo: "Vozite previdno zaradi nevarnosti poledice!" Odlično je, da nas opozarjajo na mesta, kjer je poledica, čeprav se nikoli ne ve, kdaj smo še dovolj previdni, kdaj pa že tvegamo, da nas bo odneslo s ceste. Toda za svojo vožnjo smo odgovorni sami. Če zletimo s ceste, se sicer lahko izgovarjamo na slabe vozne pogoje, poledico in druge zunanje dejavnike, vendar s tem lažemo sami sebi. Če rečemo: "Zaradi poledice zletel s ceste", sebe in druge zavajamo z besedami. Besede so torej odlično sredstvo prikrivanja in prikrajanja dejstev in resnice.

Kot nevidna kača se takšno govorjenje plazi med nami. Utrjujejo ga mediji, skozi katere odseva utrip zavajajočega govorjenja v družbi. Mediji namreč niso krivi za to, da jim ljudje podzavestno verjamemo, so pa odgovorni za svoja sporočila, čeprav se ne zavedajo razdiralnega učinka besed, ki jih pošiljajo v svet. Na njih namreč je, prav tako kot na ljudeh, da se začnejo zavedati pomena ustreznega posredovanja misli. Res je najbolj enostavno reči: "Zaradi poledice zletel s ceste", vendar so posledice zavajajoče.

Nekdo namreč ni zletel s ceste zaradi poledice, ampak zato, ker se ni ustrezno prilagodil poledenelemu vozišču. Včasih se zgodi, da kljub stodontno pravilnemu ukrepanju in pozornemu prilagajanju na cestne razmere doživimo nesrečo. Vendar pravi razlog spet ni v poledici. Poledica je samo naravni pojav, na katerega nimamo vpliva. Narave si ne moremo prilagajati; če smo pametni, se ji bomo sami prilagodili. Vsak poskus, da bi si prisvojili naravo, je namreč dolgoročno obsojen na propad, ker nismo dovolj sposobni, da bi brez rušilnih posledic ohranjali naravno ravnovesje.

Če smo torej doživeli nesrečo kljub temu, da smo storili vse, kar je bilo v naši moči, da bi jo preprečili, potem se lahko obrnemo na vzdrževalno službo, ki morda ni opravila posipanja. Lahko je za nastalo škodo odgovoren tudi kdo drug, toda vsekakor ne poledica. Dejstvo je, da je lahko do nesreče prišlo iz številnih razlogov, vsekakor pa ne zaradi poledice, ki jo dojemamo kot krivca. Če se podamo na cesto, ki ni vzdrževana, smo sami odgovorni, ker včasih tvegamo nesrečo že samo s tem, ko podcenjujemo vozne pogoje oziroma, bolje rečeno, ko precenjujemo svoje sposobnosti prilagajanja nanje.

Bližajo se (pred)novoletne zabave, ki bodo tako kot tiste med letom postregle tudi s posledicami uživanja alkohola. Kdo uživa alkoholne pijače? Ljudje. Kdo je kriv za 'mačka'? Ljudje, jasno. Alkohol ima določen učinek na človeka, ta pa se lahko sproži samo v primeru, ko ga zaužijemo. Sami držimo v roki kozarec, sami ga nagnemo in si spustimo pijačo po grlu. Dan po pretiranem uživanju alkoholnih pijač se slabo počutimo, vendar smo za utrujenost odgovorni povsem sami. Ni kriv 'maček', da se počutimo slabo, ampak smo si sami skuhalo juho, ki jo moramo pojesti, naj bo še tako brez okusa.

Ne glede na vse napisano pa drži, da se včasih zavedamo svoje odgovornosti za nekaj. Kljub temu se zatekamo k ustaljenim besedam, besednim zvezam in stavkom. Z njimi dobesečno vzeto izražamo prelaganje odgovornosti za posledice naših dejanj na nekaj ali nekoga drugega. Dobro bi bilo, ko bi kdaj tudi razmislili, kako in kaj govorimo, in se začeli pogovarjati bolj skladno z resnico stvari. Tako bomo utrjevali našo pripravljenost za prevzemanje odgovornosti za svoje ravnanje nase in se izogibali izgovarjanja.

Z besedami lahko elegantno prevalimo odgovornost za svoja dejanja na drugo osebo, stvar ali celo abstraktni pojem, toda zanja smo odgovorni sami. Sami bomo nosili posledice svojih misli, besed in dejanj. Prej ko bomo prevzeli odgovornost nase, prej se bomo lahko začeli soočati z najtežjo nalogo – odkrivanjem globin samega sebe. Lahko se sicer pretvarjamo in si lažemo, vendar nam to ne bo koristilo pri iskanju sreče. Če si lajšamo delo z lažjo, se samo vrtimo v začaranem krogu neiskrenosti, ki kratkoročno zadovoljuje, dolgoročno pa nam prinaša trpljenje.

A za vsakega izmed nas pride dan, ko se bomo soočili z resnico o sebi in bodo odpadle vse maske besed. Seveda, da ne bo pomote: niso krive besede, kajti besede brez pomenov, ki jim jih pripisujemo, so samo mrtve črke na papirju in zvočne podobe, ki so brez vpliva na naše življenje. Besede ustvarjamo in uporabljamo sami, zato je od nas odvisno, za kakšen namen jih bomo aktivirali.

boskobosko@siol.net

UPORABNI INTERNETNI NASVETI

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

Avtor članka: Boris Peršak

OGLAŠEVANJE na INTERNETU: brez larifarija – I. del

V nekaj naslednjih člankih bom obdelal možnosti za oglaševanje na Internetu in opisal zaščite pred spamerji.

Razlika med reklamo na Internetu in v drugih medijih?

Vprašanje, ki je postreglo z mnogimi neodgovorjenimi področji.

Bolj ko se poglobljamo v to, ugotavljamo, da so uporabniki Interneta zelo občutljivi in ne marajo nenaročene reklamne pošte, ki jo imenujemo tudi SPAM. Nekaj podobnega se zdaj dogaja na področju tiskanih reklam, ki so nam jih doslej dostavljali v naše predele. Proti naši volji, kljub raznim nalepkam LOMIM ROKE, ČE MI V PREDALNIK DOSTAVITE ŠE ENO REKLAMO ali BREZ REKLAM, PROSIM!, smo imeli (in še imamo) poštno predalnike polne reklamnih brošur in sporočil, katalogov ter podobne navlake.

Nikogar ne zanima, ali nas to zanima ali ne, pomembno je, da se potencialne kupce zasuje s sporočili o "naj" in "oh ter sploh" izdelkih, ki jih ponuja oglaševalec, čeprav pa obisk sosednje prodajalne postreže z boljšimi in cenejšimi izdelki. Šteje samo, kdo je bolj glasen in ne koga res skrbi za stranke.

Od 1. januarja 2003 več nič ne bo tako, kot je bilo. Nenaslovljene pošte ne bomo več dobivali ali je vsaj ne bi smeli dobivati. Vendar pa verjemite, da bodo oglaševalci našli pot in način, da se izognejo omejitvam. Pri "svetlobni" hitrosti zakonodajnih organov in njihovi volji za razumevanje problema, pa bo trajalo kakšnih pet "svetlobnih" let, da bomo doživeli novo zakonsko omejitev, tačas pa bodo imeli spamerji že deset rezervnih tehnik za izogibanje zakonskim določilom.

A to je že vprašanje druge teme, za katero pa se ne čutim poklicanega, da bi o njej razglabljal. Morda še to: ta zakonska določila ne opredeljujejo reklam in "nenaročenih" pošt na Internetu, vsaj ne dovolj natančno, da bi se dalo zlomiti spamerski lobi. Obstajajo pa drugi načini, ki so bolj grobi, a tudi bolj učinkoviti.

Zdaj pa se moram vrniti k temeljnim razlikam med reklamo na Internetu in med drugimi mediji. Še najbolj podobni sta si reklami na teletekstu in Internetu ter razna druga elektronska vidna sporočila (razni reklamni prikazovalni zasloni na prostem). Vendar se reklama na Internetu že odmika bolj v smer dinamičnih, slikovno in zvočno bogatih sporočil, včasih že skoraj na meji videa. Pa sama tehnologija ni najpomembnejša, pomembnejša je vsebina sporočila, ostalo pa mora temu samo služiti, da je prikaz jasen in neobremenjen z raznimi orodji, ki jih je treba klikati in se prebijati skozi njih.

Že dalj časa se pojavljajo prikrita reklamna sporočila, ki se skrivajo v raznih "zabavnih" prezentacijah in so narejena tako, da se prejemniki z njimi zabavajo in si želijo to poslati naprej svojim znancem. Ena so bolj domiselna, druga manj, nekatera so namenjena točno določenim interesnim skupinam (ženskam, otrokom, bralcem, ljubiteljem kitajske kuhinje itn.), medtem ko najboljša ne kažejo usmeritve k nobeni skupini posebej, so ravno prav sprejemljiva za vse, svojega reklamnega sporočila pa sploh ne prikazujejo javno, prav tako pa ga ne prikrivajo.

So preprosto takšne narave, da si tudi sam, ki sem sit vseh reklam, ne morem pomagati, da tega ne bi poslal naprej vsem svojim prijateljem (teh pa ni malo). Takšna sporočila so primerna za utrjevanje globalne blagovne znamke, za napoved novih izdelkov in seveda za

mnoge druge mehke oblike oglaševanja. V luči sprejemljivosti za prejemnike, učinka in seveda finančnega vložka pa so to najbolj sprejemljive oblike oglaševanja. Vsekakor pa niso omejena samo na globalno prepoznavne blagovne znamke, s prilagoditvijo so lahko še kako učinkovita lokalna sporočila.

Potrebujemo začetni vložek za profesionalnega oblikovalca (ali animatorja) ter druge strokovnjake (glasbenik, programer, morda režiser) in seveda dovolj zanesljivo zgodbo, ki bo pritegnila in bo dovolj aktualna v danem trenutku. Začetni vložek je velik, vendar zanesljivo manjši od zakupa cele strani v največjem slovenskem tiskanem dnevniku, dolgoročno pa ima vsekakor večji učinek. Na primeru časnika DELA je jasno, da je naklada pod 100.000 izvodov, vsak izvod prebereta do dva bralca (ali pa morda trije), potem pa se to valja v različnih kotih, vsi poznejši bralci pa ne gledajo reklamnih sporočil, ker so "zastarela", povrh pa je omejeno na prostor Slovenije.

Drugače pa je z Internetom, kjer se pojavi pol milijona uporabnikov samo v Sloveniji, ob primerni pripravi pa je lahko sporočilo primerno tudi za mednarodne trge. Še pomembnejše pa je dejstvo, da pravilno zastavljena izvedba lahko prispeva k brezčasnosti sporočila, ko se pojavlja nekaj let zapored in se mu vsakič nasmejimo in dovolimo, da se nam vtisne v spomin.

Takšen primer sta bili "normalna in nora krava", ki bi ju lahko prav dobro uporabili za oglaševanje svinjine, perutnine, rib ali celo zelenjave. Prvič sem to zabavno sporočilo dobil leta 1997 in me je spremljalo na prenosnem računalniku, ko sem potoval po ZDA in seveda sem ga z veseljem pokazal ter delil z vsakim, ki mu je bilo všeč. Sploh pa ne štejem vseh tistih, ki sem jim zadevo poslal po e-mailu. Kasneje sem to isto stvar z nekaj modifikacijami dobil vsaj še enkrat letno od raznih prijateljev po svetu, nazadnje letos v začetku jeseni.

Banalen primer je zelo stara Wordova datoteka s prdci, ki kroži po Internetu vsaj od leta 1995. Čeprav nima jasne reklamne narave, pa vseeno takoj sproži asociacijo na osvežilce in bonton, če ne še na kaj drugega. Prejel sem jo vsaj dvajsetkrat, predvidevam pa, da sem jo poslal naprej najmanj dvesto ljudem, vmes sem celo prevedel spremno besedilo v angleški jezik.

Seveda je še množica drugih – motivacijskih – sporočil, ki krožijo po elektronski pošti in jih dokaj radi sprejemamo in pošiljamo naprej. Ob teh pa seveda še dosti tistih, ki nas pozivajo, da pošljimo pošto naprej in s tem prispevajmo za "zdravljenje" nekoga, ki je neozdravljivo bolan, velika večina pa ne ve, da je to samo orodje spamerjev za pridobivanje aktivnih poštnehi naslovov, ki jih pozneje zasipajo z reklamnimi sporočili.

Tako! Tokrat sem malo nakazal, kaj je oglaševanje na Internetu in nekaj zelo učinkovitih pristopov, naslednjič pa bom nadaljeval z OGLAŠEVANJEM NA INTERNETU: brez larifarija – II. del, kjer se bom posvetil predvsem reklamni na spletni strani!

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

MODRE MISLI ZA VSAK DAN

Misli, ki vas bodo motivirale za vrhunske dosežke.

"Če začnemo, smo že napol gotovi!" Robert H. Schuller

"Nagnjeni smo k presojanju uspeha glede na višino naših plač ali velikost naših avtomobilov, ne pa glede na kakovost naših dejanj in odnosa do drugih." Martin Luther King

"Tole je preprosto, vendar trdno pravilo: vedno dajte ljudem več, kot pričakujejo, da bodo dobili." Nelson Boswell

ANEKDOTA E-MESEČNIKA

Resnične zgodbe, ki vas bodo spravile v smeh.

DARILO IN SPANEC

Grškemu pesniku Anakreontu je tiran Polikrat podaril štiri talente. Pesnik je vso noč prebedel v premišljevanju, kako bi ta denar porabil. Čez nekaj dni je Polikratu vrnil talente in mu rekel: "Darilo je bogato, a spanec je vreden dosti več."

MOŠKI PRI PETDESETIH

Francoski dramatik Jean Anouilh je v drami »Dragi Antoine« po glavnem junaku izpovedal naslednjo posrečeno misel: »Moški pri petdesetih letih premisli, preden poklekne pred žensko, ker ne ve več, kako bo lahko vstal.«

OTROCI

Italijanski dramaturg in pisatelj Luigi Antonelli je bil poročna priča prijatelju iz Abruzzov. Nekaj let po poroki je srečal zakonca blizu gledališča Valle v Rimu. Po pozdravih in objemih je Antonelli vprašal prijatelja: »Imaš kaj otrok?«

»Ne še,« je odgovoril prijatelj.

»In gospa tudi ne?« je spet vprašal raztreseni pisec.

BREZ DENARJA

Francoski pesnik in pisatelj Guillaume Albert Apollinaire je šel s prijateljem bohemom v Cafe Napolitain. Sredi pogovora je pesnik vstal, se opravičil, češ da se vrne čez nekaj trenutkov. Ko ga ni in ni bilo nazaj, se je prijatelj naveličal čakati; plačal je in odšel.

Po nekaj dneh sta se bohema spet srečala.

»Kako, da ste zadnjič kar odšli?« je vprašal prijatelj.

»Niti pare nisem imel v žepu,« je odvrnil Apollinaire.

»Lahko bi mi povedali, plačal sem tako ali tako jaz.«

»Bal sem se, da ste tudi vi brez denarja,« je blago dejal Apollinaire.

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

© OSEBNA RAST 2002